



Diagnóstico y planteamiento de políticas para el
sector artesanal colombiano

Instituto SER de Investigación

Bogotá 1987

PRESENTACION

El Instituto SER de Investigación presenta a la consideración de Artesanías de Colombia los resultados del estudio "Diagnóstico y Planteamiento de Políticas para el Sector Artesanal". Este trabajo se elaboró siguiendo las guías establecidas en los términos de referencia y la metodología propuesta por el Instituto SER de Investigación.

La evaluación y desempeño del sector artesanal se realiza a partir del estudio de las características y el comportamiento de las unidades de producción. El objetivo central consiste en identificar los factores que limitan y restringen su desarrollo y que pueden ser modificados mediante el diseño de políticas de apoyo y fomento por parte de las Instituciones del Estado encargadas de impulsar y proyectar las unidades de producción a pequeña escala.

De esta manera, el estudio trata de identificar la problemática asociada al desarrollo de la pequeña empresa artesanal, a partir del conocimiento de los elementos básicos que definen su estructura y sus relaciones con otros sectores en los procesos de abastecimiento, producción, distribución y comercialización de los productos. De igual forma, tiene como objetivo analizar las formas de acceso y las restricciones existentes en torno a la consecución del crédito, la asistencia técnica y la capacitación. Las relaciones de tipo Institucional, las formas de organización del artesanado y el perfil socio-económico de los productores y sus hogares se aborda en forma detenida en este estudio.

El análisis conjunto de las diferentes dimensiones que afectan el desarrollo del sector, junto con el estudio de la ubicación y distribución de la producción en el territorio nacional, permiten una visión de conjunto de las limitantes, y restricciones internas y externas, con base en las cuales es posible elaborar un conjunto de conclusiones y recomendaciones viables para el diseño de una guía de políticas de fomento y apoyo a la producción artesanal.

El Instituto considera que este estudio ofrece un cuadro completo del lugar, papel y posibilidades del sector artesanal en Colombia y de los elementos e instrumentos de política a implantar para lograr un desarrollo adecuado de la producción artesanal. Sin duda, aspectos como los de la comercialización, la jerarquización y regionalización de los espacios productores requieren de estudios más detallados y específicos. Es necesario adelantar análisis de factibilidad de las soluciones aquí propuestas para el caso de la comercialización y del desarrollo de metodologías para censos de nivel local.

I N D I C E

I. INTRODUCCION

PRIMERA PARTE

II. ESTADO ACTUAL DE LA INVESTIGACION ARTESANAL

III. LOS MUNICIPIOS ARTESANALES

- A. El Banco de Datos de los municipios artesanales de Colombia
- B. Identificación de los municipios y sus actividades
 - 1. Cerámica
 - 2. Tejidos
 - 3. Talla
 - 4. Cuero
 - 5. Otros Oficios
- C. Distribución Espacial de la Producción Artesanal
- D. La Artesanía Indígena
- E. Conclusiones

IV. LA PRODUCCION ARTESANAL EN EL CONTEXTO DE LA ECONOMIA NACIONAL

- A. La participación del sector artesanal en la industria manufacturera
 - 1. Consideraciones metodológicas
 - 2. El sector artesanal y la industria manufacturera
 - 3. La participación de las unidades a pequeña escala en el sector artesanal registrado.
- B. El sector artesanal y el comercio exterior
 - 1. Barreras naturales
 - a. La comunicación con el mercado externo: la primera venta
 - b. La práctica exportadora
 - Incremento de los costos de transporte
 - Prolongación del tiempo de pago
 - Los pedidos externos: voluminosos
 - c. Los efectos en el proceso de producción
 - 2. Barreras institucionales
- C. El Estado Colombiano y promoción de exportaciones artesanales
 - 1. CERT (Certificado de Reembolso Tributario)
 - 2. PROEXFO
 - 3. Plan Vallejo
 - 4. Comercializadoras Internacionales
- D. Evidencia Empírica
 - 1. Análisis global
 - 2. Análisis Sectorial
 - 3. Destino Geográfico
- E. Las políticas de crédito para el sector productor de artesanías

V. ESTRATIFICACION DE LA PRODUCCION ARTESANAL

- A. Antecedentes históricos
- B. Metodología
 - 1. La Estratificación Socio-económica de los Municipios Artesanales
 - a. Estrato Alto Moderno
 - b. Estrato Bajo Moderno
 - c. Estrato Alto Mixto
 - d. Estrato Bajo Mixto
 - e. Estrato Alto Tradicional
 - f. Estrato Bajo Tradicional
 - 2. La estratificación socio-económica de la producción artesanal

VI. CONCLUSIONES
LA MUESTRA

- A. Metodología
 - 1. Discusión del Universo muestral y Selección
 - 2. Documentos de la Encuesta
 - a. Cuestionario para productores artesanales
 - b. Cuestionario para las Asociaciones artesanales
 - c. Cuestionario para los comercializadores
 - d. Manual de Recolección
 - e. Documentos para la codificación de la información
 - 3. Proceso de Selección y Entrenamiento
 - a. Establecimiento de rutas
 - b. Duración del Trabajo de Campo
 - 4. Organización de la Codificación
 - 5. La Información

SEGUNDA PARTE

VII. EL PERFIL DEL PRODUCTOR ARTESANAL

- A. Características Sociodemográficas
 - 1. Sexo
 - 2. Edad y Origen
 - 3. Area
 - 4. Tiempo de residencia
 - 5. Nivel Educativo
 - 6. Estado Civil y Parentesco
- B. Características Ocupacionales
 - 1. Aprendizaje del Oficio y Tiempo Produciendo
 - 2. Ocupación anterior
 - 3. La Artesanía y Otras Actividades Económicas
- C. Calidad de Vida del Artesano
 - 1. Tenencia de la Vivienda
 - 2. Tamaño de la Vivienda
 - 3. Servicios Públicos
 - 4. Características Físicas de la Vivienda
- D. Conclusiones

VIII. EL HOGAR Y LOS ARTESANOS

- A. Tamaño de los hogares
- B. Población en Edad de Trabajar
- C. Fuerza de Trabajo del Hogar y Actividad Artesanal
- D. Trabajo Artesanal y Taller Familiar

- E. Niveles de Educación del Hogar
- IX. CARACTERISTICAS SOCIALES Y ECONOMICAS DE LAS UNIDADES DE PRODUCCION ARTESANAL
 - A. Tamaño de las Unidades y Composición por Sexo y Edad
 - B. Origen de la Fuerza de Trabajo
 - C. Formas de Vinculación, Estabilidad y Seguridad Social
 - D. La División del Trabajo en las Unidades de Producción
 - E. Desempeño de la Fuerza de trabajo del Sector
- X. MATERIA PRIMA
 - A. Sitios de Abastecimiento
 - B. Tipos de Materia Prima
 - C. Los Proveedores
 - D. Forma de Compra, Volumen, Sistema de Pago y Plazos
 - E. La Calidad y el Estado de la Materia Prima
 - F. El Transporte
 - G. Niveles de Organización para la Compra de Materia Prima
 - H. Los Problemas de la Materia Prima
- XI. CARACTERISTICAS DE LA PRODUCCION
 - A. Tipo de Productos
 - B. Forma de Producción
 - C. Niveles Tecnológicos
 - D. Lugar de Producción
 - E. Resultado de la Producción
- XII. COMERCIALIZACION
 - A. Aspectos Generales
 - B. Venta al Consumidor
 - C. Ventas al Intermediario
 - 1. Tipo y Origen del Intermediario
 - a. Tipo y Origen del Intermediario de la Cerámica
 - b. Tipo y Origen del Intermediario de los Tejidos
 - c. Tipo y Origen del Intermediario de la Talla
 - d. Tipo y Origen del Intermediario del Cuero
 - e. Tipo y Origen del Intermediario de Otros Productos
 - 2. Redes de Distribución de los Productos Artesanales
 - D. Características de las Ventas
 - 1. Producción por pedido y por Cuenta propia
 - 2. Formas de Pago y Fijación de los Precios
 - E. Ventas a Artesanías de Colombia
 - F. Las Ferias Artesanales
 - G. Comportamiento de las ventas de Productos Artesanales.
 - H. Valor de las Ventas
 - I. Conclusiones
- XIII. CREDITO
 - A. Aspectos Generales
 - B. Usuarios del Crédito
 - 1. Entidades Crediticias
 - 2. Características de los Créditos Aprobados
 - 3. Destino del Crédito

- C. Problemas del Crédito
 - 1. Los Artesanos Usuarios
 - 2. El Crédito y los Artesanos Rechazados
 - 3. Los Artesanos no Solicitantes
- XIV. DIVERSIFICACION
 - A. Aspectos Generales
 - B. Los Artesanos y la Diversificación
 - 1. Características de la Diversificación
 - 2. Resultados de la Diversificación
 - C. Disposición hacia la Diversificación
- XV. CAPACITACION
 - A. Aspectos Generales
 - B. Los Artesanos y la Capacitación
 - 1. Características de la Capacitación
 - 2. Valoración de la Capacitación
 - C. Actitud hacia la Capacitación
 - D. Necesidades de Capacitación
- XVI. ORGANIZACION
 - A. Aspectos Generales
 - B. Antecedentes Históricos
 - C. Las Organizaciones Actuales
 - 1. Diferentes Tipos de Organización Gremia y Ley 36
 - 2. El Universo de las Organizaciones Artesanales
 - 3. La Muestra de Organizaciones
 - D. Los Artesanos y la Organización
 - 1. Participación según el estrato socio-económico del municipio
 - 2. Participación según el subsector artesanal
 - 3. Participación según área
 - 4. Tiempo de Participación en Organizaciones
 - 5. Naturaleza de las Organizaciones
 - 6. Características de Conformación y Dirección
 - 7. El Radio de Acción de las Organizaciones
 - E. La Percepción de la Organización
 - 1. Acción General de la Organización
 - 2. Acciones Particulares de la Organización
 - 3. Acción de las Organizaciones en su área de Influencia
 - 4. Los Problemas de la Organización
 - F. Actitud hacia la Organización
 - G. Las Expectativas de los Artesanos
- XVII. RELACION CON INSTITUCIONES
 - A. Problemas del Sector
 - B. Los Artesanos y la Actividad Artesanal
- XIX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES
 - A. Conclusiones
 - B. Recomendaciones

I. INTRODUCCION

La producción artesanal ha sido a lo largo de la historia del país un sector importante de su economía, como fuente generadora de ingresos y de ocupación. Debido al desarrollo industrial experimentado durante éste siglo, su importancia ha venido decayendo hasta convertirse en un sector marginal dentro de la economía. Por medio de Artesanías de Colombia, el Estado Colombiano ha venido realizando durante los últimos años un conjunto de acciones encaminadas hacia el fomento y la divulgación de los valores culturales expresados a través del trabajo artesanal, con el fin de reivindicar la práctica de la actividad.

Consciente de la importancia que tiene para el país el fomento de la actividad artesanal, con beneficios de tipo social, económico y cultural, Artesanías de Colombia ha decidido adelantar un estudio con el objetivo de determinar las necesidades del sector y que sirva de base para planeación y programación de las actividades de fomento que realiza la entidad.

En éste informe, preparado por el Instituto SER de Investigación, se presentan los principales hallazgos del estudio, realizado a partir de una muestra de 788 unidades de producción artesanal localizadas en 60 municipios del país, donde prima la opinión del productor artesanal acerca de sus problemas y necesidades.

El informe se divide en dos partes: la primera consta de seis secciones, a través de las cuales se presentan los aspectos metodológicos y conceptuales que señalan el rumbo del estudio. La segunda parte, estructurada en 12 secciones, contiene los resultados y las recomendaciones basadas en los hallazgos del estudio.

Primera Parte (1)

En la sección II se presenta una breve reseña acerca del estado de la investigación artesanal en Colombia, sus problemas y sus perspectivas. La sección III corresponde a la presentación de los resultados de los ejercicios de identificación de los centros productores de artesanía a nivel nacional. En la sección IV se elabora un detallado análisis del significado de la producción artesanal dentro del conjunto de la economía colombiana y de las políticas del sector oficial encaminadas a la comercialización

artesanal a nivel interno y externo. A su vez, en las secciones V y VI se presentan los aspectos metodológicos considerados para efecto de la elaboración del marco muestral y la planeación de la investigación de campo.

Segunda Parte:

La sección VII trata sobre las características socio-económicas del productor artesanal y su nivel de vida. En la sección VIII se presentan las características sociodemográficas y económicas de los hogares artesanales. Por su parte, en la sección IX se analizan aquellos aspectos sociales y económicos que caracterizan las unidades de producción artesanal y la participación del hogar en la actividad. En las secciones X y XI se describen aquellos aspectos de la producción, referentes a las materias primas y los productos artesanales, las formas de producción, la tecnología empleada y las condiciones en las cuales se lleva a cabo la producción. En la sección XII se hace una descripción detallada del proceso de comercialización de los productos artesanales y se presenta la concepción del productor artesanal de sus problemas y soluciones. La sección XIII trata sobre el acceso al crédito y los problemas del productor para obtenerlo, en tanto la sección XIV corresponde a las estrategias que adopta el artesano para integrarse a los mercados mediante la diversificación de su producción. En la sección XV se analiza el papel de la capacitación en la producción artesanal y las necesidades del productor en este sentido. En las secciones XVI y XVII, se evalúa el papel de las Organizaciones Gremiales en la defensa de los intereses del productor artesanal y el grado de vinculación institucional del artesano. Las conclusiones basadas en los resultados de este estudio se presentan y discuten a todo lo largo del texto, y en la sección XIX se presentan aquellas que pueden considerarse de mayor importancia.

El Instituto SER de Investigación agradece la colaboración prestada por Artesanías de Colombia a través de su Gerencia General y Subgerencia de Desarrollo. De igual forma, quiere destacar la valiosa colaboración y consejo de sus funcionarios locales y coordinadores regionales en las diferentes etapas del estudio.

PRIMERA PARTE

II. ESTADO ACTUAL DE LA INVESTIGACION ARTESANAL

La producción artesanal en Colombia es uno de los subsectores de la economía de los cuales se tiene un conocimiento limitado; solo un reducido número de trabajos de investigación sobre el tema se han llevado a cabo. Si bien algunas instituciones relacionadas con el fomento de la actividad artesanal han realizado valiosos aportes al conocimiento de problemáticas particulares, no ha existido hasta el momento ningún esfuerzo en unificar los criterios metodológicos y temáticos de estas investigaciones, que permita en un momento dado el análisis de la problemática del sector artesanal a un nivel más amplio.

Con respecto a la información de tipo estadístico acerca del sector artesanal, el DANE viene produciendo desde los últimos veinte años información acerca de algunos aspectos de la producción artesanal dentro de sus investigaciones periódicas (Encuesta Anual Manufacturera y Muestra Mensual Manufacturera), pero los criterios generales para la selección de las unidades de análisis en estas investigaciones hacen casi imposible identificar las unidades manufactureras de tipo artesanal. Así mismo, a partir de 1970, esta información se refiere exclusivamente a las industrias manufactureras con más de 10 empleados, dejando por fuera muchas industrias de tipo artesanal que reportan un tamaño inferior a esa cifra.

Otra fuente de información son las monografías de tesis universitarias sobre comunidades rurales y urbanas, donde la producción se encuentra presente, y donde el tratamiento del tema normalmente no contempla elementos que permitan identificar problemáticas de la producción, ni cuantificaciones acerca del volumen de producción y de la población involucrada en la actividad.

De acuerdo con la temática presente en estos trabajos, pueden distinguirse claramente dos orientaciones: una de tipo teórico-conceptual y otra de carácter descriptivo.

Con respecto a los trabajos de carácter teórico-conceptual, su validez radica en el aporte de algunos criterios, mediante los cuales ha sido posible definir la artesanía como una actividad económica propia, y establecer una serie de tipologías basadas en parámetros de índole histórica y cultural. Dentro de esta línea, vale la pena destacar los trabajos de Mora (1974), Herrera (1976), Marroquín (1974) y Bolívar (1985). (1(1) En el anexo # 1 se encuentra la bibliografía consultada.)

Por su parte, los primeros estudios que utilizan el enfoque realizan a partir de la década de los años 60, con los trabajos de Urrutia (1967), Inscredial y Mora (1970). Así mismo, se llevan a cabo los primeros estudios de caso, elaborados por Lara (1973) y Zamosc y Gaviria (1979), en los cuales se enfatiza sobre aspectos de carácter cultural y económico respectivamente. Estos trabajos iniciales son de tipo monográfico y abordan el problema artesanal desde la perspectiva comunitaria. (1(1) En el anexo # 1 se encuentra la bibliografía consultada.).

A partir de los años 70 se han llevado a cabo algunos intentos de abordar el problema artesanal desde una perspectiva regional. Tal es el caso de los trabajos de Solano (1974), Codesarrollo (1982), Iregui (1983) y Afanador (sin fecha), sobre las características de la producción artesanal en el departamento de Boyacá. El énfasis de estos estudios se concentra en aquellos aspectos económicos, tecnológicos e históricos que han caracterizado el desarrollo del trabajo artesanal en la región boyacense. (1(1) En el anexo # 1 se encuentra la bibliografía consultada.).

De otra parte, debe señalarse la importancia que ha tenido la investigación sobre el tema artesanal en la presente década, gracias al esfuerzo de algunas instituciones dedicadas al fomento de la producción, como son Artesanías de Colombia y el Museo de Artes y Tradiciones, las cuales han contribuido a través de sus trabajos al conocimiento de la producción artesanal en diversas regiones del país. En éstos últimos trabajos, especialmente los realizados por Artesanías de Colombia mediante el convenio con el SENA, se ha buscado dar a la investigación artesanal un enfoque de tipo socio-económico a través del cual se busca caracterizar algunos núcleos artesanales a través de aspectos tales como formas de producción, fuerza de trabajo, tecnología, costos y volúmenes de la producción y la comercialización de los productos.

Entre los principales trabajos sobre el sector artesanal realizados en la presente década deben señalarse:

- Región Antioqueña y Viejo Caldas: Jaramillo (1986), Bolívar (1985), Cornare (1985), Arenas (1986) y Díaz (1986). (1(1) En el anexo # 1 se encuentra la bibliografía consultada.).

- Valle, Cauca y Nariño: Ariza (1986), Azcárate (1986), Delgado (1986) y Mora (1986). (1).

- Altiplano Cundiboyacense y Santanderes: Ceballos

(1985), Mejía (1987), Mendoza (1987), Rodríguez (1985) y Ramírez (1986). (1).

- Costa Atlántica: Serge (1986), Vergara (1986), Fiori (1986) y Bolívar (1985). (1).

- Llanos Orientales, Chocó y Amazonia: Ortiz (1986), Urbina (1986), Fajardo (1986) y Vasco (1986). (1).

En conclusión podemos señalar el interés limitado que ha existido en el país por la investigación del sector artesanal, el cual se manifiesta en el reducido número de trabajos que sobre el tema se han realizado. No obstante el interés que ha suscitado la investigación sobre la producción artesanal durante los últimos años, no existen criterios unificados en los aspectos metodológicos y de contenido para las diferentes investigaciones llevadas a cabo, lo que impide la utilización de dicha información en el análisis de la problemática desde una perspectiva nacional.

De la misma forma, la información estadística que sobre el sector artesanal se produce en Colombia presenta serios problemas de cobertura y de identificación.

Debido a la importancia de la investigación en el planeamiento y evaluación de las políticas del sector artesanal, Artesanías de Colombia debe servir de promotor de la idea de unificación de criterios de tipo metodológico-conceptual y de contenido para los trabajos de investigación que sobre el tema realizan en el país algunas instituciones. De la misma forma, debe proponer al DANE la incorporación del sector artesanal dentro de las investigaciones que sobre el sector manufacturero realiza la entidad, cuya información podría ser de gran utilidad en la evaluación de los programas que la entidad lleva a cabo.

III. LOS MUNICIPIOS ARTESANALES

A continuación se describen los aspectos metodológicos contemplados en la realización de un inventario de los municipios artesanales de Colombia y la identificación en cada uno de ellos de la presencia de las diversas manifestaciones del trabajo artesanal. Así mismo, se presenta una breve descripción de la problemática de la producción artesanal indígena en Colombia, teniendo en cuenta las características que hacen de ésta un subsector dentro de la producción nacional artesanal, con características únicas.

A. El Banco de Datos de los Municipios Artesanales de Colombia

El primer resultado de ésta investigación ha consistido en la realización de un inventario, a nivel nacional, de los municipios donde se presente en la actualidad alguna forma de producción artesanal.

Tomando como punto de partida un inventario realizado por Artesanías de Colombia en 1977, se procedió a actualizarlo, mediante la inclusión de algunos municipios no contemplados originalmente y detectados mediante una exhaustiva tarea de revisión bibliográfica. (1(1) En el anexo # 1 se relaciona la bibliografía consultada para efectos de la elaboración del inventario de los municipios.).

Así mismo, a partir de este cuerpo preliminar de información, se implementó un banco de datos de los municipios artesanales colombianos, mediante la inclusión de un nuevo conjunto de variables que pueden ser de gran utilidad en el análisis de la problemática del sector artesanal. Estas nuevas variables se refieren a características específicas de la producción artesanal, y a características sociales y económicas de los municipios.

Los principales temas abordados hacen referencia al municipio en las siguientes dimensiones: tipo de oficio artesanal, tipos de unidades de producción y presencia de organizaciones gremiales artesanales, acciones realizadas por Artesanías de Colombia, población involucrada en la actividad, acceso de la población a los servicios públicos (agua, energía eléctrica y alcantarillado) y sociales (educación y salud), características de la vivienda, población y migración, formas de tenencia de la tierra y tamaño de la propiedad, tecnología empleada en la producción

agrícola, índice socio-económico del municipio, vías de comunicación, ingresos de la población, volumen de carga movilizada que entra y sale del municipio, ingresos municipales y presencia del sector financiero.

Las fuentes de la información de tipo socio-económico de los municipios fueron: Censos Nacionales de Vivienda y Población (1973 y 1985), Censo Nacional Agropecuario (1970-1971), Instituto Geográfico Agustín Codazzi, TELECOM, Servicio Nacional de Salud, DANE, Contraloría General de la Nación, Departamento Nacional de Planeación, Instituto Nacional del Transporte, Caminos Vecinales y Superintendencia Bancaria entre otros.

Se configuró un banco de datos con el paquete DBASE III PLUS el cual permite a su vez una conversión de éste a archivos tipo estándar compatible con el paquete estadístico SPSS (Statistical Package for Social Sciences) que fue empleado en la realización de los ejercicios estadísticos que sirvieron de base para la elaboración del marco muestral.

B. Identificación de los Municipios y sus Actividades

En total, fueron identificados 394 municipios en los cuales se lleva a cabo uno o varios de los oficios artesanales básicos, a saber: cerámica, tejido, talla, cuero (marroquinería) y otros oficios. La distribución de esas unidades municipales de acuerdo con la presencia en cada una de ellas de los oficios artesanales es la siguiente:

1. Cerámica

La producción cerámica, entendida como la utilización de la arcilla u otros materiales similares como materia prima para la elaboración de diversos tipos de objetos, se lleva a cabo principalmente en los siguientes municipios:

Bello	Antioquia	Fusagasugá	Cundinamarca
Caldas	Antioquia	Gachancipá	Cundinamarca
Carmen de Viboral	Antioquia	Girardot	Cundinamarca
Envigado	Antioquia	Guaduas	Cundinamarca
Medellín	Antioquia	Guasca	Cundinamarca
Rionegro	Antioquia	Nemocón	Cundinamarca
Urrao	Antioquia	Simijaca	Cundinamarca
Malambo	Atlántico	Tenjo	Cundinamarca
Mompós	Bolívar	Ubaté	Cundinamarca
Belén	Boyacá	Zipaquirá	Cundinamarca
Chiquinquirá	Boyacá	S. Juan del	Guajira
		Cesar	
Chiscas	Boyacá	Uribe	Guajira
Chita	Boyacá	Acevedo	Huila
Duitama	Boyacá	Eliás	Huila

La Capilla	Boyacá	Pitalito	Huila
Réquira	Boyacá	Saladobianco	Huila
Sogamoso	Boyacá	San Agustín	Huila
Tenza	Boyacá	Santa Marta	Magdalena
Tinjacá	Boyacá	Ipiales	Nariño
Tutasa	Boyacá	Pasto	Nariño
Chinchiná	Caldas	Cúcuta	Norte de Sder
Manizales	Caldas	Armenia	Quindío
Riosucio	Caldas	Calarcá	Quindío
El Patía	Cauca	Circasia	Quindío
Popayán	Cauca	Pijao	Quindío
Sder.de Quilichao	Cauca	Quimbaya	Quindío
Valledupar	Cesar	Salento	Quindío
Ayapel	Córdoba	Belen de Umbria	Risaralda
Chinú	Córdoba	Quinchía	Risaralda
Ciénaga de Oro	Córdoba	Bucaramanga	Santander
Lorica	Córdoba	Capitanejo	Santander
Momil	Córdoba	Enciso	Santander
Montería	Córdoba	Floridablanca	Santander
San Antero	Córdoba	Oiba	Santander
San Bdo del V.	Córdoba	Guamo	Tolima
Cajicá	Cundinamarca	Buga	Valle
Chía	Cundinamarca	Cali	Valle
Chocontá	Cundinamarca	Cartago	Valle
Cogua	Cundinamarca	Tuluá	Valle

2. Tejidos

La tejeduría considerada a partir de criterios de agrupamiento (que incluyen entre otras sombrerería, cestería, tejidos en lana y fibra de algodón, crin y tejidos en diversas fibras vegetales) se desarrolla principalmente en los siguientes municipios:

Chirogodó	Antioquia	Fómeque	Cundinamarca
Concepción	Antioquia	Funza	Cundinamarca
Dabeiba	Antioquia	Fusagasugá	Cundinamarca
El Bagre	Antioquia	Gachancipá	Cundinamarca
Guarne	Antioquia	Gama	Cundinamarca
Guatapé	Antioquia	Girardot	Cundinamarca
Jericó	Antioquia	Guachetá	Cundinamarca
La Ceja	Antioquia	Guaduas	Cundinamarca
Marinilla	Antioquia	Guasca	Cundinamarca
Mutatá	Antioquia	La Calera	Cundinamarca
Peñol	Antioquia	Lenguazaque	Cundinamarca
San Carlos	Antioquia	Nemocón	Cundinamarca
San Luis	Antioquia	Pasca	Cundinamarca
San Pedro	Antioquia	San Antonio	Cundinamarca
San Rafael	Antioquia	Tena	Cundinamarca
San Vicente	Antioquia	Sesquilé	Cundinamarca
Urrao	Antioquia	Simijaca	Cundinamarca
		Sopó	Cundinamarca

Baranoa	Atlántico	Tenjo	Cundinamarca
Barranquilla	Atlántico	Tocaima	Cundinamarca
Usiacurí	Atlántico	Ubaté	Cundinamarca
Magangué	Bolívar	Utica	Cundinamarca
María la Baja	Bolívar	Villeta	Cundinamarca
San Jacinto	Bolívar	Zipacón	Cundinamarca
Belén	Boyacá	Zipaquirá	Cundinamarca
Cerinza	Boyacá	Maicao	Guajira
Chiquinquirá	Boyacá	Riohacha	Guajira
Chiscas	Boyacá	San Juan del Cesar	Guajira
Cómbita	Boyacá	Uribia	Guajira
Duitama	Boyacá	Acevedo	Huila
El Cocuy	Boyacá	Altamira	Huila
Firavitoba	Boyacá	Garzón	Huila
Guacamayas	Boyacá	Gigante	Huila
Iza	Boyacá	Guadalupe	Huila
La Capilla	Boyacá	La Plata	Huila
Monguí	Boyacá	Pitalito	Huila
Muzo	Boyacá	San José de Isnos	Huila
Nobsa	Boyacá	San Agustín	Huila
Faipa	Boyacá	Suaza	Huila
Fanqueva	Boyacá	Timaná	Huila
Ráquira	Boyacá	Villavicencio	Meta
Rondón	Boyacá	Buesaco	Nariño
S. Rosa Viterbo	Boyacá	Contadero	Nariño
San Mateo	Boyacá	Córdoba	Nariño
Siachoque	Boyacá	Cumbal	Nariño
Soatá	Boyacá	Guachucal	Nariño
Sogamoso	Boyacá	Ipiales	Nariño
Susacón	Boyacá	La Cruz	Nariño
Sutamarchán	Boyacá	La Unión	Nariño
Tenza	Boyacá	Linares	Nariño
Tibabosa	Boyacá	Pasto	Nariño
Tinjacá	Boyacá	Ricaurte	Nariño
Tipacoque	Boyacá	Sandoná	Nariño
Tota	Boyacá	Tumaco	Nariño
Tuta	Boyacá	Chitagá	Norte de Sder
Aguadas	Caldas	Cucutilla	Norte de Sder
Chinchiná	Caldas	Labateca	Norte de Sder
Manizales	Caldas	Famplona	Norte de Sder
Manzanares	Caldas	San Cayetano	Norte de Sder
Marulanda	Caldas	Silos	Norte de Sder
Pacora	Caldas	Toledo	Norte de Sder
Pensilvania	Caldas	Armenia	Quindio
Riosucio	Caldas	Calarcá	Quindio
Salemina	Caldas	Circasia	Quindio
Supía	Caldas	Filandia	Quindio
Aranzazu	Caldas	La Tebaida	Quindio
Bolívar	Cauca	Montenegro	Quindio
El Tambo	Cauca	Pijao	Quindio
Guapí	Cauca	Quimbaya	Quindio

Inza	Cauca	Salento	Quindío
López de Micay	Cauca	Belén de Umbria	Risaralda
Mercaderes	Cauca	Pueblo Rico	Risaralda
Páez	Cauca	Aratoca	Santander
Popayán	Cauca	Barichara	Santander
Santander de Quilichao	Cauca	Cerrito	Santander
Silvia	Cauca	Charalá	Santander
Sotará	Cauca	Concepción	Santander
Codazzi	Cesar	Curití	Santander
Valledupar	Cesar	Girón	Santander
Bagadó	Chocó	Guaca	Santander
Bahía Solano	Chocó	Mogotes	Santander
Itmina	Chocó	Fuente Nal.	Santander
Lloró	Chocó	Rionegro	Santander
Nuquí	Chocó	San Gil	Santander
Quibdó	Chocó	Socorro	Santander
Riosucio	Chocó	Tona	Santander
Ayapel	Córdoba	Vélez	Santander
Cereté	Córdoba	Zapatoca	Santander
Chinú	Córdoba	Colosó	Sucre
Ciénaga de Oro	Córdoba	Corozal	Sucre
Lorica	Córdoba	Morrea	Sucre
Momil	Córdoba	Sampues	Sucre
Montelíbano	Córdoba	San Marcos	Sucre
Montería	Córdoba	Sincelejo	Sucre
Furísima	Córdoba	Espinal	Tolima
Sahagún	Córdoba	Fresno	Tolima
San Andrés de S.	Córdoba	Guamo	Tolima
Tierraalta	Córdoba	Ibagué	Tolima
Valencia	Córdoba	Libano	Tolima
Agua de Dios	Cundinamarca	Natagaima	Tolima
Anolaima	Cundinamarca	Ortega	Tolima
Cajicá	Cundinamarca	Furificación	Tolima
Cáqueza	Cundinamarca	Buenaventura	Valle
Chía	Cundinamarca	Buga	Valle
Chocontá	Cundinamarca	Cali	Valle
Cogua	Cundinamarca	Cartago	Valle
Cucunubá	Cundinamarca		

3. Talla

Los municipios en los cuales se lleva a cabo la actividad artesanal de talla elaborada en materiales diversos (madera, tagua, cuerno, hueso, carey, coral, piedra y totumo) son los siguientes:

Bello	Antioquia	San Bdo del V.	Córdoba
Caldas	Antioquia	Agua de Dios	Cundinamarca
Chigorodó	Antioquia	Fusagasugá	Cundinamarca
Itaguí	Antioquia	La Calera	Cundinamarca
La Ceja	Antioquia	Acevedo	Huila

Marinilla	Antioquia	Garzón	Huila
Medellín	Antioquia	Palermo	Huila
Retiro	Antioquia	Pitalito	Huila
San Luis	Antioquia	San José de Ienos	Huila
San Pedro	Antioquia	San Agustín	Huila
Urrao	Antioquia	Santa Marta	Magdalena
Barranquilla	Atlántico	Villavicencio	Meta
Galapa	Atlántico	Barbacoas	Nariño
Carmen de Bolívar	Bolívar	Ipiales	Nariño
Cartagena	Bolívar	Pasto	Nariño
Magangué	Bolívar	Nutiscua	Norte de Sder
Mompós	Bolívar	Toledo	Norte de Sder
San Jacinto	Bolívar	Armenia	Quindío
San Juan Nepom	Bolívar	Calarcá	Quindío
Chiquinquirá	Boyacá	Circasia	Quindío
Duitama	Boyacá	Filandia	Quindío
Firavitoba	Boyacá	La Tebaida	Quindío
Monguí	Boyacá	Montenegro	Quindío
Nobsa	Boyacá	Pijao	Quindío
Faipa	Boyacá	Quimbaya	Quindío
Sogamoso	Boyacá	Salento	Quindío
Manizales	Caldas	Belén de Umbria	Risaralda
Salamina	Caldas	La Virginia	Risaralda
Inza	Cauca	Santa Rosa de Cabal	Risaralda
López de Micay	Cauca	Barichara	Santander
Popayán	Cauca	Bucaramanga	Santander
Valledupar	Cesar	Zapatoa	Santander
Quibdó	Chocó	Colosó	Sucre
Cereté	Córdoba	Sampués	Sucre
Chinú	Córdoba	Ibagué	Tolima
Ciénaga de Oro	Córdoba	Huena Ventura	Valle
Lorica	Córdoba	Buga	Valle
Momil	Córdoba	Cali	Valle
Sahagún	Córdoba	Cartago	Valle
San Andrés de S.	Córdoba	Tuluá	Valle

4. Cuero

Los municipios en los cuales se lleva a cabo la producción artesanal mediante el empleo del cuero como materia prima son los siguientes:

Barbosa	Antioquia	Sahagún	Córdoba
Bello	Antioquia	Cajicá	Cundinamarca
Copacabana	Antioquia	La Mesa	Cundinamarca
Envigado	Antioquia	Tocaima	Cundinamarca
Guarne	Antioquia	Villapinzón	Cundinamarca
Jericó	Antioquia	Uribe	Guajira
La Ceja	Antioquia	Pitalito	Huila
Medellín	Antioquia	Timaná	Huila

Peñol	Antioquia	Villavicencio	Meta
Rionegro	Antioquia	Ipiales	Nariño
Sabaneta	Antioquia	La Cruz	Nariño
San Pedro	Antioquia	Pasto	Nariño
San Vicente	Antioquia	Pamplona	Norte de Sder
Urrao	Antioquia	Armenia	Quindío
Magangué	Bolívar	Calarcá	Quindío
San Jacinto	Bolívar	Circesia	Quindío
Cerinza	Boyacá	Filandia	Quindío
Firavitoba	Boyacá	La Tebaida	Quindío
Sogamoso	Boyacá	Montenegro	Quindío
Manizales	Caldas	Pijao	Quindío
Popayán	Cauca	Salento	Quindío
Sotará	Cauca	Bucaramanga	Santander
Valledupar	Cesar	Coloso	Sucre
Ayapel	Córdoba	Sampués	Sucre
Cereté	Córdoba	Ibagué	Tolima
Chinú	Córdoba	Buga	Valle
Lorica	Córdoba	Cali	Valle
Montería	Córdoba	Tuluá	Valle

5. Otros Oficios

Los municipios donde se desarrollan actividades artesanales diferentes a las descritas anteriormente (entre las cuales podemos señalar: muñequería, orfebrería, trabajo en otros metales, vidrio, confección de moda, bordados y adornos con plumas) son los siguientes:

Abejorral	Antioquia	Chinú	Córdoba
Antioquia	Antioquia	Ciénaga de Oro	Córdoba
Caldas	Antioquia	Lorica	Córdoba
Cocorná	Antioquia	Montería	Córdoba
Dabeiba	Antioquia	Chía	Cundinamarca
Envigado	Antioquia	Fusagasugá	Cundinamarca
Guatapé	Antioquia	Sesquilé	Cundinamarca
Itagüí	Antioquia	Tenjo	Cundinamarca
Marinilla	Antioquia	Zipaquirá	Cundinamarca
Medellín	Antioquia	Maicao	Guajira
Peñol	Antioquia	Riohacha	Guajira
Retiro	Antioquia	Pitalito	Huila
Sabaneta	Antioquia	El Banco	Magdalena
San Carlos	Antioquia	Santa Marta	Magdalena
San Pedro	Antioquia	Villavicencio	Meta
San Rafael	Antioquia	Barbacoas	Nariño
Santuario	Antioquia	Ipiales	Nariño
Segovia	Antioquia	La Cruz	Nariño
Sonsón	Antioquia	Pasto	Nariño
Zaragoza	Antioquia	Tumaco	Nariño
Barranquilla	Atlántico	Cúcuta	Norte de Sder
Galapa	Atlántico	Pamplona	Norte de Sder

Cartagena	Bolívar	Armenia	Quindío
Mompós	Bolívar	Calarcá	Quindío
San Jacinto	Bolívar	Circasia	Quindío
Belén	Boyacá	La Tebaida	Quindío
Moniquirá	Boyacá	Pijao	Quindío
Nobsá	Boyacá	Quimbaya	Quindío
Manizales	Caldas	Salento	Quindío
Marmato	Caldas	Ferreira	Risaralda
Pácora	Caldas	Girón	Santander
Guapi	Cauca	Málaga	Santander
Popayán	Cauca	Vélez	Santander
Sder. de Quilichao	Cauca	Colosó	Sucre
Silvia	Cauca	Sampues	Sucre
Valledupar	Cesar	Sincelejo	Sucre
Acandí	Chocó	Coyaima	Tolima
Condoto	Chocó	Ibagué	Tolima
Itsmina	Chocó	Planadas	Tolima
Quibdó	Chocó	Buga	Valle
Uguía	Chocó	Cali	Valle
Ayapel	Córdoba	Cartago	Valle
Cereté	Córdoba		

C. Distribución Espacial de la Producción Artesanal

- Mapa 1: Distribución Espacial de la Cerámica
- Mapa 2: Distribución Espacial del Tejido
- Mapa 3: Distribución de la Talla
- Mapa 4: Distribución Espacial del Trabajo en Cuero
- Mapa 5: Distribución Espacial de Otros Tejidos
- Mapa 6: Distribución Espacial de la Presencia de Artecól

D. La Artesanía Indígena

La producción artesanal indígena se encuentra dispersa en el territorio nacional ocupando principalmente zonas selváticas (Llanos Orientales, Amazonía y Costa Pacífica), y zonas montañosas localizadas en la Región Andina. Los principales núcleos artesanales indígenas detectados a través de la revisión bibliográfica realizada para tal efecto son:

- Guajira y Estribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta (localidades de los departamentos de Magdalena, Cesar y Guajira).

- Costa Pacífica (localidades costeras de los departamentos de Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño sobre el Océano Pacífico).

- Región del Macizo Colombiano (localidades de los departamentos de Cauca y Nariño e intendencia del Putumayo).

- Región de la Cordillera Occidental (localidades de los departamentos de Risaralda y Chocó).

- Golfo de Urabá (localidades costeras de los departamentos de Antioquia y Chocó, sobre el Océano Atlántico).

- Llanos Orientales y Amazonia (suroriente del Vichada, medio Vichada, bajo Casanare, alto y bajo Guaviare, Amazonas, Caquetá y Vaupés).

Debido a factores de carácter geográfico, cultural y económico, las diferentes zonas productoras de artesanía indígena poseen características propias que definen a su vez problemáticas particulares.

El medio ambiente, como determinante del tipo de materia prima disponible, condiciona el tipo de producción artesanal. Con respecto a la disponibilidad de materias primas en estas zonas, puede señalarse que son abundantes y solo los altos costos de algunos insumos de origen industrial (cordelería de algodón entre otros como en el caso de la tejeduría wayuu) pueden afectar la producción debido a sus costos recientes. *favorecer el agotamiento de las sillas*

Los principales productos artesanales provenientes de estas zonas son:

- Guajira y Estribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta: mochilas, hamacas y otros tejidos en hilo de algodón de origen autóctono o industrial, así como tejidos en fibras

vegetales (fique).

- Costa Pacífica: cestería y tejidos en fibra vegetal. *talla en madera, telas vegetales*

-Macizo Colombiano: sombreros en fibras vegetales (iraca principalmente), tejidos en telar con fibras vegetales y animales, cerámica y talla en madera.

-Región de la cordillera Occidental: cestería y tejidos varios en fibras vegetales.

- Golfo de Urabá: molas de tela (collages de retazos de tela industrial). *Talla moderna, collares, diademas y tobilleras en chaguira*

-Llanos Orientales y Amazonia: cestería, cerámica, tallas en madera, adornos con plumas, cordelería y tejidos en fibras vegetales (cumare).

Desde el punto de vista de la cultura, la cual determina los criterios estéticos y simbólicos así como la función que debe acompañar la elaboración y utilización de cada uno de los elementos, se ha observado una diferenciación bastante marcada al interior de cada una de las zonas productoras, donde objetos de distintas comunidades indígenas, muchas veces similares para los ojos de un observador desprevenido, encierran contenidos propios y particulares de cada una de ellas, en su condición de objetos desarrollados como respuesta a necesidades particulares de cada una de estas culturas.

El proceso de pérdida gradual del contenido simbólico de los objetos, señalado por la antropología cultural como efecto del proceso de aculturación, se encuentra estrechamente vinculado con el grado de participación de las comunidades indígenas en una economía de mercado. Por ello, la producción a escala de objetos de cultura material, como resultado de la demanda del mercado nacional, encuentra una respuesta más efectiva en aquellas comunidades cuya integración a este ha sido mayor. Tal es el caso de las comunidades indígenas localizadas en las regiones del Macizo Colombiano y la Cordillera Occidental, donde se observa la producción seriada de algunos artículos y la consecuente pérdida del valor cultural original, como consecuencia de su mayor integración al mercado. Son por ello estas comunidades las que presentan una mayor oferta de objetos artesanales dentro del universo de la producción de artesanía indígena del país.

De otro lado, las comunidades indígenas localizadas en los Llanos Orientales y la Amazonia, con una participación marginal en el mercado nacional, presentan una baja oferta de productos artesanales, los cuales conservan casi intacto su contenido simbólico original; y su escasa producción se

encuentra dirigida tan solo al intercambio esporádico con comunidades indígenas de la región, y a la satisfacción de necesidades domésticas.

Esta reducida oferta de productos artesanales está determinada además por el reducido número de artesanos presentes en estas comunidades. Como lo señala Urbina (1(1) URBINA, Fernando Estudio de la Cultura Material y Comercialización de Artesanías Indígenas Huitotos y Muinanes Artesanías de Colombia-Universidad Nacional, Pag.353; 1986.) en su trabajo, la labor artesanal entre los huitotos y muinanes está reservada solo a personas de avanzada edad, que por esta condición han alcanzado el mayor grado de perfeccionamiento en las técnicas de elaboración de objetos de cultura material.

A su vez, desde el punto de vista económico, existen diferencias al interior de cada una de las comunidades indígenas en cuanto a sus formas de producción económica y al tipo de intercambio que llevan a cabo con otros grupos culturales vecinos, (no necesariamente indígenas), lo cual se encuentra de igual forma ligado con su grado de integración a la oferta y demanda de bienes y servicios generados por el mercado nacional.

Aunque la economía de las comunidades indígenas asentadas en el Macizo Colombiano y la Cordillera Occidental es eminentemente agrícola, existen otro tipo de actividades de tipo complementario que consumen la fuerza de trabajo de los individuos pertenecientes a ellas. Tal es el caso del jornaleo agrícola, la cría de animales domésticos, la actividad comercial y la producción de elementos de cultura material. Este tipo de producción se encuentra no solo dirigido a la autosubsistencia sino a satisfacer los requerimientos de un mercado externo. Así mismo, se trata de comunidades con cierta vocación comercial, en las cuales la circulación del dinero es bastante usual.

En las comunidades indígenas asentadas en zonas selváticas, los individuos desarrollan simultáneamente la actividad agrícola con la caza y la pesca a nivel de subsistencia. La fabricación de objetos de cultura material es desarrollada de manera esporádica y solo cuando la necesidad lo exige. Se trata de comunidades donde la circulación del dinero es inusual, y donde aún predomina el intercambio a través del trueque. †

En las comunidades más integradas al mercado nacional (región Andina), el mercadeo es llevado a cabo por los mismos productores, que se desplazan hacia los centros de mercado más cercanos, vendiendo sus productos tanto al consumidor como a intermediarios, locales o foráneos. De la misma forma, algunos de éstos intermediarios recorren dichas

zonas comprando la producción a los artesanos indígenas que la venden al borde de la carretera.

En estas regiones la actividad de intermediación de productos artesanales se presenta como una actividad especializada y permanente, gracias a la disponibilidad de vías de comunicación adecuadas, a través de las cuales los productos pueden ser llevados hacia los centros de mercado. Así mismo, las zonas productoras de artesanía indígena localizadas en el Macizo Colombiano y las estribaciones de la Cordillera Occidental se encuentran comunicadas con los centros urbanos y poseen algún tipo de infraestructura de vías de comunicación, como es el caso de las comunidades indígenas de los departamentos de Cauca, Nariño, Quindío, Risaralda, Cesar, Córdoba y Magdalena.

Esto no ocurre con la producción artesanal de otras regiones caracterizadas por un casi total aislamiento geográfico (Llanos Orientales y Amazonia), donde los productores o intermediarios deben desplazarse con dificultad, por vía aérea o fluvial, para llevar la producción hacia los centros de mercado. Esto determina que la intermediación de productos artesanales indígenas en estas regiones sea una labor esporádica y no especializada, fenómeno que se ve reforzado por la reducida oferta de productos artesanales provenientes de estas zonas.

Estas condiciones particulares de la producción de artesanía indígena en la región de la Amazonia y los Llanos Orientales, hacen difícil su incorporación dentro de un análisis de conjunto del sector artesanal colombiano. Este hecho señala la existencia de una problemática bastante particular, cuyo conocimiento debe buscarse mediante el empleo de una metodología que permita observar a nivel individual cada uno de estos casos particulares. Por esta razón, y teniendo en cuenta los objetivos del estudio, la inclusión de estas realidades particulares llevaría a distorsionar la visión de la problemática de la producción artesanal desde la perspectiva de conjunto, y a ignorar problemáticas no menos importantes pero difícilmente incorporables a este tipo de estudios.

E. Conclusiones

Debido al escaso conocimiento del universo artesanal colombiano, de la distribución geográfica de la producción, del volumen de población involucrado en la actividad, y de las características socio-económicas de las regiones en las cuales se desarrolla el trabajo artesanal, la base de datos de los municipios artesanales de Colombia se constituye en un primer intento de recopilar y sistematizar la información referente a las características del sector artesanal.

*sección de
de
y a los
in
insiste
repto
además
del 2002
ción*

Para los fines de este estudio, este ejercicio metodológico ha permitido una primera aproximación al conocimiento de la problemática del sector artesanal, generando una visión de conjunto de los municipios productores y de sus características socio-económicas, dentro de las cuales es posible el desarrollo de la actividad artesanal en el país. Así mismo ha sido la herramienta básica empleada para la definición del marco muestral, base de esta investigación.

No obstante algunos vacíos de información en algunos municipios artesanales, y su carácter provisional, esta base de datos es susceptible de perfeccionamiento mediante la inclusión de nuevos conjuntos de información que hagan de ella una herramienta completa y de gran utilidad en el análisis y planteamiento de políticas del sector artesanal por parte de Artesanías de Colombia.

Más aún, cuando se inicia de lleno la descentralización administrativa hacia los municipios, debe considerarse importante la vinculación de Artesanías de Colombia a ese proceso mediante la ejecución de planes de fomento y desarrollo artesanal a nivel municipal.

Un aspecto de gran importancia dentro del sector artesanal y sobre el cual no existe un conocimiento preciso, es el relacionado con el volumen de población involucrado en la actividad artesanal en cada uno de los municipios del país, debido a la inexistencia de un censo de la población artesanal. Dadas las posibilidades que ofrecen los municipios en cuanto a su autonomía administrativa, sería interesante el planteamiento, por parte de Artesanías de Colombia, de un censo de la población artesanal de cada uno de los municipios, mediante el empleo de una metodología que involucre la participación conjunta de las alcaldías municipales, los educadores y los estudiantes de secundaria de los colegios de cada una de las regiones del país.

IV. LA PRODUCCION ARTESANAL EN EL CONTEXTO DE LA ECONOMIA NACIONAL

Estudiar el papel del sector productor de artesanías en el contexto de la economía colombiana es el objetivo de esta sección. Se intenta por tanto, y con las limitaciones de la información disponible, determinar el grado de importancia de este tipo de producción estudiando principalmente su participación en el conjunto de la industria manufacturera, las exportaciones y el crédito. El análisis de estas dimensiones contribuye a la definición de un contexto de referencia, que complementado con los resultados de las encuestas diligenciadas a los productores, permita formular recomendaciones adecuadas para el fomento y desarrollo del sector artesanal en Colombia.

A. La Participación del Sector Artesanal en la Industria Manufacturera.

1. Consideraciones Metodológicas

En el país no existen ni investigaciones, ni información adecuada y sistemática que permita el estudio de las diferentes dimensiones de las unidades productoras de artesanías en el orden económico, social y cultural, y que además posibiliten el estudio de su participación en el conjunto del sector productivo del país.

Al carecer de este tipo de información, se recurrió a las cifras de la Encuesta Anual Manufacturera del DANE que permite conocer en forma aproximada algunos comportamientos del sector artesanal en relación con el conjunto de industrias del país. El uso de esta información presenta limitaciones y sesgos. Limitaciones relacionadas con la definición de lo que podría denominarse sector artesanal y sesgos en relación con la cobertura geográfica y empresarial, ya que este sistema sólo registra las empresas más grandes (el sector empresarial de la producción) y las ubicadas en los grandes centros urbanos.

Con las limitaciones mencionadas y con el objetivo de estudiar a grandes rasgos el papel reciente del sector artesanal en el contexto de la economía colombiana, se presentan los resultados del análisis que sobre el comportamiento de la producción de artesanías es posible realizar a partir de las siguientes consideraciones:

- El sector productor de artesanías se define en términos de los productos considerados como artesanías por los expertos en el tema.

-Estos productos se ubican en las diferentes ramas de la producción manufacturera, utilizando la clasificación CIIU a cinco dígitos (Ver cuadro No. 4. 1).

-Identificadas las ramas en las que se producen las artesanías, las correspondientes unidades de producción se clasifican en dos segmentos de tamaño en función del número de trabajadores. Las unidades productoras de artesanías con menos de 10 trabajadores se toman como indicador de la producción típicamente artesanal, para contrastarlas con las de más de 10 trabajadores que aunque producen bienes similares lo hacen dentro de procesos y condiciones diferentes a las típicamente artesanales.

- El periodo considerado ^{en} este estudio abarca los años 1983, 1984 y 1985, para los que se dispone de cifras elaboradas con metodologías similares.

2. El Sector Artesanal y la Industria Manufacturera.

Una forma apropiada de estudiar el papel y el comportamiento del sector artesanal en la economía colombiana consiste en analizar, de una parte, su participación en la producción en función de las variables más relevantes (como número de establecimientos, empleo, valor de la producción, valor agregado y productividad) y de otra, su desempeño mediante la comparación del comportamiento de estas variables en el conjunto de la industria manufacturera.

Las tasas de participación del sector artesanal (tanto en el número de establecimientos como en el empleo generado), el valor de la producción y el valor agregado de la industria manufacturera pueden considerarse bajos (ver cuadro No. 4. 1 y 4. 2). Para 1984 se observa un incremento en los niveles de participación en todas las variables estudiadas, principalmente en el valor de la producción. En 1985 la participación cae ubicándose a niveles por debajo de los observados para 1983 y 1984, con excepción de la participación en el conjunto de los establecimientos industriales.

Los incrementos en los niveles de participación del sector artesanal durante el periodo 83-84 se deben a incrementos porcentuales mayores a los observados en la industria manufacturera en todas las variables estudiadas. Por el contrario, la disminución en la participación durante el periodo 84-85 se debe a las menores tasas de crecimiento del sector artesanal o a los incrementos negativos en relación con los que se observan en la industria manufacturera para el conjunto de los indicadores seleccionados (ver cuadro No. 4.2 y 4.3).

El desempeño del sector artesanal, en comparación con el observado en la industria manufacturera, presenta las siguientes características.

En el período 83-84, el sector artesanal obtiene índices de crecimiento en la producción superiores a los de la industria manufacturera, debido principalmente a las mayores tasas de crecimiento en el número de establecimientos y el personal ocupado. En la industria manufacturera los menores ritmos de crecimiento de la producción se asocian al menor crecimiento de los establecimientos y a la disminución de la ocupación.

Un fenómeno diferente se observa en el comportamiento del sector artesanal para el período 84-85. Los establecimientos y el empleo decrecen, lo que incide en las tasas de crecimiento de la producción, sensiblemente menores en relación con las observadas en el período anterior. La industria manufacturera presenta aumentos (en el número de establecimientos y en la producción) superiores a los que se obtienen en el sector artesanal y a los alcanzados en el período anterior. En estas circunstancias los aumentos en la producción resultan del aumento en el número de los establecimientos y de las mejoras en la productividad tal y como se observa en las cifras del cuadro No. 4.2-4.3.

En síntesis, se puede considerar baja la participación del sector artesanal en la industria manufacturera registrada. En el sector artesanal los aumentos de producción ocurren principalmente por la vía del incremento en el número de establecimientos y del empleo asociado a las nuevas unidades. En la industria manufacturera el crecimiento de la producción, si bien se relaciona con el aumento de los establecimientos, depende principalmente de los aumentos en la productividad.

El sector artesanal muestra una tendencia de reproducción de tipo extensivo, que permite la creación permanente de unidades de producción a pequeña escala, las que se ubican por fuera del sector empresarial y entran a hacer parte del llamado sector informal de la economía.

3. La participación de las unidades a pequeña escala en el sector artesanal registrado.

Los datos utilizados muestran que la participación de las unidades más pequeñas en el sector productor de artesanías es muy limitada, debido a que la encuesta anual manufacturera registra con preferencia las unidades de mayor tamaño (10 y más trabajadores). Aún con estas limitaciones y a falta de información adecuada sobre el amplio sector de productores artesanales, analizamos nuevamente el comportamiento de las unidades más pequeñas registradas en

la encuesta anual manufacturera.

Como se dijo antes, la participación de las unidades productoras de artesanías a pequeña escala (menos de 10 trabajadores), consideradas como las que más se acercan al tipo de producción artesanal objeto de este estudio, muestran una baja participación en el número de establecimientos, en el empleo y en la producción del sector artesanal (ver cuadro No. 4.3). Esta baja participación se explica por la no inclusión del universo artesanal en los registros manufactureros que restringen su cobertura a los sectores empresariales ubicados en las grandes concentraciones metropolitanas.

Cuadro No. 4.1

Clasificación de Productos Artesanales según CIIU

CODIGO	DESCRIPCION
31192	Fabricación de confites con chocolate
31193	Fabricación de confites sin chocolate
32115	Hilados de fibras animales.
32117	Hilado y tejido de fibras duras vegetales
32127	Confección de adornos, insignias, estandartes, banderas, etiquetas.
32128	Trabajos de bordado
32141	Fabricación de tapetes y alfombras hechos principalmente de lana.
32144	Fabricación de tapetes, alfombras y similares hechos de fibra duras vegetales.
32169	Fabricación de tejidos y artículos de algodón puro o mezclados no incluidos antes.
32172	Fabricación de frazadas, mantas, ruanas y similares.
32212	Fabricación de sombreros y partes para sombreros.
32215	Confección de prendas de vestir de cuero.
32217	Fabricación de prendas de vestir especiales, togas, hábitos, disfraces, otros.
32218	Fabricación de guantes, corbatas, pañuelos, pañoletas y otras prendas.
32332	Fabricación de aperos y arneses, sillas de montar y sus accesorios.
32333	Fabricación de carteras y artículos de marroquinería (niqueleros, billeteras).
32335	Fabricación de estuches y artículos decorativos y para adornos.
32401	Fabricación de partes y avíos para calzado.
32402	Fabricación de calzado de cuero para hombre.
32403	Fabricación de calzado de cuero para mujer.
32404	Fabricación de calzado de cuero para niño.
32406	Fabricación de botones excepto los de plástico y los de metales y piedras preciosas.
32407	Fabricación alpargates.

33123	Fabricación de artículos de cesterías.
33193	Fabricación de artículos de marquetería.
33194	Fabricación de utensilios y artículos decorativos de madera para el hogar.
33196	Fabricación de mangos para herramientas, escobas y similares.
33204	Fabricación de muebles de mimbre, caña y similares.
35291	Fabricación de cera artificial, productos de cera y betunes.
35292	Fabricación de explosivos, municiones y detonantes.
35298	Fabricación de artículos de pirotecnia.
36106	Fabricación de artículos decorativos y artístico de loza o porcelana.
36107	Fabricación de arcilla común, cocida a baja temperatura.
36109	Fabricación de productos de cerámica o de porcelana no incluidos antes.
36205	Fabricación de vajillas y utensilios análogos de vidrio.
36208	Fabricación de artículos de vidrio para adornos y decoración.
36192	Fabricación de ladrillo, baldosas y teja de arcilla.
36994	Trituración, aserrado y talla de piedra.
36995	Trituración, aserrado y talla de mármol.
39011	Trabajo y tallado de piedras preciosas y perlas.
39012	Fabricación de joyas de oro, plata y platino.
39013	Fabricación de cuchillería y otros artículos de plata excepto joyas.
39023	Fabricación de instrumentos de cuerda y arco.
39025	Fabricación de instrumentos de percusión
39041	Fabricación de joyería falsa, artículos de adorno personal.
39042	Fabricación de muñecas y accesorios para muñecas, marionetas, títeres.
39043	Fabricación de juguetes (Juguetería de madera, metálica y plástico).
39044	Fabricación de juegos y artículos para fiestas.
39046	Fabricación de sandalias, pantuflas y similares (todos de cuero).
39048	Fabricación de escobas y cepillos excepto los hechos enteramente de caucho o plástico.
39094	Fabricación de armazones, asas, empuñaduras, monturas de pantallas.
39097	Fabricación de letreros, signos y otros elementos publicitarios.
39099	Industrias manufactureras no especificadas.

Fuente: EAM DANE

Cuadro No. 4.2

I. Indicadores del Desempeño de la Industria Manufacturera (IM) y e

(SA) 1983/1985

	1983		1984		
	IM(1)	SA(2)	IM	SA	
A. ESTABLECIMIENTOS	6.249	529	6.258	624	
B. PERSONAL OCUPADO	472.044	31.662	464.457	32.278	4
C. PRODUCCION (000)	1374.303	34.095	1800.034	47.806	23
D. VALOR AGREGADO	548.637	17.713	722.840	24.140	9
E. PRODUCTIVIDAD I (d/b)	1162.27	559.6	1556.30	747.87	21
F. PRODUCTIVIDAD II (c/b)	2911.66	1076.84	3876.04	1481.08	53

2. Participación del Sector Artesanal (SA) en Industria Manufacturera

A. ESTABLECIMIENTOS	9.47	9.97
B. PERSONAL OCUPADO	6.71	6.95
C. PRODUCCION	2.48	2.65
D. VALOR AGREGADO	3.23	3.34

3. Incrementos Porcentuales

	83-84		84-85	
	IM	SA	IM	SA
A. ESTABLECIMIENTOS	0.14	5.4	2.36	-1.1
B. PERSONAL OCUPADO	-1.60	1.94	-3.80	-8.1
C. PRODUCCION	30.98	40.21	32.94	19.1
D. PRODUCTIVIDAD I	33.90	33.68	37.35	25.1
E. PRODUCTIVIDAD II	33.12	37.54	38.21	30.1

FUENTE: Encuesta Anual Manufacturera. Cálculos Instituto SER
(1) Industria Manufacturera
(2) Sector Artesanal

Cuadro No. 4.3

Participación según tamaño de las unidades productoras en el sector artesanal, 1983-1985.

	NUMERO ESTABLE- CIMIENTOS			EMPLEO			PRODUCCION	
	1983	1984	1985	1983	1984	1985	1983	1984
Unidades con hasta 10 empleados	5.40	8.17	8.76	1.01	1.58	1.71	0.55	1.19
Unidades con más de 10 empleados	94.59	91.82	91.23	98.99	98.42	98.29	99.44	98.81

Fuente: EAM DANE - Cálculos Instituto SER

Los niveles de participación de los establecimientos pequeños, aunque limitados, muestran pequeños aumentos en el número de establecimientos, en el empleo generado y la producción, durante el período considerado (ver cuadro No. 4.3).

Los incrementos porcentuales observados en el número de establecimientos, el empleo y la producción en el caso de los pequeños establecimientos, son muy superiores a los que presentan las empresas de mayor tamaño y el conjunto de unidades del sector para el período 1983-1984. Durante el período 84-85 los incrementos porcentuales disminuyen su ritmo pero continúan siendo mayores a los que presentan las ciudades más grandes y el sector artesanal, con excepción del empleo, que tiene un incremento negativo pero menor al que se observa en las unidades de mayor tamaño y el sector artesanal en su conjunto (ver cuadro No. 4.4).

En síntesis , las empresas más pequeñas y más típicas de la producción de artesanías participan muy poco del conjunto del sector artesanal registrado por el sistema estadístico. Sin embargo, es claro que las mejoras en la producción se dan por la vía del aumento de los establecimientos y del empleo asociado a la creación de las nuevas unidades (reproducción horizontal). Esta característica es la que lo diferencia más de las unidades de mayor tamaño del sector artesanal, en donde los crecimientos de la producción, además de estar afectados por el crecimiento de los establecimientos, dependen más de los aumentos en sus

niveles de productividad (reproducción vertical) y del aumento de los empleos en las unidades existentes.

Cuadro No. 4.4
Incrementos Porcentuales de los indicadores de
desempeño del sector y de las unidades por tamaño
1983-1985

	1983-1984	1984-1985
A. ESTABLECIMIENTOS		
Sector Artesanal	5.40	-1.44
- Unidades pequeñas	59.38	5.88
- Unidades Grandes	2.32	-2.09
B. PERSONAL OCUPADO		
Sector Artesanal	1.94	-8.98
- Unidades Pequeñas	59.38	-1.57
- Unidades Grandes	1.36	-9.10
C. PRODUCCION		
Sector Artesanal	40.21	19.13
- Unidades Pequeñas	171.23	33.06
- Unidades Grandes	39.48	18.98

Fuente: EAM - DANE. Cálculos Instituto SER

Lo que nos dicen las cifras estudiadas es la existencia de dos segmentos diferentes al interior del sector artesanal: Uno conformado por las empresas de producción de artesanías a pequeña escala, con restricciones en cuanto al tamaño del empleo y posibilidades limitadas de expansión, y más representativo del universo no registrado; y otro conformado por las unidades más grandes, que producen artículos artesanales similares pero con procesos no artesanales, más productivos y a gran escala. Lo anterior significa que el sub-sector más típicamente artesanal enfrenta una competencia por bienes similares o sustitutos, los cuales circulan en los mercados en mayor cantidad, con mejor calidad y a menores precios.

B. El Sector Artesanal y el Comercio Exterior.

Frente a las múltiples limitaciones de todo tipo que tiene el artesano para vender sus productos en el mercado nacional, surge casi automáticamente una fórmula salvadora: La exportación, vender en otros mercados del mundo. Ante la estrechez reconocida del mercado doméstico esta alternativa resulta casi evidente. Sin embargo, exportar no es fácil.

La viabilidad de exportar artesanía, en nuestro caso, debe analizarse a partir de dos elementos básicos frente al mercado mundial: la unidad de producción (taller artesanal) y el estado colombiano como administrador y promotor de las ventas externas.

Para el productor la venta de las mercancías elaboradas es todo un proceso que se torna más complejo cuando esta venta se realiza en mercados de otros países. Dos tipos de barreras enfrenta el artesano que pretende penetrar, por su cuenta, el mercado mundial: aquellas que genera la expansión del mercado local o doméstico en un contexto internacional (barreras naturales) y aquellas que determina la intervención del gobierno en la gestión de las ventas externas (barreras institucionales) (1(1) Estos elementos tienen su fundamentación teórica en la internacionalización del ciclo del capital-mercancía: internacionalización del acto de venta para la fracción de capital invertido en una empresa de producción. Ver: Cabrera R, Javier: Internacionalización y exportaciones colombianas: multinacionales, gran industria y pequeña y mediana industria. Tesis de Magister en Economía, Facultad de Economía. U. Andes, Bogotá 1985.).

Consideremos, en primer lugar, las limitaciones naturales que el mercado internacional plantea al productor-artesano.

1. Barreras Naturales

a) La comunicación con el mercado externo: la primera venta. La realización de la venta implica un acuerdo previo entre vendedor y comprador. Se discuten y pactan precios, volúmenes, condiciones de pago y de entrega. Este proceso se cumple más cuando la transacción se desarrolla en un mercado externo (de otro país). Pensamos en la sola localización de los potenciales compradores extranjeros. Claro está que esta información sobre demanda externa puede obtenerse a través agencias especializadas; pero un estudio de mercadeo internacional cuesta. También existen otras alternativas: los "Directorios Empresariales", las revistas especializadas; aquí el costo de la información inicial puede ser nulo; lo mismo ocurre cuando terceras personas (familiares, amigos, otros empresarios) ponen al tanto al productor, de una "oportunidad de exportar". Las acciones de promoción de los productos en otros mercados del mundo pueden significar, en algunos casos, inversiones de capital: cuando el empresario viaja personalmente, o lo hacen representantes de ventas, por ejemplo. Estudios recientes sobre el tema indican que el 44% de los pequeños y medianos industriales se iniciaron en la exportación por visita a la fábrica o al taller del comprador extranjero, generalmente representante de cadenas de almacenes que tienen su centro

de acción en EE.UU o Europa ((1) Cabrera, Javier; op. cit. p. 266. Se deduce a partir del cuadro.)).

Con mucha seguridad, se podría afirmar que los artesanos exportadores corresponden a aquellos que Benbar (2(2) Benbar, Michael. Canales de Información para los exportadores colombianos. Fedesarrollo 1973. Mimeo Cap. III.) llamó "exportadores pasivos": "el mercado viene a ellos". El productor-artesano no tiene tiempo, ni dinero adicional, para informarse sobre alternativas, requisitos y condiciones que la exportación implica.

Para publicitar los productos artesanales, experiencias en otros países han demostrado que el CATALOGO es un mecanismo muy apropiado (3(3) Ver, Norber N. Nelson, Mercado y Venta de artesanías Editimosa- Wileje-México, 1970.). Aquí además de exponer una información detallada sobre la venta de los productos (precios, volúmenes de oferta, condiciones de pago, etc.) pueden destacarse aspectos externos al artículo, como su fabricación manual, sus connotaciones etnográficas, históricas, culturales y regionales. En los países desarrollados el poseer este tipo de mercaderías, ya sean *

b) La Práctica Exportadora

Si conseguir los clientes en el mercado mundial es muy difícil, mantenerse en los mercados de exportación lo es mucho más.

La realización efectiva de la primera y las siguientes exportaciones determina cambios cuantitativos y cualitativos en los procesos de producción y de comercialización de las mercancías. Veamos, entonces, cuales son las nuevas circunstancias de venta en los mercados externos y sus efectos inmediatos sobre la unidad de producción exportadora.

- Incremento de los costos de transporte.

Se explican por el mayor distanciamiento geográfico del mercado. El productor que exporte, debe correr por lo menos con los gastos de transporte interno: desde el taller o sitio de producción al puerto de embarque (puerto marítimo, aeropuerto, o puerto terrestre) a donde confluyen las rutas internacionales. El costo de trasladar productos artesanales -sobre todo de aquellos de cierto volumen como los muebles tallados, por ejemplo- desde regiones aisladas, donde los medios de transporte son muy precarios, en mal estado o ineficientes (caso del Chocó, Nariño, y la mayoría de zonas caracterizadas como artesanales), posiblemente supera el 50% de los precios de venta de estos artículos en el mercado local. Aunque los costos unitarios de transporte

pueden reducirse si se movilizan grandes masas de mercancías; (economías de escala) éstas no están al alcance del artesano, porque sus despachos son muy pequeños en la mayoría de los casos.

- Prolongación del tiempo de pago

La mayor distancia aumenta además el tiempo de pago de las mercancías, dependiendo del estado de los medios de comunicación y de transporte existentes en los países de destino y del manejo de las prácticas crediticias de que Colombia dispone.

Si las ventas realizadas en el mercado extranjero representan una proporción alta del volumen de producción, la demora del pago efectivo de las mercancías, puede afectar notoriamente el ritmo normal de producción. Para evitar el estancamiento o la parálisis de la producción se hace necesario mantener un excedente de capital-dinero (capital de trabajo) y un inventario adecuado de materias primas. En caso contrario al productor no le queda más remedio que acudir al crédito (al mercado extrabancario en el caso del artesano) o adquirir materias primas con crédito comercial, reconociendo sobreprecios (costos de financiamiento). En éstos últimos casos, los gastos adicionales que genera la exportación -intereses, sobreprecios- disminuyen el ingreso neto de las ventas externas.

Sobre el contexto anterior, las dificultades que tiene el artesano para garantizar la producción mientras se realiza el pago efectivo de las mercancías exportadas resultan evidentes: no mantiene excedentes de capital-dinero, tampoco inventarios de materias primas. La salida, si no le pagan a tiempo, es el mercado extrabancario o un crédito comercial costoso.

- Los Pedidos externos: Voluminosos

Otro factor relacionado con la distancia y con las condiciones propias del mercado externo tiene que ver con los volúmenes de demandas externas. La incertidumbre que se deriva de la obtención oportuna de los suministros obliga al comprador extranjero a mantener un inventario relativamente grande de mercancías importadas (inventarios óptimos), para garantizar el flujo normal de ventas. Los pedidos por ésta razón tienden a ser grandes. Además, los costos de transporte, tanto internos como externos, que implica trasladar la mercancía importada hasta el sitio de venta, se reducen cuando se movilizan grandes volúmenes de mercancías.

Los volúmenes mínimos de compra que establece el importador son grandes, e inalcanzables generalmente para el artesano. Para muchos de ellos su ilusión acaba

precisamente cuando, después de exportar las "muestras" con la información pertinente, les llega la confirmación del primer pedido. En el medio artesanal y microempresarial las anécdotas de éste tipo son innumerables. Una muy elocuente: una señora que producía 20 muñecos a la semana, por insinuación y colaboración de un amigo (con alguna experiencia en comercio exterior), exportó unas muestras de su producto a los EE.UU. A los 60 días tenía en sus manos una carta donde le confirmaban un pedido de 5.000 muñecos "para empezar". La señora al mirar la fortuna que se le abría ante sus pies se desplazó por todos lados buscando apoyo financiero y técnico, pero no lo consiguió. Al final, traumatizada por cierto, tuvo que aceptar su incapacidad objetiva para aprovechar esa magnífica oportunidad.

Si la exportación de artesanías se maneja técnicamente y si la articulación con el mercado externo se realiza a través de instancias técnicas y profesionales (no con amigos, familiares o instituciones altruistas como actualmente se hace), los pedidos voluminosos son un requisito que se tiene que enfrentar y resolver. No hay alternativa. Qué tan difícil es lograrlo? Cómo pueden incrementarse los volúmenes de producción artesanal exportables?

c) Los Efectos en el Proceso de Producción

Las circunstancias de venta de las mercancías cambian en un contexto mundial. Las condiciones de producción tienden a modificarse para responder precisamente a esas variaciones del mercado. Hemos considerado ya, como característica del mercado internacional, los volúmenes de demanda relativamente grandes, lo cual determina la utilización de técnicas de producción orientadas a aumentar el volumen de los artículos fabricados, innovaciones tecnológicas que van desde simples cambios en los procesos de trabajo hasta la incorporación de sofisticada maquinaria y equipo.

A nivel del producto-mercancía resulta más práctico, dilucidar las circunstancias de venta en el mercado internacional de las artesanías colombianas, para establecer, sobre esta base, las modificaciones que la práctica exportadora, impone en los procesos productivos.

La competencia se agudiza en el mercado mundial en términos de precios, calidad y presentación de los productos. Veamos cómo las artesanías de nuestro país responden, o deben responder, a éstas exigencias para competir con productos similares, también artesanales o industriales, que provienen de todos los países.

En cuanto a los precios, si al artesano se le pagara lo

justo por los artículos que elabora, con las técnicas y en las condiciones actuales de producción "nuestras" artesanías muy difícilmente podrían competir en los mercados externos. El aumento de productividad y de capacidad de los talleres artesanales no solamente es requisito para responder a los pedidos voluminosos sino también para establecer precios que permitan la competencia y la permanencia en la práctica exportadora.

La calidad de los productos, su consistencia, durabilidad, etc, también son requisitos de venta de primera magnitud. En los países desarrollados la calidad y la presentación del producto, en muchos casos, priman sobre el precio. La calidad de nuestros productos artesanales es deficiente. El artesano la descuida por muchas razones, todas muy objetivas; entre las más frecuentes: no le pagan precios más altos si utiliza buenos materiales, y si los pedidos aumentan de un momento a otro, como no tiene las condiciones para responder eficientemente a mejores demandas, descuida la fabricación del producto en alguna de sus fases, el acabado por ejemplo. Para mejorar la calidad de las artesanías es necesario modificar las condiciones de producción: utilizar herramienta adecuada; incorporar procesos de trabajo más productivos; seleccionar y preparar convenientemente las materias primas utilizadas. Todo esto se consigue con capacitación, asistencia técnica y apoyo crediticio.

La presentación del producto tiene que ver con su forma, diseño, decoración, empaque. Este tratamiento no es sencillo, y se remonta a la misma concepción del producto, antes de elaborarlo efectivamente (el diseño). Las grandes compañías comerciales invierten inmensas sumas de dinero en investigación de mercados, para precisar patrones de consumo y visualizar las tendencias de la demanda. El artesano, si no tiene las condiciones mínimas para producir eficientemente menos las tiene para desarrollar una exitosa presentación del producto. Esto es una labor de expertos en mercadeo, de técnicos en la comercialización.

2. Barreras Institucionales

Son limitaciones por la intervención del Estado como administrador de las ventas externas: autorizaciones, trámites y controles. Un proceso lento y engorroso. Las grandes empresas disponen generalmente de un equipo de expertos que se dedican exclusivamente a realizar las gestiones burocráticas que la exportación implica. Los pequeños y medianos productores que persisten en la práctica exportadora prefieren pagar a un Agente de Aduanas. Estas erogaciones adicionales constituyen "gastos administrativos", que se traducen en disminución de las ganancias esperadas.

El exceso de trámites y papeleos que el gobierno impone a las exportaciones puede afectar significativamente la rentabilidad de la inversión si el tiempo de entrega de las mercancías se demora más allá de lo previsto. En efecto, por un lado, el tiempo de pago de las mercancías aumenta aún más con los agravantes considerados anteriormente; en segundo lugar, las mercancías represadas que no se despachan implican un gravoso lucro cesante con gastos adicionales de almacenamiento o pérdidas efectivas de capital si las mercancías se deterioran.

A todo lo anterior agregamos otro agravante: el incumplimiento en las entregas de acuerdo a fechas pactadas. En muchos casos las trabas burocráticas han determinado el rompimiento definitivo del contacto externo (1 (1) Ver anécdotas y consideraciones sobre éstos aspectos en: Morawetz, David. Por qué el emperador no se viste con ropa colombiana? Fedesarrollo 1973.). De ésta manera, el empresario no solo verá de un momento a otro reducido su mercado sino que además perderá, muy posiblemente, todo el capital que invirtió para localizar el importador extranjero e iniciar con él la venta periódica de sus mercancías.

Como puede observarse el artesano que pretenda exportar encuentra serios obstáculos en el exceso de papeleo y los trámites. El productor-artesano carece de tiempo, capacitación y conocimientos para realizar las gestiones personalmente, tampoco cuenta con los recursos suficientes para pagar los servicios de agentes especializados o para cubrir los gastos adicionales de comercialización. La prolongación de los pagos o la devolución de mercancías por incumplimiento en la entrega pueden ocasionar el fracaso del pequeño productor artesanal.

C. El Estado Colombiano y la Promoción de Exportaciones Artesanales.

Exportar bienes y servicios es una estrategia clave cuando se trata de impulsar el desarrollo económico de un país. La expansión de los mercados, vía exportaciones, posibilita el ensanchamiento y tecnificación de las industrias. El empleo aumenta. Crece el ingreso y la capacidad de compra de aquellos sectores de la población vinculados de alguna manera a las industrias de exportación. Se crean así condiciones favorables de demanda interna para la producción de bienes de consumo, tanto individual como productivo, en la economía doméstica.

Por otro lado, las divisas obtenidas a cambio de las exportaciones realizadas pueden utilizarse para sustentar la compra de medios de producción (maquinaria, equipo, materias primas) que no se producen en la economía nacional.

En fin, el ensanchamiento de los mercados que propicia la expansión de las exportaciones desarrolla condiciones favorables para la acumulación del capital nacional, posibilitando el crecimiento económico y el ascenso de los niveles de vida de la población. En éste contexto se entiende el doble papel que juega el estado colombiano, como promotor y administrador de las ventas externas.

Colombia ha venido institucionalizando mecanismos de fomento a la producción que tienen como mira principal la diversificación de las exportaciones. La historia ha demostrado que no es conveniente ni saludable para la economía depender de las divisas que puede obtener de la venta de un solo producto (el café) o de unos pocos bienes, más grave aún si éstos son productos del sector primario, afectados por inestabilidad y deterioro regular, en términos relativos, de sus precios internacionales.

Únicamente en la post-guerra el Gobierno Colombiano inició su política de promoción de exportaciones. La primera experiencia se remonta a 1948, cuando se estableció un tipo de cambio de "certificado libre" con el propósito expreso de promover exportaciones "menores". En 1959 se instituyó el Plan Vallejo y un año más tarde se formuló un mecanismo de exención tributaria para las utilidades derivadas de la exportación de productos no tradicionales (Ley 81).

Colombia reglamentó su comercio exterior en una forma general y sistemática su comercio exterior solo en 1967, con el Decreto-ley 444, donde además se definió el sistema básico de fomento a las exportaciones menores: el CAT (que sustituye el mecanismo de excepción tributaria consignado en la ley 81), el Plan Vallejo y Proexpo (Fondo de Promoción de Exportaciones). Finalmente, exterior debe mencionarse la "Ley Marco de Comercio Exterior" aprobada en Diciembre de 1963.

Las artesanías que se exportan pertenecen al grupo de las llamadas "exportaciones menores". Resulta por lo tanto importante dilucidar el apoyo efectivo que el estado colombiano ha dado a las actividades artesanales a través de los incentivos creados para promover las exportaciones. Consideremos cada instrumento individualmente.

1. CERT. (Certificado de Reembolso Tributario).

Es un título que el Banco de la República concede al exportador una vez realizada la operación de reintegro (depósito de las divisas obtenidas por la exportación). Libremente negociable, de todo tipo de gravámenes, con el cual se pueden pagar impuestos sobre la renta, a las ventas

y a la importación, una vez cumplido su término.

El CERT se creó en 1983, mediante la ley marco de comercio exterior. Con éste instrumento se pretende fundamentalmente eliminar el elemento de rigidez contenido en la legislación del CAT (al cual sustituye): la revisión anual de la lista de productos con derecho al certificado y los niveles porcentuales de asignación. Así surge un incentivo flexible de carácter tributario, que tiene como objetivo fundamental mantener la competitividad, en cuanto a precios, de los productos colombianos que enfrentan circunstancias difíciles en los países de destino (aranceles, devaluaciones).

Los trámites para obtener el CERT no son complicados, se hacen a través de un intermediario financiero con la presentación del manifiesto de exportación por parte de la administración de aduanas y el reintegro respectivo por parte del exportador. Cumplidos éstos dos requisitos se estima que en 8 días se entregan los CERT. Sin embargo, estudios recientes indican que el 54.8% de los exportadores entrevistados se quejaron de demoras permanentes en la entrega de éstos certificados (que en ocasiones superaban los dos meses). (1 (1) Cabrera R. Javier: op cit. p. 225).

El CERT es el único mecanismo que no discrimina los pequeños productores y exportadores, ya que el porcentaje de asignación se define por producto o capítulo de arancel, sin importar la empresa que lo produce o exporta. Además, en el caso de los productos artesanales debe reconocerse cierto tratamiento preferencial. Uno de los criterios para la determinación del porcentaje de asignación es el valor agregado nacional (exportaciones-importaciones), 100% en el caso de las artesanías con toda seguridad. Esto lo pudimos comprobar revisando los decretos que fijan los niveles de CERT. El Decreto 107 de enero de 1987, por ejemplo, establece tres niveles de CERT: 5%, 9% y 12%. De los 28 productos artesanales, seleccionados para efectos del tratamiento empírico que se expone más adelante, 23 obtienen 9% y los 5 productos restantes el 12% de CERT.

Por falta de información no fué posible estimar el monto de CERT otorgado a los exportadores por concepto de artesanías y estimar la participación de los CERT concedidos en el valor de las artesanías exportadas. En principio, sobre las reflexiones anteriores, nos atrevemos a afirmar que el CERT es un incentivo que estimula la exportación de artesanías.

2. PROEXPO

Es un organismo con una potencialidad enorme para fomentar la exportación de productos colombianos.

Para facilitar la comunicación con los mercados mundiales Proexpo desarrolla publicaciones sobre demandas externas a través de un Boletín Quincenal, una revista especializada ("Colombia Exporta") y un Directorio de Exportadores que se edita anualmente. Sin entrar a considerar lo deficiente de la información en muchos casos, lo grave está en que estas publicaciones no llegan prácticamente a los empresarios.

Con el objeto de ubicar nuevos mercados Proexpo promueve la participación en Ferias y Exposiciones, tanto nacionales como internacionales; coordina la realización de "Misiones Comerciales" de compradores extranjeros a nuestro país o de empresarios colombianos a otras naciones. Dispone además de dos líneas de crédito: Res. 1/83 y Res. 2/81, que muy poco se utilizan, seguramente por el riesgo que implica una campaña publicitaria en el exterior.

Proexpo además desarrolla programas de asesoría técnica en la producción y comercialización de bienes exportables. Otro instrumento muy importante para garantizar las ventas externas: el "Seguro de Crédito a las Exportaciones", también corre a cargo de Proexpo.

No disponemos de la información requerida para establecer el grado de utilización por parte de los artesanos de estos mecanismos para la promoción de los productos nacionales. Si aceptamos que la mayoría de los productores-exportadores desconocen estos mecanismos y programas de fomento a las exportaciones (1), nos atrevemos a afirmar que el apoyo otorgado por Proexpo al sector artesanal colombiano es insignificante.

A Proexpo se lo conoce básicamente por los créditos de fomento a las exportaciones. En efecto esta entidad dispone alrededor de 20 líneas de crédito orientadas a garantizar las ventas externas (capital de trabajo) y a mejorar las condiciones de producción y comercialización de los bienes exportables.

Para estimar el apoyo crediticio de Proexpo a las exportaciones de artesanías, se cuantificó el crédito captado por los 28 tipos de productos que corresponden a 28 posiciones arancelarias, las que describen las artesanías más típicas y representativas; se conformó una muestra con los exportadores de los 28 productos mencionados a lo largo del período de estudio 1983-1986: 298 exportadores. Los resultados se exponen en el siguiente cuadro:

Cuadro No 4.5
Exportaciones de Artesanías Financiadas con
Créditos de Proexpo. Colombia 1983 - 1986 (Miles de Pesos)

	1983	1984	1985	1986
1. Crédito otorgado (Resol 59)	30.566	17.868	36.507	101.542
2. Valor exportado	366.339	266.677	1.004.312	17.370
3. Exportaciones fi- nanciadas 1/2 (%)	8.3	6.7	3.6	

Fuente: Proexpo. Para traducir los dolares a pesos se utilizó la tasa de cambio promedio anual. (Banco de la República).

Como puede observarse es muy baja la proporción de exportaciones de artesanías financiadas por Proexpo. Dos factores explican estos resultados. En primer lugar, éste sector está dominado por comerciantes; a nivel individual puede observarse que para la mayoría de éstos (los seleccionados en la muestra) la proporción de artesanías es relativamente baja con relación al total de exportaciones que realizan; es natural que soporten los créditos con los productos más representativos (otros productos industriales e incluso primarios). Por otro lado, el artesano o el pequeño exportador enfrenta dos tipos de restricciones que hacen casi imposible el acceso a las líneas de crédito de Proexpo: aquellas que impone el mismo Proexpo y aquellas que aplica el intermediario financiero (banco) a través del cual se canaliza el crédito. Lógicamente ~~que~~ que pesan más las exigencias del banco que es, en últimas, gerente y ejecutor del crédito. Pensemos sólo en el estudio de factibilidad que debe sustentar, entre otros requisitos, la solicitud de un crédito de Proexpo. En estas condiciones el artesano queda al margen de toda posibilidad de utilización de éstos recursos de crédito.

3. El Plan Vallejo.

Mecanismo mediante el cual es posible importar, exentos de todo tipo de aranceles e impuestos, insumos (maquinaria, materias primas, equipo) destinados a la producción de bienes de exportación. En principio éste instrumento de promoción de exportaciones no presenta relevancia alguna para el caso de las artesanías, que utilizan el 100% de los insumos nacionales. Sin embargo, si se pretende incrementar la productividad de los talleres, incorporando maquinaria en alguna de las etapas de producción, no puede descartarse la utilización del Plan Vallejo. Es más, es posible que las condiciones de competencia obliguen a incorporar materias primas que no se producen en el país. Es conocido el caso de un pequeño taller de ebanistería que no pudo exportar

unos juguetes didácticos de madera, porque de acuerdo a las normas que exigía el importador, se tenían que decorar los artículos con pintura no tóxica, que no consiguió en el mercado nacional.

4. Las comercializadoras Internacionales

Se crearon en 1979 (Ley 47) con el objeto central de canalizar la oferta exportable, "fundamentalmente aquella proveniente de la Pequeña y Mediana Industria". Reglamentadas por decreto 2874 de 1980, se constituyen en factor de tratamiento central en la "Ley Marco de Comercio Exterior" de 1983.

Disponen de un sistema especial de mecanismos de fomento; créditos subsidiados de Proexpo; facilidades para construcción, arrendamiento o adquisición de bodegas en el exterior, exportaciones en consignación; Plan Vallejo y CERT, tanto para los productores que venden a la comercializadora como para ésta misma. Además de todo esto es importante resaltar el vínculo más estrecho y permanente que tienen con Proexpo, facilitándose así el acceso a todos los programas que ésta entidad cumple en el marco de la promoción internacional de productos colombianos.

Las comercializadoras internacionales son los instrumentos ideales para articular los talleres artesanales con el mercado mundial. Las barreras tanto naturales como institucionales que el mercado mundial plantea a los pequeños productores se podrán eliminar o por lo menos suavizarse con la acción de la comercializadora. Estas empresas disponen de la infraestructura técnica y administrativa que las posibilita para desarrollar todas las acciones que la exportación implica: consecución de los compradores extranjeros, realización de trámites, canalización de los incentivos de fomento a las exportaciones, etc. Los pedidos voluminosos en particular pueden solventarse si existe un ente *que* distribuya adecuadamente las demandas entre los pequeños productores, en las condiciones requeridas. El acceso al crédito institucional y al crédito de fomento por parte de los artesanos también se facilita con la comercializadora internacional de artesanías.

En el caso del Japón en su fase inicial de despegue hacia su desarrollo exportador, las comercializadoras internacionales jugaron un papel fundamental en la estrategia adoptada. Fueron los grandes grupos financieros quienes organizaron "Casas Comerciales" que tenían como objeto central vender en el mercado mundial los productos de pequeñas unidades productivas, incluidos los talleres artesanales. El apoyo de estas empresas fué más allá de lo

financiero: se encargaron de organizar directamente la producción con los talleres artesanales. En esta fusión del capital financiero con el capital comercial, el estado jugó (y ha jugado) un papel fundamental (1). (Ver: Urrutia, Miguel, "El Sector Artesanal en el Desarrollo, 1962).

Una gran limitante que tienen los artesanos para asociarse en una Comercializadora Internacional es el monto de capital exigido: \$15.000.000 de capital pagado, mucho menos de lo que se exige a otra comercializadora cualquiera (\$50.000.000), pero de todas maneras un capital que difícilmente pueden aportar los pequeños productores. Existen otras alternativas: el socio de capital privado y estatal y, la más importante, la reducción de éste monto a niveles que los artesanos efectivamente puedan cumplir (alternativa que tiene que considerar el gobierno si realmente quiere que éste mecanismo de fomento a las exportaciones beneficie a los pequeños productores, como está establecido en la ley que las instituyó).

D. Evidencia Empírica.

Antes de entrar a describir y a analizar las estadísticas que fué posible obtener sobre exportaciones de artesanías colombianas conviene hacer las siguientes aclaraciones y precisiones: (2) (Agradecemos al Dr. Carlos A. Escobar, funcionario de Proexpo, por su valiosa colaboración en el tratamiento de éste tema).

- La escasez de información empírica sobre comercio exterior de artesanías y la dificultad para obtenerla en las condiciones requeridas delimita los alcances de la investigación en éste aspecto. Se pretendió inicialmente cuantificar todas aquellas variables que permiten estimar las dimensiones y las especificidades del sector de exportaciones artesanales de nuestro país: tipos de productos artesanales que se exportan (sectores), valor exportado, destino geográfico, ubicación geográfica y empleo generado. Sobre éstas dos últimas variables no se logró información pertinente. El período de estudio, que inicialmente se había considerado de 10 años, se redujo a 4 años (1983-1986), debido también a la escasez y dificultad para obtener información

- Para la cuantificación de variables se procedió de la siguiente manera: en primer lugar se seleccionó una lista de 28 posiciones arancelarias, que describen productos típicamente artesanales y los más representativos según expertos; éstos dos criterios de escogencia sustentan la representatividad de la muestra.

- El análisis comparativo de los datos obtenidos con otras variables tanto sectoriales como agregadas

8 posiciones
del 4, 5
con
10/19
de
técnicos.

4-0

(exportaciones menores, exportaciones totales, etc.) no tiene mucha relevancia tratándose de una muestra. Es más pertinente inferir las características de la práctica exportadora de artesanías y analizarlas a la luz de los planteamientos expuestos.

1. Análisis Global

Con la lista de 28 posiciones arancelarias que describen productos típicamente artesanales, se identificaron 298 exportadores a lo largo del periodo de estudio 1983-1986. De éstos, 163 (55% del total) son "personas naturales" y el resto (45%) son empresas o sociedades comerciales.

El bajo grado de permanencia de los exportadores que se registran como personas naturales puede inferirse a través de los datos del Cuadro No. 4.6.

Cuadro No. 4.6
Grado de Permanencia de los Exportadores de
Artesanías Registrados

Periodo (años)	Cuatro años 1983-1986	tres años 1983-1986	dos años 1983-1984	dos años 1984-1985
Frecuencia	5	15	15	15

Del total de exportadores de artesanías registrados como personas naturales durante los 4 años de estudio:

Únicamente 5 (3%) exportaron consecutivamente durante los 4 años, 15 (9.2%) lo hicieron durante 3 años (consecutivos o no) y 15 (9.2%) exportaron dos años consecutivos.

Debe aclararse que los exportadores registrados durante 1983 y 1984 son diferentes a aquellos que aparecen exportando en 1984 y 1985. En 1985 el número de exportadores de artesanías aumenta particularmente y 30 de ellos se mantienen aún en 1986, vendiendo en el exterior.

Si tenemos en cuenta que en éste grupo se contabilizan los artesanos-exportadores, la casi nula permanencia demuestra que si bien los artesanos logran hacer una primera venta, difícilmente se mantienen en el mercado externo durante dos años consecutivos. Es posible que inicialmente logren superar algunas de las barreras que el comercio internacional les impone: comunicación con el mercado, perfeccionamiento de la calidad y de la presentación, generalmente asesorados por los mismos compradores; pero en

un tiempo relativamente corto, terminan desistiendo. Que los ahoga? El exceso de trámites? Los desplazan por no ser competitivos sus productos? La demora en los pagos? Es muy factible que se deba a la presencia, de uno, dos o todas estas limitantes analizadas al iniciar ésta parte del trabajo.

Las exportaciones de artesanías realizadas por personas naturales conforman un componente caracterizado por alta inestabilidad. La participación de éstas exportaciones es del 6% en 1983, 37% en 1984, 35% en 1985 y 94% en 1986. Son éstos porcentajes significativos y altamente variables los que explican, fundamentalmente, el comportamiento atípico de las exportaciones de artesanías, tal como se verá más adelante.

Con relación a las "empresas exportadoras de artesanías" se pueden diferenciar las siguientes características: en primer lugar, se identificaron alrededor de 20 empresas comercializadoras especializadas en la venta de artesanías. Muchas de éstas son reconocidos almacenes de típicos y artesanías que se ubican en Bogotá. Las exportaciones que realizan son bastante diversificadas, no se observa una línea de especialización. Otra característica que sobresale con éstas empresas es la permanencia en el mercado mundial a todo lo largo del periodo de estudio. Las exportaciones realizadas por éstas empresas constituyen el componente estable de las exportaciones artesanales de Colombia.

Dentro del grupo de empresas exportadoras puede apreciarse también un buen número de ellas que exportan eventualmente. Algunas son grandes fábricas que nada tienen que ver con artesanías, por ejemplo, Gillete de Colombia; muy seguramente las artesanías registradas por éstas empresas son regalos (souvenirs) que se despachan con los artículos propios de producción. Otras son empresas ubicadas en el sector de producción, que exportan artículos similares, pero industrializados; caso de Industrias de Vidrios Feldar. Este tipo de exportaciones incrementa aún más el componente inestable de las exportaciones artesanales de Colombia.

Artesnías de Colombia hace parte de las empresas exportadoras de la muestra.

Entre las estrategias concebidas para el logro de sus objetivos, entre sus estatutos se estipula: "comercializar primordialmente en el exterior directamente o a través de intermediarios, productos artesanales colombianos". Artesanías de Colombia exportó artículos artesanales por un valor de US\$40.775 en 1985 y en 1986 US\$39.612. ~~Con estas cifras realmente insignificantes en términos absolutos.~~ Ahora, teniendo en cuenta las 28 posiciones arancelarias

seleccionadas para este estudio, Artesanías de Colombia exportó, en 1986, US\$ 24.332, ~~el 0.1% del total de las exportaciones realizadas en el año mencionado. Estos datos hablan por sí solos de las limitaciones de esta empresa como intermediaria de la comercialización internacional de las artesanías colombianas.~~

2. Análisis Sectorial

La evolución de las exportaciones artesanales de Colombia (dólares FOB) a lo largo del período de estudio se caracteriza, tanto en términos generales como por sectores, por un comportamiento atípico.

La tasa promedio de crecimiento para el período de estudio es muy alta (100%), explicada en primera instancia por crecimientos exagerados de cuatro sectores: el 3909 (industrias manufactureras diversas; muñecas de trapo), el 3214 (tapices y alfombras), el 3319, (otros artículos de madera y corcho) y el 3212 (artículos confeccionados de materiales sintéticos, excepto prendas de vestir) Ver Cuadro No. 4.7. Sin embargo es importante considerar que en 1984 las exportaciones artesanales tienen una abrupta caída del 43%, reducción que afecta a todos los sectores con excepción de los productos metálicos. Esas variaciones tan bruscas de incrementos y decrecimientos de un año a otro no pueden considerarse normales.

El cuadro No. 4.8 establece la importancia relativa de los productos artesanales exportadores y su evolución a lo largo del período de estudio. Puede observarse una tendencia de concentración en 3 o 4 sectores de actividad artesanal, que varía de un año a otro, demostrando que no se perfila un patrón de especialización. La exportación de envases de madera y de café y artículos menudos de café es una excepción; mantiene una participación relativamente alta, alrededor del 21%, a lo largo del período de estudio.

Del análisis de éstos resultados queda muy difícil proponer acciones de política orientadas a promover la exportación de actividades artesanales que sean dinámicas o más estables o relativamente más importantes en la práctica exportadora del país.

Evolución de las Exportaciones de Artesanías por Sector Productivo
(Miles de dólares)

SECTOR	DESCRIPCION
--------	-------------

15/82

3211	Hilado tejido y acabado de textiles
3212	Artículos confeccionados de materiales textiles, excepto p
3213	Tejidos de punto
3214	Tapices y alfombras
3220	Prendas de vestir excepto calzado
3240	Otros artículos excepto de caucho vulcanizado o modelado o
3312	Envases de madera y de caña, artículos menudos de caña
3319	Otros artículos de madera y corcho
3610	Objeto de barro loza y porcelana
3620	Vidrio y productos de vidrio
3819	Otros productos metálicos excepto maquinaria y equipo
3909	Industrias manufactureras diversas

Total

Fuente: Registros de Exportación

Cuadro No. 4.8

Estructura y Evolución de las Exportaciones de Artesanías por
(Porcentajes)

SECTOR CIIU R2	DESCRIPCION
3211	Hilado, tejido y acabado de textiles
3212	Artículos confeccionados de materiales textiles, excepto p
3213	Tejidos de punto
3214	Tapices y alfombras
3220	Prendas de vestir excepto calzado
3240	Calzado excepto de caucho vulcanizado o moldeado de plásti
3312	Envases de madera y de caña, artículos menudos de caña
3319	Otros artículos de madera y corcho
3610	Objetos de barro loza y porcelana
3620	Vidrio y productos de vidrio
3819	Otros productos metálicos excepto maquinaria y equipo
3909	Industrias manufactureras diversas
Total	

FUENTE: Registros de Exportación. NC: No Cuantificable

3. Destino Geográfico

El cuadro No. 4.9 muestra la evolución de las

exportaciones colombianas teniendo en cuenta actividades artesanales (Sector CIIU, Rev 2 o 4 dígitos) y destino geográfico (región geográfica).

Para objeto de análisis el Cuadro No. 4.10, es más funcional.

Estrictamente no podemos hablar de un mercado que concentre el mayor volumen de importaciones de artesanías colombianas. En 1984, Norteamérica (básicamente EEUU) capta el 41% de las exportaciones de artesanías de Colombia, traducándose así en el primer mercado externo para éstos productos. Sin embargo esto no ocurre en los otros años, donde la preponderancia la tiene Centro América (1983) y Sur América (1985 y 1986). De todas maneras las tres regiones mencionadas constituyen los mercados más importantes para los artículos artesanales de Colombia.

Europa, Australia y los países asiáticos no son mercados importantes para nuestras artesanías. Las rutas a éstos países son escasas, el transporte resulta costoso, la transacción monetaria se complica más, prolongando el tiempo de pago de las mercancías. El pequeño artesano no puede soportar todos éstos factores que determinan un alejamiento extremo del mercado. Por su parte los comerciantes enfrentan problemas de volumen y también de calidad, para exportar hacia estos países. Solo unos despachos relativamente grandes compensarían el enorme efecto que tienen los costos del transporte sobre los precios de venta en esos mercados. Sin el apoyo decidido y efectivo del estado, nunca se podrá aprovechar toda la potencialidad de demanda que existe para los productos artesanales en particular en los países europeos y las economías asiáticas.

Si relacionamos los sectores, que resumen las actividades artesanales consideradas, con el destino geográfico de las exportaciones de artesanías, observamos que los países vecinos de Centroamérica y Sur América son los compradores más importantes de artesanías de utilería (textiles, prendas de vestir). EEUU por su parte es un buen mercado para artesanías decorativas (artículos de madera y de corcho, productos de vidrio, etc.) aunque también ciertos artículos artesanales útiles tienen allá aceptación. EEUU es un enorme mercado, particularmente para éste tipo de productos, que podría aprovecharse con un mayor apoyo del gobierno: ampliando y modernizando las redes de comunicación y de transporte con éste país, eliminando o reduciendo las trabas burocráticas, facilitando el acceso a los mecanismos de fomento a las exportaciones, fundamentalmente a los programas especiales de promoción de Proexpo y al Plan Vallejo.

En resumen, para el pequeño productor, para el

artesano, es muy difícil exportar, vender sus productos, por cuenta propia, en otros mercados del mundo. No dispone de un capital adecuado, ni de condiciones básicas de producción, administración, capacitación y organización para sobrepasar las enormes barreras, tanto naturales como institucionales, que los requerimientos del mercado internacional les impone. Si logran articularse de alguna manera con el mercado externo, exportan una, dos, hasta 5 veces tal vez (2 años resisten en términos de tiempo) pero son repelidos tarde o temprano por las condiciones de competencia internacional.

NOTA: Cuadro No. 4.9

NOTA: Cuadro No. 4.10

La mayor limitante que enfrentan es la de los volúmenes de ventas que exigen las circunstancias del mercado mundial. Las bajas escalas de producción impiden la participación del artesano en condiciones de competencia. Asociado a los problemas de escala de la producción, aparecen como limitantes: los costos, el transporte, la durabilidad, el diseño, la calidad y la presentación de los productos.

Las políticas y mecanismos diseñados por el Estado para promover y fomentar las exportaciones están muy lejos de beneficiar al productor artesanal.

Las barreras naturales que impone el mercado mundial al pequeño productor se aumentan con las políticas y mecanismos creados por el Estado Colombiano como administrador de las ventas externas. Los largos, complejos y dispendiosos trámites que exige el INCOMEX y la Administración de Aduanas difícilmente pueden sortearlos las grandes empresas, a costo administrativos muy altos; manteniendo un equipo de expertos dedicados exclusivamente a las gestiones que la exportación implica. El artesano que tenga la oportunidad de exportar no tiene tiempo para tramitar personalmente; tampoco tiene excedentes de capital para pagar técnicos o un agente de aduanas. De una cosa tenemos que estar seguros; el mercadeo internacional es la opción más adecuada (tal vez la única) para fomentar el sector artesanal de nuestro país. Al gobierno le corresponde, principalmente, hacer viable esta alternativa.

En las condiciones descritas, la participación del sector productor de artesanías en el comercio exterior del país es sumamente baja. La existencia de múltiples barreras y limitaciones le impiden al sector tener una participación adecuada y deseable para su desarrollo.

Asociado con los puntos anteriores se concluye que para lograr las metas de mayor participación en las exportaciones, además de los cambios en las políticas de

comercio exterior en relación con el sector, es necesaria la implementación de programas que mejoren la producción interna, principalmente en el campo de las escalas de producción; la consecución de materias primas a precios y calidades satisfactorias; los diseños, empaques y las formas de presentación; y la gestión y capacitación del artesano en el campo de la gestión y administración empresarial.

E. Las Políticas de crédito para el sector Productor de Artesanías

El crédito tiene una importancia determinante en el desenvolvimiento del sector artesanal. En la literatura consultada sobre artesanos y artesanías siempre se identifica la carencia de crédito como una limitante para su desarrollo. Los argumentos que respaldan ésta afirmación son varios: el crédito es limitado o bien por el número de instituciones que lo conceden o bien por el monto total de préstamos; el acceso a un crédito requiere de tantos requisitos que la mayor parte de los artesanos encuentran difícil poder cumplirlos o carecen de las garantías o respaldos reales que les permitan optar por un préstamo.

Adicionalmente son pocas las campañas realizadas para divulgar la posibilidad de obtener un crédito y pocos los conocimientos que tienen los artesanos sobre las oportunidades de crédito, sus condiciones, beneficios o inconvenientes. Muchos ni siquiera se acercan a solicitarlo porque de plano piensan que no es para ellos. Por último las condiciones de pago y los plazos muchas veces no tienen en cuenta factores como ciclos buenos y malos en las ventas durante el año, lo cual hace que se dificulte el cumplimiento en los pagos y plazos.

Por su lado las instituciones que conceden el crédito justifican la necesidad de tal o cual requisito en aras de obtener un respaldo confiable para recuperar sus préstamos. Así mismo, saben o por lo menos intuyen, que la actividad artesanal se desarrolla con poca organización en términos de su contabilidad y manejo administrativo y que el nivel educativo es bajo. De ahí que algunas líneas de crédito tengan como requisito haber cumplido alguna etapa de capacitación en el SENA.

A pesar de la importancia que tiene el crédito para el desarrollo del sector, no existe información suficiente para adelantar un estudio de su comportamiento en relación con el sector artesanal. Con las limitaciones en la información disponible, se intentó en ésta sección analizar su comportamiento, los recursos disponibles para el fomento de la actividad y las políticas diseñadas para proveer de recurso a los productores artesanales.

En Colombia sólo a partir de los años sesenta se inicia una política de apoyo a la pequeña y mediana industria. En 1960 comienza a funcionar Artesanías de Colombia, entidad creada a fines de 1959. En 1961 el Banco Popular formula algunas políticas de apoyo a la pequeña y mediana empresa, en la que se incluyen explícitamente las empresas de menos de 10 trabajadores. En 1964 se inician los programas de crédito de la Caja Agraria destinados a financiar la pequeña y mediana producción agroindustrial y minera en zonas rurales y pequeños municipios. En 1967 se funda la Corporación Financiera Popular, con el objeto de apoyar la creación de empleo en las firmas más pequeñas. Por último en 1968 se crea el Fondo Financiero Industrial con el fin de otorgar crédito a la pequeña y mediana industria.

A partir del año 68 se consolidan las políticas encaminadas a la protección y desarrollo del sector informal, incluidas las pequeñas empresas. Las recomendaciones de organismos internacionales y los planes de desarrollo elaborados durante este período, abundan en argumentos que señalan las bondades de financiar las unidades de producción a pequeña escala. Los programas de apoyo se fundamentan y desarrollan con base en la implementación de tres componentes principales: crédito, capacitación, asesoría técnica y administrativa. Adicionalmente, durante este período se crea el Fondo Nacional de Garantías con el objeto de facilitar el acceso al crédito a las empresas más pequeñas carentes de garantías hipotecarias.

En lo que respecta a los fondos disponibles para créditos destinados al sector artesanal, estudiamos en este capítulo los provenientes de la Caja de Crédito Agrario, la Corporación Financiera Popular y Artesanías de Colombia. Las cifras que se analizan, con excepción de las disponibles en Artesanías de Colombia, hacen referencia a la pequeña industria, en donde se incluye los destinados al sector artesanal. Por tanto, las cifras deben tomarse como indicadores aproximados del apoyo institucional a este tipo de unidades.

En general puede decirse que el apoyo otorgado por las instituciones a las pequeñas unidades ha sido realmente marginal en términos de los montos del crédito. En el caso de la Caja Agraria, los préstamos al sector artesanal (1). (La definición de artesanal que se encuentra en las estadísticas disponibles de la Caja Agraria no hacía referencia exclusiva a la producción artesanal; dentro de este concepto se incluye el crédito otorgado a pequeñas unidades dedicadas a otras actividades) aumentan en términos absolutos. Lo mismo sucede con la participación respecto al crédito otorgado al conjunto de la industria. Sin embargo, los niveles alcanzados hasta la fecha pueden considerarse

bajos tal y como se observan en las cifras del Cuadro No. 4.11.

NOTA: Cuadro No. 4.11

El crédito otorgado por la Corporación Financiera Popular a través de sus diferentes programas y líneas de crédito, presenta tendencias similares. Las cifras del Cuadro No. 4.12 indican que los créditos para el conjunto de la pequeña y mediana empresa disminuyen durante el periodo 1983-1986, restringiéndose de ésta manera la cobertura crediticia. En términos de valor, los créditos otorgados crecen aumentándose el promedio por unidad financiada. La participación de la pequeña industria artesanal disminuye durante el período tanto en términos de volumen de usuarios como en los valores totales recibidos. Para el caso de la pequeña industria artesanal es notoria la disminución del número de créditos y su valor para el periodo 85-86, lo que refleja cambios en las políticas de fomento del sector.

NOTA: Cuadro No. 4.12

El crédito otorgado por Artesanías de Colombia a través de la línea BID se ha incrementado progresivamente tanto en su número como en su valor durante el periodo 83-86. (ver cuadro No. 4.13). Sin embargo, el incremento de la cobertura ha significado una disminución del valor promedio de los créditos, que en las condiciones actuales de inflación resultan insuficientes para los artesanos. Si tenemos en cuenta que el universo posible de unidades artesanales está constituido por un amplio número de unidades productivas ubicadas en las áreas urbanas y rurales del país, la política de crédito de Artesanías de Colombia puede considerarse marginal.

En la actualidad Artesanías de Colombia ha suscrito un convenio de crédito con la Caja Agraria que tiene como meta el mayor estímulo a los productores artesanales y el aumento de los niveles de empleo.

NOTA: Cuadro No. 4.13

El comportamiento de las cifras analizadas, además de mostrar una baja cobertura de las políticas de apoyo a la pequeña empresa vía crédito, muestran una discriminación contra las unidades de pequeño tamaño dada la mezcla indiscriminada de unidades de diferente naturaleza. Las instituciones, excepto Artesanías, aplican una política y unos mecanismos similares para todo tipo de empresas, lo que tiene como resultado que el crédito sea absorbido por las empresas medianas, con el resultado de que las más pequeñas, incluidas las de producción de artesanías, continúen marginadas del crédito institucional. Adicionalmente, no

existe ninguna claridad en las políticas de crédito hacia el sector artesanal, al que se le da un tratamiento similar al de la microempresa y la pequeña y mediana industria.

V. ESTRATIFICACION DE LA PRODUCCION ARTESANAL

A continuación se presenta una rápida visión de la evolución histórica de la producción artesanal en Colombia y su relación con los procesos de desarrollo social y económico. La importancia de esta visión histórica radica en la necesidad de comprender la dinámica de un sector económico que ha logrado perpetuarse a través del tiempo no obstante el acelerado desarrollo industrial experimentado por el país durante el último siglo.

Por otra parte, se presentan los aspectos metodológicos contemplados en la estratificación de la producción artesanal y sus resultados, los cuales han servido de base para la elaboración de la muestra.

A. Antecedentes Históricos

El trabajo artesanal en Colombia tiene sus orígenes en el pasado aborigen. A éste respecto son numerosas las crónicas en las cuales se menciona la existencia de actividades de tipo artesanal, desarrolladas especialmente por los grupos culturales asentados sobre la cordillera Oriental (en territorios pertenecientes en la actualidad a los departamentos de Santander, Boyacá y Cundinamarca). De la misma forma, es importante el aporte de la investigación arqueológica en el conocimiento del origen de algunas industrias autóctonas, entre las cuales se destacan la cerámica, cuyo desarrollo se encuentra asociado a la gran mayoría de las culturas nacionales; el tejido de algodón, desarrollado principalmente por los grupos que habitaron el departamento de Santander; y la orfebrería, que se constituyó en especialidad de aquellas culturas que tuvieron su desarrollo en regiones pertenecientes a los actuales departamentos de Caldas, Risaralda, Quindío, Valle, Tolima, Córdoba, Magdalena y Cundinamarca.

Algunos documentos del siglo XVI hacen referencia a la existencia de ésta actividad:

" ... con las mantas que tejían pagaban los indios en los primeros tiempos, las demoras a sus encomenderos y los requintos a su Majestad, y desde 1555 se juzgó necesario prohibir la sacada de mantas del Reino para Popayán y otras partes, a fin de evitar la escasez y el encarecimiento "

(1) (Ibot León, en Ospina Vásquez, Luis. Industria y Protección en Colombia 1810-1930. E.S.P. Medellín, 1955. Pag. 62).

A partir del proceso de conquista y de colonización de nuestro territorio, el trabajo artesanal se fortalece, localizándose especialmente en los primeros centros urbanos y sus áreas circundantes (Santa Fé de Bogotá, Tunja, Vélez, Pasto y Socorro), erigidos como centros de intercambio de los productos agrícolas y por ende, centros de comercio de los productos manufacturados.

Por esta razón, estas ciudades se colocan a la vanguardia en la producción artesanal, y su supremacía se hace manifiesta hasta los primeros años del presente siglo. Los principales sectores manufactureros del país durante los siglos XVII y XVIII fueron el tejido y la actividad cerámica, los cuales tuvieron una gran participación en los mercados locales. Desde el punto de vista tecnológico, puede señalarse que los tejidos experimentaron cierto desarrollo tecnológico, expresado en la incorporación de adelantos de origen europeo y el uso de nuevas materias primas, tales como la lana, en tanto la producción cerámica continuó llevándose a cabo mediante el empleo de tecnologías rudimentarias.

"Desde los primeros años de la Colonia hallamos que la actividad manufacturera del país, que prácticamente se reducía a la producción de textiles ordinarios de lana y algodón, se ha localizado en lo que es hoy el norte del departamento de Cundinamarca y porciones de Boyacá y Santander. Estos centros manufactureros fueron una pieza esencial en la vida económica del país". (1) (Ibid, Pag. 62).

Debido al aislamiento geográfico entre las diferentes regiones del Nuevo Reino de Granada y la escasez de vías que impedían una fácil comunicación, la producción artesanal durante los siglos XVII y XVIII tuvo un carácter eminentemente regional.

Un aspecto que garantizó la supervivencia del trabajo artesanal en nuestro territorio durante la época colonial, consistió en la gran demanda que tuvieron los productos manufacturados de origen nacional; debido a los altos costos de las mercancías importadas, y a la buena calidad de los productos nacionales, entre los cuales valen la pena destacar: los productos textiles y las prendas de vestir.

"... con pocas excepciones, los productos extranjeros no suplían los de producción nacional dados en el mismo sitio de consumo o a mediana distancia de él, dentro del país: no lo permitían las estorbosas regulaciones comerciales y los costos del viaje por mar y en el interior; aún en el grupo de los artículos manufacturados sucedía algo parecido: las ropas del Reino y de Pasto -en el uso de la época "ropa" designaba cualquier producto textil- y algunos

otros Artefactos de producción nacional se consumían en todo el país". (2) (Ibid, Pag. 34).

Durante el siglo XIX, el trabajo artesanal tuvo un gran despliegue. No obstante el bajo nivel tecnológico empleado por los artesanos locales, el volumen de producción era apreciable y el mercado de estos productos superó los límites regionales. A esto contribuyeron principalmente las políticas oficiales de tipo proteccionista, expresadas en altos gravámenes para la importación de los artículos extranjeros cuya producción se pretendía fomentar en el país, y el desarrollo incipiente de la producción nacional de tipo industrial. Así, en 1850, la producción textil de las provincias del Socorro, Tunja, Popayán y Pasto no solo estaba dirigida al mercado local, sino además era comercializada en los mercados de Antioquia, Venezuela y Ecuador (1). (Ibid, Pags. 137, 224 y 320). De igual forma, los productos cerámicos y los tejidos de lana y algodón del altiplano cundiboyacense, conservaron su importancia ante la poca competencia que ofrecían los productos extranjeros o semi-industriales de origen local.

Otro sector que tuvo gran importancia durante el siglo XIX fue el de elaboración de sombreros "Panamá" conocido desde hacía mucho tiempo en la provincia de Pasto, y que toma gran fuerza en Barichara, "Santa Fe de Antioquia, Aguadas, Suaza y Timaná, de donde se exportaron buenas cantidades para Venezuela, las Antillas y el sur de los Estados Unidos". (2). (Ibid, Pag. 227). De la misma forma, "el trabajo del fique, sin mucha competencia del exterior y ciertos ramos: zapatería, talabartería, ebanistería, son los preferidos de los consumidores locales". (3) (Ibid Pag. 138).

Por su parte, "en 1880, se fundó en Rionegro una escuela de cerámica por cuenta del Estado de Antioquia, la cual permitió en los municipios del Oriente de Antioquia el desarrollo de la producción cerámica, que ha conservado hasta hoy una curiosa forma de vida, mitad campesina, mitad capitalista. Las principales localidades productoras fueron Granada, La Unión, Santuario y Carmen de Viboral". (4). (Ibid Pag. 313).

Un aspecto de gran importancia que señalan tanto Mollien (5) (Ibid Pag. 178) como Ancizar (6) (Ancizar, Manuel. Peregrinación de Alfa. Colección Banco Popular. Bogotá, 1970. Volumen 5. Pag. 153) del trabajo artesanal en nuestro territorio durante el siglo XIX, es la gran capacidad de la oferta de este tipo de artículos, no obstante el bajo nivel tecnológico empleado en su producción. Tal vez el factor que mejor puede explicar este fenómeno radica en el gran volumen de población empleada en este tipo de actividad. Así, la actividad artesanal en el

siglo XIX es llevada a cabo por personas residentes en las zonas urbanas y rurales del país, encontrándose muy ligada a los procesos agrarios de aquellas regiones, donde la artesanía tuvo un gran desarrollo.

Durante las primeras décadas del siglo XX, la producción artesanal se vio afectada profundamente por sucesos de índole tanto nacional como internacional. El desarrollo industrial del país, especialmente del sector textil, cuyo mercado tuvo un gran alcance nacional, debido al desarrollo de las vías de comunicación, afectó la producción artesanal de éste tipo de bienes que venían produciéndose en algunas regiones desde el siglo XVIII. Por esta razón, algunos centros productores de tejidos de algodón de tipo tradicional "se fueron pasando hacia los tejidos de fique" (1) (Ospina Vásquez, Luis. op. cit. Pág. 407) en tanto este tipo de producción tradicional subsistió en algunas localidades del altiplano Cundiboyacense y Nariño "(Soatá, Garagoa, La Floresta, Iza, Pasto e Ipiales) donde sus habitantes debían parte de su subsistencia a los tejidos que fabricaban". (1) (Ospina Vásquez, Luis. op. cit. Pág. 407).

Por su parte, la Primera Guerra Mundial afectó enormemente, el mercado de los famosos sombreros "Panamá", lo cual determinó la desaparición de ésta actividad en las localidades de Santander, sobreviviendo en aquellas del Viejo Caldas (Aguadas y Pácora), Huila y Nariño, cuya producción estaba dirigida principalmente hacia el mercado nacional y en menor grado a la satisfacción de una reducida demanda externa. (2) (Ibid, Pág. 409).

De la misma forma, otros ramos como la cerámica se vieron afectados por el surgimiento de la producción industrial de hierro, aluminio, loza y vidrio que inundaron el mercado a partir de la década del 30, limitando su producción y consumo a sus zonas tradicionales.

En conclusión, puede señalarse que el trabajo artesanal en Colombia tiene sus orígenes en la época prehispánica, donde la gran mayoría de las culturas que poblaron el territorio nacional desarrollaron la producción de objetos de diversa índole. Estas condiciones previas, sirvieron de base para el desarrollo de la actividad artesanal durante la época colonial. A éste respecto Ospina Vásquez señala: "la primera producción industrial colonial floreció donde había sobrevivido una población indígena importante, y que ya desde antes había desarrollado sus aptitudes para éste género de operaciones". (3) (Ibid, Pág. 63).

Un aspecto importante que favoreció el desarrollo de la actividad artesanal durante el período colonial, estuvo relacionado con la gran demanda que tuvieron en el país los

productos artesanales, debido a la escasa competencia que ofrecían los productos extranjeros, como consecuencia de su alto valor y de las estorbosas regulaciones de tipo comercial a las que estuvieron sometidos a lo largo del período. De igual forma, durante el siglo XIX, la artesanía ocupó un lugar importante en la oferta de artículos, importancia que se mantuvo hasta las primeras décadas de este siglo, cuando empieza a ser desplazada del mercado por la producción industrial.

Una característica de la producción artesanal a lo largo de la historia es su estrecha vinculación con las actividades agrícolas. Si bien el trabajo artesanal tuvo su desarrollo en las áreas circundantes de las primeras ciudades coloniales, en la actualidad sus principales centros de producción se hallan localizados en las zonas rurales o urbanas de aquellos municipios donde la influencia del desarrollo industrial y de la agricultura capitalista no se ha hecho evidente. Es por ello que cualquier explicación del origen y desarrollo del trabajo artesanal en Colombia deba llevarse a cabo desde una perspectiva que contemple la transformación del país durante el presente siglo y el papel que en su evolución social y económica ha jugado el desarrollo agrario e industrial.

B. Metodología

La elaboración de una estratificación de la producción artesanal surgió de la necesidad de efectuar un diseño de muestreo eficiente para efectos de la selección de las unidades de análisis. El sustento de este ejercicio fue el banco de datos de los municipios artesanales.

De acuerdo con los objetivos y el carácter particular de este trabajo, se abordó el problema desde una nueva perspectiva, buscando analizar el desempeño de esta actividad, en su relación con las dinámicas de tipo económico y social presentes en las diferentes regiones del país.

Por este motivo, el primer paso ha sido estratificar los municipios artesanales colombianos de acuerdo con sus características socioeconómicas, para proceder a clasificarlos de acuerdo a la presencia en ellos de los oficios artesanales básicos: cerámica, tejido, talla, cuero y otros oficios.

1. La estratificación Socioeconómica de los Municipios Artesanales.

La aproximación a la forma de producción de los municipios se orientó hacia la tecnología agrícola utilizada y los niveles de productividad de diferentes cultivos. En

principio se consideraron tres formas de producción, a saber: a) la moderna, caracterizada por la utilización de tecnologías de alta productividad; b) la tradicional, que se caracteriza por el empleo de tecnologías de baja productividad; c) la intermedia o de transición, que se caracteriza por una estructura mixta. La clasificación de los municipios se hizo de acuerdo con la forma predominante de producción, según la mayor extensión en área de cultivos asociada a una forma de producción en cada municipio.

De otro lado, el nivel socioeconómico del municipio se estableció mediante un índice con base en las siguientes variables: educación (medida por niveles de alfabetización), ingreso (medido por el ingreso per cápita) y nivel de servicios (medido por el porcentaje de viviendas con acueducto, con alcantarillado y el porcentaje de viviendas con electricidad).

La estratificación se logró a través del agrupamiento de los municipios en las tres formas de producción y en dos categorías, de acuerdo a su nivel socioeconómico.

En la primera aproximación a la estratificación de la producción artesanal en Colombia, se tomaron 394 municipios donde se identificó la presencia de alguna forma de producción artesanal. Estos municipios se encuentran agrupados en alguno de los seis estratos generados dentro del ejercicio.

NOTA: Cuadro No. 5.1.

Las características socioeconómicas de los municipios artesanales de acuerdo a su estrato se describen a continuación:

a) Estrato Alto-Moderno

Valledupar, Santa Marta, Montería, Cali, Purificación, Buga, Guamo, Medellín, Espinal, Guarne, Ibagué, Girardot, Buenaventura, Cereté, Codazzi, Bahía Solano, Agua de Dios, Palmira, Jamundí, Palermo y Sabaneta.

Desde el punto de vista geográfico, éstos municipios se hallan localizados sobre los valles de los grandes ríos (Magdalena, Cauca, Saldaña, Sinú, etc.) con predominio de climas cálidos y suelos que presentan una alta calidad agrológica, factores que determinan el tipo de economía que se lleva a cabo en estas regiones. En relación con los servicios públicos, puede observarse una amplia cobertura urbana y rural de los servicios de acueducto, alcantarillado, luz eléctrica y telefonía, contando a su vez con una buena infraestructura de servicios sociales (salud y educación) y de vías de comunicación.

La economía de estas regiones se caracteriza por el desarrollo de cultivos comerciales (caña de azúcar, algodón, arroz, sorgo, banano y palma africana) y por el desarrollo de una ganadería tecnificada. A esto debe sumarse un desarrollo importante de la actividad comercial y del sector de servicios, que se constituyen en importantes fuentes de ingreso de la población. En estas regiones la actividad artesanal se presenta, salvo contadas excepciones, como una actividad económica suplementaria, realizada en épocas de receso de la actividad agrícola.

b) Estrato Bajo Moderno

Momil, Cogua, Apartadó, Chocontá, San Juan del Cesar, Abejorral, Chigorodó, Cucunubá, Natagaima, San Pelayo y Turbo.

Los municipios localizados dentro de este estrato poseen características geográficas y económicas similares a los localizados en el estrato Alto Moderno. Considerando que gran parte de ellos se localizan en zonas marginales, puede observarse una baja cobertura de los servicios públicos y sociales y una precaria infraestructura de vías de comunicación.

En estas localidades, las actividades comerciales y de servicios son menos intensas, generando una baja demanda de mano de obra. Es por ello que la actividad artesanal se presenta durante algunos meses del año, como una estrategia de la población para suplir los bajos ingresos provenientes de otras actividades económicas, especialmente agrícolas y pecuarias.

c) Estrato Alto Mixto

Pasto, Chía, Ipiales, Tenjo, Salento, Zipaquirá, Manizales, Gachancipá, Sogamoso, Guasca, Nemocón, Envigado, Simijaca, Belén, Carmen de Viboral, Chiquinquirá, Chita, Quitama, Tutasá, Cajicá, Sesquillé, Cóbbita, San Pedro, El Cocuy, Sogamoso, Guacamayas, Santa Rosa de Viterbo, La Ceja, Siachoque, Belén, Soatá, Susacón, Firavítoba, Tibabosa, Nobsa, Marulanda, Cajicá, Cáqueza, Fomeque, Funza, Guachetá, Pamplona, Ubaté, Lenguaque, Guatapé, Pasca, Cerinza, Sopó, Monguí, Zipacón, Paipa, Cumbal, Salamina, Chitagá, Silvia, Silos, Gachancipá, Cerrito, Guasca, Concepción, La Calera, Mutiscua, Villapinzón, Tibaná, Pasca, Cota, Tuta, Guicán, Tabio, Pupiales, Ramiriquí, Guatavita, La Unión, Soacha, Belmira, Villa de Leiva, Túquerres, Santa Rosa de Osos, Villamaría, Paz del Río, Salamina, Mosquera, Corrales, Sibaté, Madrid y Facatativá.

Estos municipios se hallan localizados en la Región

Andina (Cordilleras Oriental, Central y Macizo Colombiano), donde predomina el piso térmico frío, con suelos que se caracterizan por una alta calidad agrológica (especialmente en la Sabana de Bogotá y los Valles de Ubaté, Tundama y Chiquinquirá).

En estos municipios puede observarse una buena cobertura de los servicios públicos (acueducto, alcantarillado y energía eléctrica), tanto en las áreas urbanas como rurales, así como de los servicios sociales (salud y educación), contando así mismo con excelentes vías de comunicación.

→ La economía de estos municipios se caracteriza por el desarrollo de cultivos de tecnología "mixta", tales como papa, trigo, cebada, zanahoria, maíz y café de tipo tecnificado, este último especialmente en aquellos localizados sobre la Cordillera Central. Otro renglón importante en la economía de estas regiones es la ganadería tecnificada, orientada hacia la producción lechera, la cual junto con el cultivo de flores, se han constituido en fuente de ingresos para un gran volumen de población. De la misma forma, estos municipios presentan una importante vocación artesanal, la cual se constituye, en algunos de ellos, en la principal actividad económica que desarrolla la población.

d) Estrato Bajo Mixto

Chiscas, Tinjacá, Ráquira, Marinilla, Tota, Córdoba, Contadero, Iza, Guachucal, Aquitania, San Mateo, Guaca, Mallama, Santa Cruz, Jenesano, Caldas, Iles, Sátivasur, Gámeza, Ospina Pérez, Yacuanquer, Guaitarilla, Iza.

— De igual forma, los municipios agrupados dentro de este estrato se encuentran localizados a lo largo de la región Andina, con un predominio del piso térmico frío y suelos de una buena calidad agrológica. Con respecto a la infraestructura de los servicios públicos y sociales, puede señalarse que ésta es bastante precaria, y en virtud a su topografía quebrada, las vías de comunicación son escasas.

Las principales actividades que desarrolla la población son la agricultura y la ganadería a pequeña escala, ya que el comercio y los servicios han tenido un escaso desarrollo. No obstante la buena calidad de la tierra, la población se ve obligada a adoptar una serie de estrategias con el fin de complementar los ingresos insuficientes que le proporciona la actividad agrícola, la cual es llevada a cabo minifundios. Una de estas estrategias es el trabajo artesanal, el cual se constituye en actividad de gran importancia dentro de muchas de las economías domésticas.

e) Estrato Alto Tradicional

Popayán, Bucaramanga, Pitalito, Armenia, Rionegro, Calarcá, La Capilla, Circasia, Tenza, Pijao, Chinchiná, Urrao, Riosucio, Quimbaya, Cúcuta, Bello, Caldas, Elías, Santander de Quilichao, Capitanejo, Diba, Belén de Umbria, Popayán, San Joaquín, Mogotes, Pitalito, Armenia, Sincelejo, Calarcá, Concepción, Circasia, Baranoa, Pijao, Muzo, Quimbaya, Aranzazu, La Tebaida, Manzanares, Urrao, Pensilvania, Villavicencio, Supía, Cartago, Bolívar, Páez, Barranquilla, Anolaima, Gama, Fusagasugá, San Antonio Tena, La Cruz, Villeta, Altamira, Montenegro, Gigante, Jericó, Guadalupe, La Capilla, La Plata, Tenza, La Unión, Chinchiná, Ricaurte, Riosucio, Sandoa, Inza, Cucutilla, Sotara, Pueblo Rico, Guaduas, Aratoca, Charalá, Onzaga, Tocaima, Curití, Garzón, Timaná, Puente Nacional, Toledo, Rionegro, Filandia, San Gil, Girón, Socorro, Vélez, Fresno, Libano, Tuluá, Itagüí, Retiro, Galapa, Cartagena, Villavicencio, Bello, La Virginia, Santa Rosa de Cabal, Sotara, Tocaima, Barbosa, Copacabana, La Mesa, Sucre, Segovia, Santuario, Moniquirá, Marmato, Pacora, Pereira y Málaga.

f) Estrato Bajo Tradicional

Chinú, Antioquia, Llorca, San Bernardo del Viento, Ciénaga de Oro, El Patía, Mompós, San Antero, Acevedo, Saladoblanco, Quinchía, Enciso, Ayapel, Zapatoca, Mutatá, El Bagre, Sumpués, Uslacurí, Colosó, María la Baja, Peñol, Rondón, Magangué, Tipacoque, San Jacinto, Aguadas, Quibdó, El Tambo, Mercaderes, Montelíbano, Purísima, Uribia, Tierraalta, Dabeiba, Valencia, San Rafael, Utica, San Luis, Bagadó, San Carlos, Lloró, San Vicente, Nuquí, Guapi, Riosucio, López de Micay, Suesza, Sahagún, Buesaco, San Andrés de Sotavento, Linares, Itmina, Labateca, Richacha, San Cayetano, Maicao, Corozal, San José de Isnos, Morroa, Tumaco, San Marcos, Barichara, Ortega, Hobo, San Luis, Magangué, Mompós, Barbacoas, Quibdó, Carmen de Bolívar, San Juan Nepomuceno, San Agustín, Tumaco, Zaragoza, Sonsón, Cocorná, Acandí, Condoto, San Rafael, Ungía, El Banco, Coyaima, Dabeiba, Planadas, Chitaraque, Quipile, Macanal y Guapotá.

Los municipios clasificados dentro de los estratos Alto y Bajo Tradicional se hallan diseminados por todo el territorio nacional. Sus principales concentraciones se ubican en la región del Viejo Caldas y los departamentos de Antioquia, Santander, Cauca, Cundinamarca, Huila, Tolima y Norte de Santander.

La economía de éstos municipios se caracteriza por el desarrollo de cultivos de clima templado y cálido, tales como café, caña panelera, cacao, plátano, cítricos y algunos cultivos de pancoger como maíz y yuca. Así mismo, la ganadería de tipo extensivo tiene gran importancia en aquellos municipios localizados en las llanuras y los valles

de los grandes ríos. La mayor demanda de fuerza de trabajo se genera en los municipios cafeteros, especialmente durante la época de cosecha. Vale la pena señalar la importancia de algunos municipios en la producción artesanal, especialmente en aquellos con un escaso desarrollo comercial y de los servicios. Allí, la producción artesanal se constituye en importante fuente de ingreso, ante las pocas alternativas que presentan las limitadas economías locales.

2. La Estratificación Socioeconómica de la Producción Artesanal

A través de un segundo ejercicio se identificó, la relación existente entre el estrato del municipio y el tipo de producción artesanal que allí se lleva a cabo. El punto de partida fue la estratificación socioeconómica de los municipios artesanales, que produjo como resultado los seis estratos reseñados, y por otro lado, la presencia en cada uno de esos municipios de la producción artesanal agrupada en los cinco oficios básicos, a saber:

Cerámica (CER): Contempla todo tipo de producción artesanal donde predomina el uso de arcilla, barro, yeso y otros materiales.

Tejido (TEJ): contempla todo tipo de producción artesanal donde predomina el uso de hilos y fibras de origen tanto industrial como natural. Se incluyó el tejido en telar, tejido en agujas, cestería, tejido manual de sombreros y bordados a mano.

Talla (TAL): contempla todo tipo de producción artesanal donde predomina el uso del cuero.

Marroquinería (MAR): contempla la producción artesanal donde predomina el uso del cuero.

Otros (OTR): contempla la producción artesanal de una amplia gama de objetos no agrupados en los anteriores capítulos, entre los cuales figuran: orfebrería, metalurgia, apliques en tela, muñequería, dulcería, polvorería, adornos con plumas, elaboración de prendas de vestir (ropa típica), dibujo en tela, batik, decoración en materiales diferentes a los específicos anteriormente, etc.

Los resultados de la estratificación socioeconómica de la producción artesanal se refieren al número de municipios considerados de manera independiente de acuerdo con la presencia en ellos de una o más formas de producción artesanal. (ver el cuadro No. 5.2).

NOTA: Cuadro No. 5.2

Los municipios estratificados de acuerdo con su nivel socioeconómico y tecnológico y la presencia en cada uno de ellos de los oficios artesanales básicos, son los siguientes:

ESTRATO BAJO TRADICIONAL

CERAMICA

TOTAL: 15 municipios

S F de Antioquia	Antioquia	San Edo del V.	Córdoba
Mompós	Bolívar	Uribe	Guajira
El Patía	Cauca	Acevedo	Huila
Ayapel	Córdoba	Saladoblanco	Huila
Chinú	Córdoba	San Agustín	Huila
Ciénaga de Oro	Córdoba	Quinchía	Risaralda
Lorica	Córdoba	Enciso	Santander
San Antero	Córdoba		

TEJIDOS

TOTAL: 56 municipios

Dabeiba	Antioquia	Lorica	Córdoba
El Bagre	Antioquia	Montelíbano	Córdoba
Mutatá	Antioquia	Furísima	Córdoba
Feffol	antioquia	Sahagún	Córdoba
San Carlos	Antioquia	San Andrés de S.	Córdoba
San Luis	Antioquia	Tierraalta	Córdoba
San Rafael	Antioquia	Valencia	Córdoba
San Vicente	Antioquia	Utica	Cundinamarca
Usiacurí	Atlántico	Maicao	Guajira
Magangué	Bolívar	Riohacha	Guajira
María la Baja	Bolívar	Uribe	Guajira
San Jacinto	Bolívar	Acevedo	Huila
Rondón	Boyacá	S. José de Ienos	Huila
Tipacoque	Boyacá	San Agustín	Huila
Aguadas	Caldas	Suaza	Huila
El Tambo	Cauca	Buesaco	Nariño
Guapí	Cauca	Linares	Nariño
López de Micay	Cauca	Tumaco	Nariño
Mercaderes	Cauca	Labateca	Norte de Sder
Bagadó	Chocó	San Cayetano	Norte de Sder
Itsmina	Chocó	Barichara	Santander
Lioró	Chocó	Zapatoca	Santander
Nuquí	Chocó	Colosó	Sucre
Quibdó	Chocó	Corozal	Sucre
Riosucio	Chocó	Morroa	Sucre
Ayapel	Córdoba	Sampués	Sucre
Chinú	Córdoba	San Marcos	Sucre
Ciénaga de Oro	Córdoba	Ortega	Tolima

TALLA

TOTAL: 23 Municipios

San Luis	Antioquia	San Andrés de S.	Córdoba
Carmen de Bolívar	Bolívar	San Bdo del V. Acevedo	Córdoba
Magangué	Bolívar	Hobo	Huila
Mompós	Bolívar	S. José de Ienos	Huila
San Jacinto	Bolívar	San Agustín	Huila
San Juan Nepom López de Micay	Cauca	Barbacoas	Nariño
Quibdó	Chocó	Barichara	Santander
Chinú	Córdoba	Zapatoca	Santander
Ciénaga de Oro	Córdoba	Colosó	Sucre
Lorica	Córdoba	Sampués	Sucre
Sahagún	Córdoba		

CUERO

TOTAL: 5 Municipios

Peñol	Antioquia	San Jacinto	Bolívar
San Carlos	Antioquia	Ciénaga de Oro	Córdoba
San Rafael	Antioquia		

OTROS

TOTAL: 29 Municipios

Antioquia	Antioquia	Unguía	Chocó
Cocorná	Antioquia	Ayapel	Córdoba
Dabeiba	Antioquia	Chinú	Córdoba
Peñol	Antioquia	Cienaga de Oro	Córdoba
San Carlos	Antioquia	Lorica	Córdoba
San Rafael	Antioquia	Maicao	Guajira
Sonsón	Antioquia	Riohacha	Guajira
Zaragoza	Antioquia	El Banco	Magdalena
Mompós	Bolívar	Barbacoas	Nariño
San Jacinto	Bolívar	Tumaco	Nariño
Guapi	Cauca	Colosó	Sucre
Acandí	Chocó	Sampués	Sucre
Condoto	Chocó	Coyaima	Tolima
Itsmína	Chocó	Planadas	Tolima
Quibdó	Chocó		

ESTRATO BAJO MIXTO

CERAMICA

TOTAL: 3 Municipios

Chiscas	Boyacá	Tinjacá	Boyacá
Ráquira	Boyacá		

TEJIDOS
TOTAL: 14 Municipios

Marinilla	Antioquia	Tota	Boyacá
Chiscas	Boyacá	Tuta	Boyacá
Ráquira	Boyacá	Cordoba	Nariño
Tinjacá	Boyacá	Contadero	Nariño
Iza	Boyacá	Cumbal	Nariño
Fanqueva	Boyacá	Guachucal	Nariño
San Mateo	Boyacá	Guaca	Santander

TALLA
TOTAL: 1 Municipio

Marinilla	Antioquia
-----------	-----------

OTROS
TOTAL: 1 Municipio

Tinjacá	Boyacá
---------	--------

ESTRATO BAJO MODERNO

CERAMICA
TOTAL: 4 Municipios

Momil	Córdoba	Cogua	Cundinamarca
Chocontá	Cundinamarca	San Juan del Cesar.	Guajira

TEJIDOS
TOTAL: 8 Municipios

Abejorral	Antioquia	Cucunubá	Cundinamarca
Chigorodó	Antioquia	Chocontá	Cundinamarca
Momil	Córdoba	S. Juan del C.	Guajira
Cogua	Cundinamarca	Natagaima	Tolima

TALLA
TOTAL: 2 Municipios

Chigorodó	Antioquia	Momil	Córdoba
-----------	-----------	-------	---------

ESTRATO ALTO TRADICIONAL

CERAMICA

TOTAL: 30 Municipios

Bello	Antioquia	Fitalito	Huila
Caldas	Antioquia	Cúcuta	Norte de Sder
Rionegro	Antioquia	Armenia	Quindio
Urrao	Antioquia	Calarcá	Quindio
Malambo	Atlántico	Circasia	Quindio
La Capilla	Boyacá	Fijao	Quindio
Tenza	Boyacá	Quimbaya	Quindio
Chinchiná	Caldas	Belén de Umbría	Risaralda
Riosucio	Caldas	Bucaramanga	Santander
Popayán	Cauca	Capitanejo	Santander
Sder.de Quilichao	Cauca	Floridablanca	Santander
Montería	Córdoba	Girón	Santander
Guaduas	Cundinamarca	Oiba	Santander
Ubaté	Cundinamarca	Cartago	Valle
Elías	Huila	Tuluá	Valle

TEJIDOS

TOTAL: 70 Municipios

Concepción	Antioquia	Timaná	Huila
Jerico	Antioquia	Villavicencio	Meta
Urrao	Antioquia	La Cruz	Nariño
Baranoa	Atlántico	La Unión	Nariño
Barranquilla	Atlántico	Ricaurte	Nariño
La Capilla	Boyacá	Sandoná	Nariño
Muzo	Boyacá	Cucutilla	Norte de Sder
Tenza	Boyacá	Toledo	Norte de Sder
Chinchiná	Caldas	Armenia	Quindio
Manzanares	Caldas	Calarcá	Quindio
Fensilvania	Caldas	Circasia	Quindio
Riosucio	Caldas	Filandia	Quindio
Supía	Caldas	La Tebaida	Quindio
Aranzazu	Caldas	Montenegro	Quindio
Bolívar	Cauca	Fijao	Quindio
Inza	Cauca	Quimbaya	Quindio
Páez	Cauca	Belén de Umbría	Risaralda
Popayán	Cauca	Pueblo Rico	Risaralda
Sder.de Quilichao	Cauca	Aratoca	Santander
Sotará	Cauca	Charalá	Santander
Montería	Córdoba	Curiti	Santander
Anolaima	Cundinamarca	Girón	Santander
Fusagasugá	Cundinamarca	Mogotes	Santander
Gama	Cundinamarca	Onzaga	Santander
Guaduas	Cundinamarca	Oiba	Santander
S. Antonio Tena	Cundinamarca	Puente Nal.	Santander

Tocaima	Cundinamarca	Rionegro	Santander
Ubaté	Cundinamarca	San Gil	Santander
Villeta	Cundinamarca	San Joaquín	Santander
Altamira	Huila	Socorro	Santander
Garzón	Huila	Vélez	Santander
Gigante	Huila	Sincelejo	Sucre
Guadalupe	Huila	Fresno	Tolima
La Plata	Huila	Libano	Tolima
Pitalito	Huila	Cartago	Valle

TALLA

TOTAL: 29 Municipios

Bello	Antioquia	Armenia	Quindio
Caldas	Antioquia	Calarcá	Quindio
Itagüí	Antioquia	Circasia	Quindio
Retiro	Antioquia	Filandia	Quindio
Urrao	Antioquia	La Tebaida	Quindio
Barranquilla	Atlántico	Montenegro	Quindio
Galapa	Atlántico	Pijao	Quindio
Cartagena	Bolívar	Quimbaya	Quindio
Inzá	Cauca	Belén de Umbría	Risaralda
Popayán	Cauca	La Virginia	Risaralda
Fusagasugá	Cundinamarca	S. Rosa de Cabal	Risaralda
Garzón	Huila	Bucaramanga	Santander
Pitalito	Huila	Cartago	Valle
Villavicencio	Meta	Tuluá	Valle
Toledo	Norte de Sder		

CUERO

TOTAL: 24 Municipios

Barbosa	Antioquia	Timaná	Huila
Bello	Antioquia	Villavicencio	Meta
Copacabana	Antioquia	La Cruz	Nariño
Jericó	Antioquia	Armenia	Quindio
Rionegro	Antioquia	Calarcá	Quindio
Urrao	Antioquia	Circasia	Quindio
Popayán	Cauca	Filandia	Quindio
Sotará	Cauca	La Tebaida	Quindio
Montería	Córdoba	Montenegro	Quindio
La Mesa	Cundinamarca	Pijao	Quindio
Tocaima	Cundinamarca	Bucaramanga	Santander
Pitalito	Huila	Tuluá	Valle

OTROS

TOTAL: 33 Municipios

Bello	Antioquia	Pitalito	Huila
Caldas	Antioquia	Villavicencio	Meta
Itaguí	Antioquia	La Cruz	Nariño
Retiro	Antioquia	Cúcuta	Norte de Sder
Santuario	Antioquia	Armenia	Quindio
Segovia	Antioquia	Calarcá	Quindio
Urrao	Antioquia	Circasia	Quindio
Barranquilla	Atlántico	La Tebaida	Quindio
Galapa	Atlántico	Pijao	Quindio
Cartagena	Bolívar	Quimbaya	Quindio
Moniquirá	Boyacá	Pereira	Risaralda
Marmato	Caldas	Giron	Santander
Pácora	Caldas	Málaga	Santander
Popayán	Cauca	Vélez	Santander
Sder.de Quilichao	Cauca	Sincelejo	Sucre
Montería	Córdoba	Cartago	Valle
Fusagasugá	Cundinamarca		

ESTRATO ALTO MIXTO

CERAMICA

TOTAL: 20 Municipios

Carmen de Viboral	Antioquia	Chía	Cundinamarca
Envigado	Antioquia	Gachancipá	Cundinamarca
Belén	Boyacá	Guasca	Cundinamarca
Chiquinquirá	Boyacá	Nemocón	Cundinamarca
Chita	Boyacá	Simijaca	Cundinamarca
Duitama	Boyacá	Tenjo	Cundinamarca
Sogamoso	Boyacá	Zipaquirá	Cundinamarca
Tutasa	Boyacá	Ipiales	Nariño
Manizales	Caldas	Pasto	Nariño
Cajicá	Cundinamarca	Salento	Quindio

TEJIDOS

TOTAL: 52 Municipios

Guatapé	Antioquia	Cáqueza	Cundinamarca
La Ceja	Antioquia	Chía	Cundinamarca
San Pedro	Antioquia	Fómeque	Cundinamarca
Belén	Boyacá	Funza	Cundinamarca
Cerínza	Boyacá	Gachancipá	Cundinamarca
Chiquinquirá	Boyacá	Guachetá	Cundinamarca
Cómbita	Boyacá	Guasca	Cundinamarca
Duitama	Boyacá	La Calera	Cundinamarca
El Cocuy	Boyacá	Lenguazaque	Cundinamarca
Firavitoba	Boyacá	Nemocón	Cundinamarca
Guacamayas	Boyacá	Pasca	Cundinamarca
Monguí	Boyacá	Sesquilé	Cundinamarca
Nobsa	Boyacá	Simijaca	Cundinamarca
Faipa	Boyacá	Sopó	Cundinamarca

S. Rosa Viterbo	Boyacá	Tenjo	Cundinamarca
Siachoque	Boyacá	Zipacón	Cundinamarca
Soatá	Boyacá	Zipaquirá	Cundinamarca
Sogamoso	Boyacá	Cumbal	Nariño
Susacón	Boyacá	Ipiales	Nariño
Sutamarchán	Boyacá	Pasto	Nariño
Tibabosa	Boyacá	Chitagá	Norte de Sder
Manizales	Caldas	Famplona	Norte de Sder
Marulanda	Caldas	Silos	Norte de Sder
Salamina	Caldas	Salento	Quindio
Silvia	Cauca	Cerrito	Santander
Cajicá	Cundinamarca	Concepción	Santander

TALLA

TOTAL: 16 Municipios

La Ceja	Antioquia	Sogamoso	Boyacá
San Pedro	Antioquia	Manizales	Caldas
Chiquinquirá	Boyacá	Salamina	Caldas
Duitama	Boyacá	La Calera	undinamarca
Firavitoba	Boyacá	Ipiales	Nariño
Monguí	Boyacá	Pasto	Nariño
Nobsa	Boyacá	Mutiscua	Norte de Sder
Paipa	Boyacá	Salento	Quindio

CUERO

TOTAL: 13 Municipios

Envigado	Antioquia	Cajicá	Cundinamarca
La Ceja	Antioquia	Villapinzón	Cundinamarca
San Pedro	Antioquia	Ipiales	Nariño
Cerinza	Boyacá	Pasto	Nariño
Firavitoba	Boyacá	Famplona	Norte de Sder
Sogamoso	Boyacá	Salento	Quindio
Manizales	Caldas		

OTROS

TOTAL: 15 Municipios

Envigado	Antioquia	Sesquile	Cundinamarca
Guatapé	Antioquia	Tenjo	Cundinamarca
San Pedro	Antioquia	Zipaquirá	Cundinamarca
Belén	Boyacá	Ipiales	Nariño
Nobsa	Boyacá	Pasto	Nariño
Manizales	Caldas	Famplona	Norte de Sder
Silvia	Cauca	Salento	Quindio
Chía	Cundinamarca		

ESTRATO ALTO MODERNO

CERAMICA

TOTAL: 10 Municipios

Medellín	Antioquia	Guarne	Antioquia
Valledupar	Cesar	Santa Marta	Magdalena
Espinal	Tolima	Guamo	Tolima
Ibagué	Tolima	Purificación	Tolima
Buga	Valle	Cali	Valle

TEJIDOS

TOTAL: 14 Municipios

Guarne	Antioquia	Codazzi	Cesar
Valledupar	Cesar	Cereté	Córdoba
Agua de Dios	Cundinamarca	Girardot	Cundinamarca
Bahía Solano	Chocó	Espinal	Tolima
Guamo	Tolima	Ibagué	Tolima
Purificación	Tolima	Buenaventura	Valle
Buga	Valle	Cali	Valle

TALLA

TOTAL: 10 Municipios

Medellín	Antioquia	Valledupar	Cesar
Cereté	Córdoba	Agua de Dios	Cundinamarca
Palermo	Huila	Santa Marta	Magdalena
Ibagué	Tolima	Buga	Valle
Buenaventura	Valle	Cali	Valle

CUERO

TOTAL: 7 Municipios

Medellín	Antioquia	Sabaneta	Antioquia
Guarne	Antioquia	Valledupar	Cesar
Cereté	Córdoba	Ibagué	Tolima
Cali	Valle		

OTROS

TOTAL: 8 Municipios

Medellín	Antioquia	Sabaneta	Antioquia
Valledupar	Cesar	Cereté	Córdoba
Santa Marta	Magdalena	Ibagué	Tolima
Buga	Valle	Cali	Valle

C. Conclusiones

Con base a los resultados de los ejercicios de estratificación de los municipios artesanales y de la producción artesanal, puede destacarse que la mayor proporción de los municipios artesanales se agrupa alrededor de los estratos Bajo y Alto Tradicional y Alto Mixto.

Desde la perspectiva de los oficios artesanales, se observa inicialmente que la mayor parte de los municipios donde se desarrolla la actividad cerámica se agrupan alrededor de los estratos Alto Mixto y Tradicional, correspondiendo a un 60.5% del total de aquellos en los cuales se desarrolla éste oficio.

Por su parte, los municipios tejedores se encuentran ubicados principalmente en los estratos Altos Tradicional y Mixto y Bajo Tradicional, correspondiendo al 84.2% del total de los municipios donde se llevan a cabo las labores de tejeduría. El tejido es la actividad característica de los municipios artesanales localizados en los estratos Alto Mixto y Bajos Mixto y Tradicional.

Los oficios de talla se agrupan principalmente alrededor de los estratos Bajo y Alto Tradicional, representando el 62.4% del total de los municipios donde se realiza ésta labor. Otro estrato importante es el Alto Mixto, que agrupa cerca del 21% de los municipios que presentan ésta característica.

El trabajo en cuero es desarrollado principalmente en los municipios ubicados en los estratos Altos Mixto y Tradicional, los cuales concentran el 71.1% de los municipios donde se desarrolla ésta labor.

Finalmente, los municipios donde se llevan a cabo los oficios clasificados como varios se agrupan alrededor de los estratos Alto y Bajo Tradicional, correspondiendo al 70.7% del total de los municipios donde se identificó el desarrollo de ésta actividad.

VI. LA MUESTRA

A continuación se presentan los aspectos metodológicos más relevantes del estudio: la muestra, su selección, los instrumentos, el trabajo de campo, la codificación y la sistematización de los datos.

A. Metodología

Se realizó una encuesta por muestra a un total de 788 unidades de producción artesanal correspondientes a municipios donde se presentan algunos de los oficios artesanales y que se encuentran agrupados dentro de los seis estratos socio-económicos definidos en la sección V.

Así mismo, se realizaron 24 entrevistas a directivos de las asociaciones artesanales existentes en los municipios de la muestra y 60 entrevistas a comercializadores de artesanías.

En el estudio se utiliza un nivel de análisis de tipo descriptivo, buscando entender las características generales de los productores artesanales. Esta ha sido a su vez complementada con la información obtenida a través de las entrevistas.

Debido al escaso conocimiento sobre el universo artesanal colombiano, el diseño muestral más conveniente para seleccionar unidades de producción artesanal dentro de un amplio espacio geográfico es el polietápico, en el que se considera a la población como compuesta por un número de unidades primarias de muestreo, que a su vez están conformadas por un número de unidades secundarias de muestreo. De ésta forma se seleccionan muestras en cada unidad de manera sucesiva hasta llegar a las unidades de selección y observación.

Para éste estudio se ha hecho uso de éste diseño con el fin de seleccionar las unidades de producción artesanal que viven en las áreas rurales y urbanas de los municipios donde se identificó la presencia de la actividad artesanal. La segunda y última unidad de muestreo fueron las unidades de producción artesanal presentes en el municipio.

Para la selección de los municipios se utilizó un muestreo por estratos socio-económicos, ya que al interior de éstos se presentan características homogéneas de carácter social y económico que determinan de una u otra manera el desarrollo del trabajo artesanal.

De acuerdo con los recursos con que se contaba, el número original de municipios a incluir en la muestra era 20, pero buscando un cubrimiento geográfico mayor se amplió a 60. Estos, a través de un muestreo estratificado se distribuyeron en los seis estratos socioeconómicos controlados proporcionalmente con la distribución original del universo y con la importancia de cada uno de los oficios dentro de cada estrato.

Una primera fase del muestreo consistió en reducir el tamaño del universo, ante la incertidumbre sobre el volumen de población existente en los municipios identificados previamente como artesanales.

1. Discusión del Universo Muestral y Selección

Con el fin de someter a discusión de algunas personas

conocedoras del sector artesanal la metodología de estratificación desarrollada dentro de este estudio, y proceder con su ayuda a seleccionar las unidades de muestreo se llevaron a cabo dos paneles.

El día 19 de mayo de 1987 tuvo lugar en la Gerencia General de Artesanías de Colombia el primer panel al cual se hicieron presentes funcionarios de la institución y del Instituto Ser de Investigación, para discutir aquellos aspectos concernientes a la elaboración del marco muestral, a partir del cual se seleccionarían los municipios artesanales de Colombia que serían objeto de la aplicación de las entrevistas. Allí se presentaron los criterios ya discutidos, y se aceptaron por el grupo únicamente.

Vale la pena destacar los resultados de este primer panel, en el cual se pudo observar una activa participación de los asistentes, en cuanto a la discusión de los diversos aspectos de la metodología, pudiendo considerar dentro de ella, sugerencias de algunos funcionarios de Artesanías de Colombia, las cuales han sido de gran utilidad en el desarrollo posterior de esta investigación. Del mismo modo, la Gerente General de Artesanías de Colombia propuso la ampliación del tamaño muestral en un 50%, poniendo a disposición del proyecto, los coordinadores de la entidad en diversas regiones del país.

El día 28 de mayo de 1987, se llevó a cabo un segundo panel, con la asistencia de funcionarios de la entidad, del Museo de Artes y Tradiciones y del Instituto Ser de Investigación, así como de algunas personas vinculadas tanto a la promoción como al estudio de la problemática artesanal del país, entre los cuales figuraron: Hernando Téllez, exsubgerente de Desarrollo de Artesanías de Colombia; Edgar Bolívar, antropólogo y profesor de la Universidad de Antioquia; y Cecilia Iregui de Holguín, directora del IDEC. El objetivo de este segundo panel fue poner a consideración de los asistentes la metodología empleada en la regionalización de los municipios artesanales de Colombia, y de proceder a la revisión del universo muestral.

En esta etapa de revisión participaron: Cecilia Duque, representante del Museo de Artes y Tradiciones; Cecilia Iregui de Holguín, directora del Instituto de Investigación de la Expresión colombiana IDEC; Hernando Téllez, exsubgerente de Desarrollo de Artesanías de Colombia; y Neve Herrera, María Teresa Marroquín y Manuel Ernesto Rodríguez, funcionarios de Artesanías de Colombia.

Una vez reducido el universo, se procedió a la selección de los municipios mediante un procedimiento aleatorio, dándole mayor probabilidad de selección a aquellos que hubiesen sido señalados por un mayor número de

revisores. Finalmente, se seleccionaron los siguientes municipios:

NOTA: RELACION MUNICIPIOS

2. Documentos de la Encuesta

Como instrumentos para la recolección de la información en los municipios seleccionados se utilizaron cuatro tipos de documentos: un cuestionario de encuesta dirigido a los productores artesanales, un formulario de entrevista estructurada dirigida a las asociaciones artesanales, un formulario abierto dirigido a los comercializadores de artesanías (puntos de venta) y un manual guía para la recolección de datos.

a) Cuestionario para Productores Artesanales

Para la recolección de la información a través del sistema de encuestas se diseñó un cuestionario que permitiera operacionalizar los objetivos de la encuesta, de tal forma que cumpliera la doble función de homogenizar el carácter de la información solicitada a través de unas preguntas estructuradas bajo una secuencia lógica, y tener la elasticidad suficiente para poder comprender y registrar las diferentes características particulares de cada una de las unidades de producción artesanal entrevistada.

Este cuestionario se encuentra estructurado en 14 capítulos, cada uno de los cuales tiene una serie de preguntas relacionadas con un tema específico.

b) Cuestionario para las Asociaciones Artesanales

El cuestionario para las asociaciones artesanales es un instrumento del tipo entrevista estructurada, dirigido a los presidentes de dichas agremiaciones. Esta entrevista se compone de cinco capítulos, que hacen referencia a aspectos tales como: características, problemas, necesidades y realizaciones de la organización, y percepción de los problemas del gremio a nivel regional y nacional.

c) Cuestionario para los Comercializadores

Este instrumento es un formulario del tipo encuesta, donde se integran 46 preguntas acerca de las características del mercado de artesanías en la región, los canales de comercialización, las formas de aprovisionamiento, las ventas y la percepción del comercializador acerca de los problemas de la comercialización de los productos artesanales y sus soluciones.

d) Manual de Recolección

Con el objeto de llevar a cabo un adecuado entrenamiento del personal encargado de realizar el trabajo de recolección, se diseñó un manual de instrucciones, mediante el cual se buscaba:

Aclarar los objetivos del estudio de tal forma que permitiera a los recolectores entender las características de la información que era solicitada en el cuestionario.

Especificar la forma como se realiza el trabajo de recolección, así como las funciones y responsabilidades de cada integrante del equipo de trabajo.

Informar acerca del objetivo de cada uno de los capítulos y de las preguntas del cuestionario y la forma como deberían ser diligenciadas.

e) Documentos para la Codificación de la Información

Este instructivo se compone de dos partes: un diccionario de variables que contempla la estructura final de los archivos de información, las variables que componen cada uno de los archivos y sus características físicas, y un listado de códigos para las preguntas abiertas.

3. Proceso de Selección y Entrenamiento

La selección del personal para la recolección de información tuvo como punto de partida la conformación de un grupo de trabajo integrado por personas con amplia experiencia en el trabajo de encuestas en las áreas urbana y rural, con el fin de asegurar una mayor calidad del trabajo y un mejor desarrollo de este proceso. Por su parte, Artesanías de Colombia contribuyó en esta etapa con la vinculación de su personal investigativo y administrativo en cada una de las regiones donde opera la institución.

Los equipos para el trabajo de campo estuvieron integrados por dos encuestadores y un supervisor, este último investigador del Instituto Ser de Investigación, quien además de las labores de supervisión y revisión del trabajo de encuesta, tuvo responsabilidad directa en la realización de las entrevistas a los dirigentes de las organizaciones gremiales artesanales y a los comercializadores de artesanías de cada una de las localidades.

El proceso de entrenamiento del personal de campo se realizó en dos días, durante los cuales fue instruido acerca de los objetivos y las características del trabajo y la forma como deberían ser diligenciadas las preguntas de cada capítulo de acuerdo con el manual de instrucciones.

Finalmente se realizaron simulacros de entrevista a productores artesanales en un mercado artesanal que se llevó a cabo en la ciudad de Bogotá, días antes del inicio del trabajo de campo.

Mediante ésta labor de capacitación y simulacro del diligenciamiento, hubo aportes que contribuyeron al perfeccionamiento final del instrumento de recolección.

Para la organización de la encuesta se desarrolló un plan logístico que involucró cada aspecto del proceso:

a) Establecimiento de rutas

Teniendo en cuenta la localización geográfica se establecieron las siguientes rutas para cada equipo:

- Equipo 1: Curiti-Aratoca-Valledupar-Zapatoca-Cerrito
- Equipo 2: Nobsa-Iza-Cucunuba-Ráquira
- Equipo 3: Silvia-Pasto-Barbacoas-Cumbal-Guachucal-Sandoná
- Equipo 4: Rionegro-Carmen de Viboral-San Jacinto Lorica
- Equipo 5: Suaza-Fitalito-Timaná-Santa Rosa de Cabal
- Equipo 6: Artecol Región Cali
- Equipo 7: Artecol Región Quindío
- Equipo 8: Artecol Región Caldas
- Equipo 9: Artecol Región Antioquia
- Equipo 10: Artecol Centro Artesanal Ráquira
- Equipo 11: Artecol Región Boyacá
- Equipo 12: Artecol Región Cundinamarca
- Equipo 13: Artecol Centro Artesanal La Chamba
- Equipo 14: Artecol Región Córdoba
- Equipo 15: Artecol Región Cauca
- Equipo 16: Artecol Centro Artesanal Fitalito

b) Duración del Trabajo de Campo

La duración del trabajo de campo se estimó teniendo en cuenta la duración promedio de la entrevista (con base en la prueba del formulario se estableció un promedio de 55 minutos), y el tiempo necesario para el desplazamiento entre los municipios. Con éstos criterios se calculó la realización promedio mínima de 5 encuestas diarias por entrevistador. A partir de éste mínimo diario por persona se calculó un promedio de duración por equipo de 15 días.

Sin embargo, la duración del trabajo de recolección no se ajustó a los tiempos estimados inicialmente, debido a la dificultad de localizar en el terreno a los productores artesanales, dada su dispersión al interior de las zonas urbanas y rurales de cada municipio. Del mismo modo, las cuotas (encuestas por municipio) acordadas en un principio, no pudieron ser cumplidas, debido al menor número de productores artesanales identificados en cada una de las

unidades primarias de muestra.

4. Organización de la Codificación

El trabajo de codificación para efectos de los objetivos de éste estudio se dividió de la siguiente manera:

- Codificación de la información tal y como viene registrada en el cuestionario, donde la labor consiste en trasladar el código de la respuesta señalada a una casilla especial.

Los capítulos codificados de ésta forma son:

Capítulo I	Identificación
Capítulo II	Características de Artesano Productor
Capítulo III	Características de la Vivienda
Capítulo IV	Características del Hogar
Capítulo VII	Características del sitio de producción
Capítulo VIII	Comercialización
Capítulo IX	Capacitación
Capítulo X	Crédito
Capítulo XI	Organización
Capítulo XII	Diversificación
Capítulo XIII	Relación con Instituciones
Capítulo XIV	Opiniones

- Codificación de la información por transformación, es decir, por agrupamiento o sumatoria de variables con la misma característica. Este tipo de codificación se llevó a cabo en:

Capítulo V	Producción de artesanías
Capítulo VI	Fuerza de Trabajo

consolidación no logró perdurar en el tiempo y se ha manifestado en vacíos de organización.

B. Antecedentes históricos

El artesanado en Colombia no alcanzó en ningún momento un nivel de agremiación sólido y organizado que le permitiera obtener beneficios importantes del Estado. La labor artesanal en el área rural se caracterizó siempre por ser una actividad apoyada en la actividad agrícola, realizada en una alta proporción por mujeres como parte de los trabajos domésticos; es decir, artesanas aisladas en el hogar. La producción artesanal urbana se constituía, al contrario de la producción campesina, en una actividad única para los artesanos, con un mercado mucho más amplio y con intereses comunes que defender.

Por la época de la Independencia se dieron los primeros intentos asociativos de los artesanos en los centros urbanos, bajo la forma sociedades mutualistas, cuyo papel fue inducir la idea de la organización entre los trabajadores. Con el proceso de transformación de la economía colonial a una economía capitalista (iniciado a mediados del siglo), la introducción del libre cambio, la libre exportación y la reducción de aranceles a las importaciones en 1847, los artesanos, seriamente afectados, crearon el primer gremio organizado que haya existido en Colombia con el nombre de "Sociedad de Artesanos". A esta sociedad podían pertenecer no solamente los artesanos sino otros interesados. Además de la defensa de los intereses económicos, la Sociedad se preocupó también por el mejoramiento educativo de sus miembros y comenzó a tener una gran fuerza política que se reflejó en la presión ejercida para lograr la elección presidencial de José Hilario López en 1849, adquiriendo una característica partidista notadamente liberal; su acción se dirigió a alcanzar objetivos diferentes a los inicialmente propuestos, dejando de un lado los intereses gremiales y cambiando su denominación por Sociedad Democrática.

El gobierno liberal se dedicó entonces a fomentar y apoyar la creación de organizaciones de éste tipo, con lo cual se convirtieron en instrumentos políticos de gran utilidad. Paralelamente con el apoyo del clero, los conservadores venían dedicados a fomentar la organización popular, con las denominadas "Sociedades Populares", desde 1848. Estos dos tipos de organizaciones comenzaron a proliferar en los centros urbanos del país y sus componentes iban desde simples artesanos hasta intelectuales.

Sin embargo la política liberal de libre importación de manufactura textil, al mismo tiempo que estimula la producción primaria para el intercambio por manufacturas

européas, reduce el espacio de la producción artesanal al mercado popular local. Este hecho genera que en 1850 las sociedades artesanales tiendan a identificarse más con los conservadores y la iglesia en la búsqueda por consolidar la economía del sector secundario en contra de la importación.

La acción que ejercieron las sociedades de artesanos en la segunda mitad del siglo XIX, en el campo político, social y económico, fué la base para la formación de posteriores formas asociativas como sindicatos, mutuarías y cooperativas.

En 1909 se reconoció legalmente la primera asociación de artesanos de Sonsón, de composición heterogénea (sastres, zapateros) y bajo el patrocinio eclesiástico. En 1919 se desarrolló un activo proceso de organización gremial del sector artesanal: organizaciones de zapateros, de sastres, carpinteros y ebanistas. Durante el gobierno de Marco Fidel Suárez, con la expedición del decreto que autorizaba la compra de uniformes y botas militares en el extranjero, se produjo una fuerte indignación entre los artesanos, quienes exigieron la derogatoria del decreto. En la primera Asamblea General Obrera constitutiva del Partido Socialista, de 14 organizaciones asistentes, 9 eran asociaciones artesanales.

Con la introducción de métodos de producción nuevos, la inversión de capital en instalaciones y equipos fabriles y la producción masiva en varios renglones de la actividad artesanal, se comenzó un proceso de desplazamiento en algunos sectores de la producción artesanal y consecuentemente la proletarianización de los artesanos en algunas ciudades o regiones del país. En aquellos sitios donde la producción fabril no se instauró, la producción artesanal continuó con la misma característica del siglo anterior: para consumo local doméstico. Paralelamente a este desplazamiento se generó un vacío de organizaciones.

C. Las Organizaciones Actuales

No se conocen los antecedentes que dieron origen a la reglamentación de la profesión de artesano ni de sus formas de organización: parece que éstos se enmarcan dentro del contexto general legal de organizaciones gremiales impulsado a partir de la República Liberal. Solamente se puede hacer referencia al marco legal actual de las organizaciones gremiales de artesanos, a partir de la Ley 36 de 1984 y su decreto reglamentario, el 258 de 1987.

1. Diferentes tipos de Organización Gremial y la Ley 36

En lo que respecta a su derecho de agremiación, en el capítulo III de la Ley se enumeran las diferentes formas de

agrupamiento que se reconocen como organizaciones de carácter gremial de los artesanos, así como sus requisitos mínimos de constitución a saber:

CAPITULO III LAS ORGANIZACIONES GREMIALES DE ARTESANOS

ARTICULO 23. Se reconocen como organizaciones gremiales de artesanos las siguientes: Empresas Asociativas, Asociaciones, Federaciones, Confederaciones, Cooperativas y demás colectividades de Artesanos constituidas o que se constituyan de acuerdo a la Ley.

ARTICULO 24 DE LA EMPRESA ASOCIATIVA ARTESANAL. Empresa Asociativa Artesanal es aquella forma de organización en torno a la producción que divide el trabajo entre sus miembros de manera especializada y equitativa. Se caracteriza por la propiedad colectiva sobre los medios de producción. Estará conformada por un número mínimo de 10 artesanos.

La Empresa Asociativa es la resultante de la unión de trabajadores que asocian ante todo su trabajo personal para la producción de un bien o servicio. Se caracteriza por la propiedad común, trabajo colectivo y gestión colectiva de los socios, y su característica básica es la homogeneidad del grupo (socio-económica, técnica y de edad). Son sociedades de responsabilidad limitada y persiguen la elevación del nivel socio-económico de sus socios, por lo tanto son empresas con ánimo de lucro que deben constituirse por escritura pública y registrarse en la Cámara de Comercio. La distribución de las utilidades se da por partes iguales (1). (Ministerio de Trabajo, SENA. "La Empresa Asociativa". Colección PMUR No. 7. Bogotá. 1981).

ARTICULO 25 DE LA ASOCIACION DE ARTESANOS. La Asociación de Artesanos es la forma de Organización de primer grado, que reúne un grupo de personas en torno a su profesión con unos objetivos precisos y definidos en los estatutos. Esta se constituye sin ánimo de lucro, y debe contar con por lo menos 25 socios activos.

Las Asociaciones de Productores, tienen por objetivo básico hacer el mercadeo de los productos y su comercialización e incidir en los precios en favor de los productores y consumidores. Igualmente puede racionalizar la consecución y utilización de los recursos crediticios. No tienen ánimo de lucro, ni reparten utilidades entre los socios; estas engrosan el capital común y deben tener personería jurídica. (1) (Ministerio de Trabajo, SENA. "La Empresa Asociativa". Colección PMUR No. 7. Bogotá, 1981).

ARTICULO 26 DE LA FEDERACION DE ARTESANOS. La Federación de Artesanos es la Organización de segundo grado, que agrupa un número mínimo de 5 Asociaciones de artesanos. Tiene objetivos precisos y definidos en los Estatutos y se constituye sin ánimo de lucro.

ARTICULO 27 DE LA CONFEDERACION DE ARTESANOS. La Confederación de artesanos es la Organización de tercer grado que agrupa un número mínimo de 3 Federaciones de artesanos. Tiene cobertura nacional y objetivos definidos en los Estatutos. Se constituye sin ánimo de lucro.

ARTICULO 28 DE LAS COOPERATIVAS DE ARTESANOS. La Cooperativa de artesanos es la Organización de personas agrupadas en torno a unos intereses comunes. Debe estar constituida por un número de socios no inferior a 25 y se caracteriza por la igualdad de obligaciones y derechos entre sus afiliados. Tiene estatutos propios elaborados por sus miembros.

Las Cooperativas resultan de la asociación voluntaria de un grupo de personas que organizan esfuerzos y recursos con el propósito principal de servir directamente a sus miembros. Los socios tienen los mismos derechos y obligaciones independientemente de las aportaciones de capital. Los excedentes se distribuyen entre los socios en proporción a las transacciones que cada uno realice o a la participación en el trabajo. El trabajo de las cooperativas debe estar preferentemente a cargo de los mismos socios.

En razón de su objeto pueden ser especializadas o integrales. Son especializadas las que se ocupan de una sola actividad económica, social o cultural; como producción, consumo, vivienda, etc. Son integrales las que se ocupan de diversas ramas de la actividad económica, social o cultural para satisfacer necesidades conexas o complementarias.

Modalidades de Cooperativas de acuerdo a su objeto: (1) (Unión Cooperativa Nacional de Crédito. "Manual de Legislación Cooperativa". Tercera Edición. Bogotá, 1980).

1. De Consumo y Mercado
2. De Ahorro y Crédito
3. De Producción
4. De Seguros

Los grupos precooperativos son asociaciones de personas que se organizan con fines de cooperación y sin ánimo de lucro con el propósito de evolucionar hacia una Cooperativa formal. Tienen una duración limitada de 5 años. Son de responsabilidad limitada y requiere un mínimo de 5 socios.

(2) (Ministerio de Trabajo, SENA. Op. Cit).

2. El Universo de las Organizaciones Artesanales

A partir del conocimiento sobre el tipo de organizaciones de artesanos reconocidas por la Ley 36 en lo que hace referencia a la naturaleza de la organización y los grados, a continuación se presenta la característica de las actuales organizaciones de artesanos.

El universo es bastante impreciso pues permanentemente se están creando y disolviendo organizaciones de carácter formal o informal.

A partir de una lista obtenida de Artesanías de Colombia y complementada con la ayuda de fuentes verbales, pudo elaborarse el siguiente perfil organizacional del sector artesanal. Se tiene conocimiento de 93 Organizaciones de Artesanos distribuidas así:

NOTA: Cuadro No. 16.1

Esta agrupación de Organizaciones está elaborada a partir de la denominación con la cual aparecen identificadas en la lista fuente. Lo anterior admite entonces la posibilidad de argumentar que aquellas entidades que aparecen bajo la denominación de Grupo de Artesanos, Corporaciones, Unión de talleres artesanales y Otras muy posiblemente puedan ubicarse bajo el tipo de Asociaciones.

De otra parte se observa que dentro de las organizaciones de artesanos también existen aquellas que no tienen carácter gremial, por cuanto están bajo la forma de Sindicatos (Sindicato Nacional de Trabajadores de las Artesanías de Colombia U.T.C; Sindicato Nacional de Trabajadores Artesanos de Colombia SINTRARTE).

Dentro de las organizaciones gremiales, predominan aquellas de primer grado, y al interior de éstas la forma de Asociación, lo que demuestra la falta de integración de las organizaciones en formas más sólidas y fuertes.

Según su distribución geográfica, existen organizaciones en la mayoría de departamentos pero se presentan concentraciones en Bogotá, Boyacá, Cundinamarca, Nariño, Santander del Sur, Valle, Quindío y Risaralda.

3. La muestra de Organizaciones

Con el propósito de obtener información de las Organizaciones de Artesanos, para profundizar en sus características de estructura, composición, tipo de organización, objetivos y problemas, se recogió información

de algunas organizaciones de artesanos mediante entrevista directa, en aquellos sitios seleccionados para la encuesta. Con el objeto de obtener una mayor cobertura se utilizó la técnica de encuesta por correo para el resto de organizaciones detectadas.

En el proceso de recolección directa se encontraron tropiezos provenientes de la desactualización de la información fuente (referida atrás), como la inexistencia de algunas organizaciones porque habían sido disueltas o porque son organizaciones piratas, a nombre de una persona que la utiliza como artificio para poder organizar ferias artesanales. El proceso de recolección a través de la encuesta por correo fué totalmente negativo en su recepción, solamente respondieron el formulario 3 organizaciones, fueron devueltos 4 formularios por fallas de dirección y el resto de organizaciones no respondió.

Las organizaciones objeto de análisis corresponden al 24.7% del universo conocido de organizaciones de artesanos. La característica principal de acuerdo con la naturaleza de la organización tiene un peso bastante alto en las Asociaciones (el 82.6% de ellas son organizaciones de éste tipo). Según el radio de acción la mayor influencia se da en un radio local (69.5%), seguido de un radio de acción regional (26%) y en tercer lugar un radio de acción de cobertura nacional, el cual corresponde a una organización de segundo grado.

La edad de las organizaciones se clasificó en tres grupos: organizaciones nuevas con menos de 5 años, en donde se concentra el 22.7%; organizaciones jóvenes con un tiempo de creación que oscila entre 5 y 10 años, en donde se agrupa el 36.6%; y en organizaciones de más de 10 años, se reúnen el 41%. Lo anterior muestra que una buena proporción de las organizaciones tienen una larga trayectoria en el tiempo, lo que comparado con el tiempo de participación de los artesanos en organizaciones, está en relación inversa: el menor porcentaje de artesanos organizados lleva más de 10 años de participación.

La conformación de éstas organizaciones muestra un nivel de heterogeneidad considerable; en el 73.9% las organizaciones están conformadas por artesanos, sean éstos individuales, talleres familiares o talleres obrero-patronales y de diversos oficios; y un 26.1%, la conforman además de los artesanos los comerciantes de artesanías o los proveedores de materia prima (que en su mayoría son cultivadores).

El tamaño de las organizaciones presenta una distribución muy variada, la que para una mejor comprensión y manejo, se categorizó en cuatro grupos así:

Menos de 20 afiliados	22.7%
De 20 a 50 afiliados	41.0%
De 50 a 100 afiliados	22.7%
Mas de 100 afiliados	13.6%
T O T A L	100.0%

En cuanto al tipo de artesanos que agrupan, según sean estos del área rural o urbana, el 56.5% cobijan artesanos de ambos sitios; 34.8% sólo artesanos urbanos y 8.7% tienen afiliados sólo artesanos del área rural.

Los objetivos de las organizaciones están dirigidos en primer lugar a la resolución de problemas de mercadeo, la promoción de la diversificación y la búsqueda de capacitación para sus afiliados. En segunda instancia el fomento y desarrollo de la actividad artesanal en la localidad, y la unión de todos los artesanos. Las organizaciones consideran que tienen bastantes dificultades para la realización de sus acciones y el cumplimiento de sus objetivos: falta de participación e interés de los asociados, falta de orientación sobre cómo debe ser una organización, falta de claridad en los dirigentes y falta de estímulos para los asociados. Otro aspecto que impide o dificulta el trabajo de las organizaciones es la falta de presupuesto y de apoyo externo, de entidades e instituciones.

En ningún momento las organizaciones consideran que la falta de un agrupamiento más sólido sea un problema para su desarrollo específico.

La percepción de la problemática del sector a partir de estas organizaciones es similar a la que tienen los artesanos y que se verá más adelante. Esta problemática puede resumirse en los siguientes puntos: en general se usa materia prima natural de consecución local, pero se presentan problemas de escasez por devastación de los bosques o falta de cultivos; igualmente se presentan altos costos en el transporte de la materia prima al taller, o de costos y calidad cuando la extracción no la hace directamente el artesano productor. La materia prima o los insumos de carácter industrial tienen constantes alzas de precios, el costo es mayor en localidades pequeñas.

Derivado de lo anterior, surgen los problemas relacionados con la producción y que se manifiestan en el bajo volumen de producción y la mala calidad de los productos en sus terminados y en sus diseños.

La comercialización sufre tropiezos, pues los bajos volúmenes de producción, la baja calidad de los productos y la falta de capital impiden la apertura hacia mercados

diferentes a los de la localidad. Estos mercados son aprovechados por los intermediarios. La estrechez del mercado a su vez incide en la producción, originando el trabajo por pedidos, que es la forma más segura para el artesano que no tiene posibilidades de salir a vender. Cuando el mercado de los productos trasciende los límites locales, son una minoría de artesanos (los más prósperos) los que salen a vender sus propios productos y los que compran a los demás artesanos. La comercialización también se ve afectada por la falta de diversificación de la producción, y el saturamiento en la oferta generado por la proliferación y muchas veces simultaneidad de las ferias artesanales.

Sin embargo, los problemas anteriores sirven de justificación para que gran parte de la acción de las organizaciones este casi exclusivamente dirigida a la organización de ferias artesanales y a la participación de sus asociados en estos eventos.

En conclusión, las organizaciones de artesanos crecen de condiciones indispensables para su funcionamiento y acción efectiva. A pesar de tener una larga trayectoria, no han logrado un equilibrio ni un desarrollo que les permita dar el salto hacia la conformación de un gremio artesanal de mayor grado que aglutine, unifique y homogenice el sector, los intereses, los objetivos y las líneas de acción.

D. Los Artesanos y la Organización

Teniendo en cuenta que la población que forma parte del sector artesanal es heterogénea, y que existe un sinnúmero de organizaciones igualmente heterogéneas en su composición, radio de acción, objetivos y acciones, puede afirmarse que el sector artesanal es heterogéneo y disperso en el espacio, y está fragmentado en su participación en organizaciones.

1. Participación según el Estrato Socio-económico del Municipio

Lo primero que se aprecia al observar los datos es la poca participación de los artesanos en organizaciones gremiales. Del total de artesanos entrevistados, solamente el 25.8% están inscritos en una organización. Si se observa la distribución de los artesanos según el estrato socio-económico de las localidades seleccionadas en la muestra, en el cuadro que a continuación se presenta se puede apreciar como es el comportamiento de los artesanos organizados:

NOTA: Cuadro No. 16.2

Los artesanos de los estratos Altos están por encima

del porcentaje general de artesanos organizados y al interior de éste estrato es el grupo perteneciente al nivel tecnológico Mixto el que lo sobrepasa en mayor magnitud (38.3%). En tanto que en los estratos Bajos, los niveles de organización están por debajo del porcentaje medio de organización, exceptuando el nivel tecnológico Tradicional.

2. Participación según el subsector artesanal

Observando la participación en organizaciones según oficios o subsectores de la actividad artesanal se observa el siguiente comportamiento al interior de cada uno de los subsectores tomados en la muestra:

NOTA: Cuadro No. 16.3

La tendencia hacia la organización en cada subsector, es más alta que la tendencia media con la única excepción del subsector de los tejidos.

Considerando además que en términos absolutos la tejeduría se realiza en 196 municipios artesanales del país, que es el subsector que presenta la mayor concentración municipal, y que por lo tanto puede inferirse que agrupa un volumen de población muy superior al de las otras actividades artesanales, el subsector de tejeduría presenta una tendencia muy baja a la asociación entre los artesanos.

3. Participación según área

En cuanto a la participación de artesanos en organizaciones según área (rural o urbana), los resultados obtenidos muestran que los artesanos urbanos son los más organizados. El porcentaje de organización de éstos es más alto que el porcentaje medio de participación (28.3 y 25.8 respectivamente). La tendencia a la organización sigue siendo básicamente de carácter urbano.

Como puede observarse en el siguiente cuadro, la distribución de la organización por área, según cada oficio o subsector artesanal, toma las siguientes características:

NOTA: Cuadro No. 16.4

El nivel de participación de los artesanos de cada oficio es mayor en los que viven en el área urbana. Se nota un nivel muy bajo de organización entre los artesanos del área rural, especialmente entre los artesanos de la talla y el cuero, el cual no solo debe depender de las características del poblamiento, es decir de su dispersión espacial, sino de la falta de interés de las organizaciones hacia dicho grupo de personas.

4. Tiempo de participación en Organizaciones

A pesar del bajo porcentaje de organización se aprecia una tendencia reciente (de 5 años) de los artesanos hacia la asociación o unión, lo cual puede indicar un resurgimiento de las organizaciones como entes de agrupamiento del sector. Según tres categorías temporales el tiempo de participación en las organizaciones tiene las siguientes características: el 72.9% tienen un tiempo de participación no mayor de 5 años; el 14.6% llevan organizados entre 5 y 10 años y un 12.4% tienen más de 10 años de organización.

Para el 90.6% de los artesanos las organizaciones en las que participan son activas, mientras que para el resto no están activas. Dos tipos de razones explican esta inactividad: organizaciones que han fracasado o están en receso por causas diversas como factores económicos, deserción de los socios, o malos manejos; y organizaciones en proceso de formación o recién creadas que no han comenzado su trabajo o función.

Como conclusiones tenemos las siguientes:

- El nivel de participación de los artesanos es muy bajo. La participación es mayor en los municipios de estrato socio-económico alto, principalmente en el nivel tecnológico de transición.

- La participación en organizaciones conserva su característica urbana entre los cuales sobresalen los artesanos de la Talla.

- Exceptuando la tejeduría, los artesanos de los otros subsectores están por encima del nivel general de participación. Entre los artesanos ceramistas rurales y urbanos las diferencias en la organización no son tan amplias como las que se encuentran entre los artesanos de los otros oficios, donde el mayor porcentaje de organización está ubicado en el área urbana, especialmente en los subsectores de la Talla y el Cuero, donde no hay artesanos rurales organizados.

- La participación en organizaciones es muy reciente y puede estar directamente relacionada con el aumento de las ferias artesanales que se realizan en el país, en donde es requisito para poder participar, el ser socio de una organización de artesanos.

5. Naturaleza de las Organizaciones

De acuerdo a la característica de la organización, los objetivos, funciones y limitaciones varían, así como los requisitos mínimos que deben cumplir para obtener la

legalización correspondiente y ser reconocidas como tales ante Artesanías de Colombia.

La distribución de la participación de los artesanos según el tipo o naturaleza de la organización, es similar a la distribución de organizaciones existentes, en donde la mayor proporción de artesanos participan en las denominadas Asociaciones, siguiéndole en orden de importancia la participación en Cooperativas y Grupos Precooperativos, como puede verse en el siguiente cuadro.

Cuadro No. 16.5

Participación de los artesanos según tipo de Organización
(En Porcentajes)

Tipo de Organización	% de participación
ASOCIACIONES	69.7
COOPERATIV Y GRUP.PRECOOP.	20.6
OTROS	9.7
T O T A L	100.0

Los artesanos participan más en las Asociaciones, incluidos los denominados Gremios, por cuanto su naturaleza es la misma (69.7%). En el segundo tipo de organización se agruparon las Cooperativas y los Grupos Precooperativos, por cuanto éstos últimos son el requisito indispensable para después convertirse en Cooperativa. En los grupos precooperativos participa el 6.5% de los artesanos.

En el grupo denominado otros se encuentran artesanos que pertenecen a Grupos informales (6.0%) y Fundaciones (3.8%).

6. Características de conformación y dirección

La conformación de las organizaciones tiene diversas modalidades, a saber: integradas solamente por artesanos productores; las integradas por artesanos productores y que a su vez son comerciantes; y aquellas donde participan además comerciantes de artesanías (no productores). De acuerdo a estas modalidades se encontró que un 80.8% de los artesanos asociados están en organizaciones conformadas por productores, en donde un 20.5% lo conforman productores-comercializadores. En 19.1% de los casos de artesanos organizados, además de los artesanos productores también forman parte de la organización los comerciantes (no artesanos).

Aunque el porcentaje de organizaciones en que participan los comerciantes es bajo, se evidencia un

problema de heterogeneidad de las organizaciones, y la confluencia de intereses diferentes los pueden limitar en el cumplimiento de sus objetivos. Este problema se agudiza aún más cuando las organizaciones, que en principio son de artesanos productores, son dirigidas por personas diferentes al sector:

- Para el 84.4% de los artesanos organizados las organizaciones donde participan son dirigidas por productores.

- Un 12.2% de los artesanos están en organizaciones dirigidas por productores y comerciantes no productores.

- Un 2.8% participan en organizaciones dirigidas por comerciantes.

- Un 0.6% de los artesanos están en organizaciones cuyos dirigentes no son artesanos.

Así, el 15.6% de los asociados están en organizaciones cuya dirección está en manos de personas ajenas al sector. Este fenómeno de heterogeneidad puede obedecer, además de la informalidad, a falta de claridad en la concepción de lo que debe ser una organización de artesanos, a la poca disponibilidad de tiempo de los productores para dedicarse a éstas tareas, y a la falta de interés por la organización.

Finalmente, el 51% de los asociados están en organizaciones que cobijan artesanos de varios oficios y el 49% están en organizaciones especializadas.

La heterogeneidad en la composición de las organizaciones plantea la siguiente pregunta: si una condición básica para formar parte de una organización de artesanos, es el ser productor (artesano), cómo se explica que haya al interior personas no artesanos?. Qué mecanismos de control tienen las organizaciones de artesanos para verificar que el aspirante a participar es realmente un artesano. Cuál es el problema que afecta a las organizaciones, que las induce a aceptar como miembros personas que no son artesanos?.

7. El radio de acción de las organizaciones

Si a éstas características de conformación interna se añade el radio de acción de las organizaciones, en donde el 72.4% de los artesanos participan en organizaciones de carácter local, el 24.3% en organizaciones de carácter regional y el 3.2% en organizaciones de cobertura nacional, el problema de la dispersión organizacional se hace relevante, en el sentido de que se da una atomización de organizaciones de primer grado y de carácter local y no hay

organizaciones de segundo y tercer grado que controlen a éstas y las aglutinen bajo formas más complejas que obedezcan a lineamientos y políticas de acción más generales del sector. La proliferación de organismos locales es una muestra de que cada una de las organizaciones de artesanos existentes funcionan de manera aislada, sin una política coherente y por lo tanto se convierten en organismos débiles.

E. La Percepción de la Organización

La función de la organización solo podrá ser exitosa si logra desarrollar en sus afiliados el sentido de pertenencia, el cual permite una motivación de cada uno de sus asociados y una identificación con la organización que llevaría a éste a una participación activa.

Uno de los aspectos que indican de alguna manera este sentido de pertenencia es la percepción de hacia quién va dirigida la acción de la organización, si los asociados perciben que las acciones de la organización van dirigidas a todos (son sujetos de la acción) o solo a un grupo específico de personas (hay discriminación o sesgo en la acción). Otro factor que refleja el sentimiento de pertenencia son los mecanismos de recompensa que el asociado recibe: en éste caso son los niveles de ayuda recibida y los beneficios directos y de que han sido objeto.

1. Acción General de la Organización

El primer tipo de valoración hace relación a la acción general de la organización, independientemente del beneficio particular que como asociado se haya recibido de ella. En opinión del 80.4% de los artesanos organizados las acciones de la organización tienden a beneficiar a todos los asociados por igual, el 19.6% restante opina que las organizaciones donde están inscritos favorecen solamente a los dirigentes (10.3%); a los amigos de los dirigentes (2.7%); a los más influyentes (2.7%); a los comercializadores (1.1%), a otros no especificados (1.6%) y a ninguno (1.1%).

Hay una percepción positiva en un muy alto porcentaje por parte de los artesanos organizados hacia las organizaciones en las cuales participan.

2. Acciones particulares de la Organización

El 16.6% de los artesanos organizados consideran que la organización los ha ayudado a resolver sus problemas. El tipo de ayuda recibida hace referencia al respaldo ante las autoridades, ante las entidades con las cuales se buscan vínculos y ante otras organizaciones, porque les permite

participar en los eventos que organizan; a la promoción que hace la organización de la producción de los asociados; a la capacitación que han recibido de ella; y al hecho de que la organización les facilita el mercadeo de la producción, organizando mercados o ferias artesanales, o consiguiendo mercados para sus asociados.

Para el 48.2% de los artesanos, en cambio, la ayuda directa de la organización ha sido parcial. Según puedo deducirse por el tipo de respuestas, esta deficiencia se genera en primer lugar porque las condiciones actuales de la organización no le permiten hacer más cosas de las que hace, por escasez de capital o porque todavía no cuentan con elementos suficientes para resolver todos los problemas de los asociados. En segundo lugar la ayuda parcial se refiere a que aunque se han recibido beneficios concretos como préstamos, respaldo, capacitación, etc, el nivel de las expectativas de éstos artesanos hacia la organización sobrepasa éstos aspectos puntuales. En ningún momento son respuestas que indiquen una percepción negativa de la acción de la organización, sino más bien una apreciación negativa de la acción de la organización, sino más bien una apreciación subjetiva de que la organización podría o debería hacer más por sus asociados.

El 35.2% de los artesanos asociados no han recibido ayuda alguna de las organizaciones y explican esta situación haciendo referencia a problemas internos de la organización, tanto de infraestructura (falta de recursos, no hay capital, es nueva, no está en capacidad) como de funcionamiento (falta de unión de los asociados, los directivos trabajan solo para ellos).

En resumen, se encuentran dos niveles de apreciación de la acción directa que sobre el asociado ha ejercido o ejerce la organización en la que participa.

Las respuestas relacionadas con las ayudas totales recibidas hacen referencia a la ayuda efectiva, valorada en acciones concretas de carácter económico y técnico, entre las cuales se destacan la ayuda en la venta de los productos, la concesión de créditos, el respaldo para participar en ferias artesanales y la capacitación. La característica básica de este tipo de organizaciones es resolver problemas inmediatos.

El 50.4% de las respuestas tienen que ver con limitaciones internas de la organización.

Los beneficios directos recibidos por los artesanos afiliados se pueden clasificar en tres tipos:

- a) Ayudas para la comercialización. Entre el tipo de

ayudas recibidas para la comercialización de los productos figuran: poder participar en ferias artesanales (22.2%); ayuda a conseguir clientes (11.9%); y compra directa de los productos a los asociados (8.3%).

b) Ayudas económicas y ayudas para la producción. En este segundo grupo de ayudas la principal son los préstamos en dinero (12.6%). En cuanto a los beneficios recibidos para la producción son en orden de importancia: la repartición proporcional del trabajo, la unión para comprar materia prima más barata y para transportarla y la capacitación (11.8%); venta de materia prima barata (8.6%) y alquiler de maquinaria y equipo (3.9%).

c) Ayudas indirectas. En éste último grupo de beneficios se clasifican las gestiones ante entidades o instituciones, en donde el 7.3% de los artesanos han sido beneficiados por la organización.

El cuadro que se presenta a continuación muestra por tipo de organización la característica de los beneficios directos recibidos por los artesanos. Con el objeto de lograr una mayor profundidad en éste aspecto, se dió un margen de libertad de dos respuestas y se trató cada beneficio en forma independiente de los demás. Es decir los porcentajes del cuadro hacen referencia a las veces que cada beneficio fué mencionado, en la opción uno o dos; por lo tanto la suma de los porcentajes no es igual a 100.

NOTA: Cuadro No. 16.6

Los beneficios recibidos varían según el tipo de organización al que pertenecen los artesanos. De los beneficios recibidos por los participantes en Asociaciones el 75.2% está relacionado con la comercialización y el 19.4% son ayudas de carácter económico. Bajo Cooperativas o Grupos Precooperativos, el tipo de beneficios está más dirigido hacia la producción y financiación.

Los artesanos agrupados bajo otros tienen un comportamiento muy similar a los que participan en Asociaciones, salvo el beneficio de alquiler de máquinas y equipos.

Finalmente, vale la pena destacar que el 7.9% de los artesanos asociados no han recibido ningún beneficio personal de las organizaciones.

En resumen, una cosa es lo que se cree que la organización en general puede hacer por sus asociados, en donde un porcentaje bastante alto de artesanos coincide en que la organización beneficia a todos por igual; y otra muy diferente resulta al profundizar en la ayuda específica

recibida por cada artesano, en donde la realidad tiende a mostrar limitantes de la organización para satisfacer las necesidades concretas de sus socios.

3. Acción de las organizaciones en su área de influencia

La percepción de los artesanos sobre las acciones realizadas (o los intentos de acción) de las organizaciones a las cuales pertenecen en la localidad es como sigue: las acciones que buscan colaboración y apoyo para el artesano (20.8%); acciones dirigidas a solucionar el problema de la materia prima y de producción (13.7%); acciones dirigidas a resolver el problema de la comercialización y venta de los productos de sus asociados (13.1%); acciones que tienen como fin respaldar al artesano asociado (5.5%); y finalmente los intentos de unión interna de los socios (3.3%). Estas acciones, desagregadas según un orden de importancia por el porcentaje de menciones, se diferencian de acuerdo a la naturaleza de la organización, de la siguiente manera:

NOTA: Cuadro No. 16.7

NOTA: El Cuadro muestra por tipo de organización la característica de las acciones. Con el objeto de lograr una mayor comprensión en este aspecto, se dió un margen de libertad de dos respuestas y se trató cada acción mencionada en forma independiente de los demás. Por lo tanto los porcentajes del cuadro hacen referencia a las veces que cada acción fué mencionada, y la suma de éstos no es igual a 100.

Los artesanos organizados en Asociaciones, consideran en un porcentaje superior al del total de la muestra que dicha organización no ha hecho nada por resolver los problemas de los artesanos; mientras que los cooperados tienen un porcentaje notablemente inferior al de referencia. Los artesanos pertenecientes a cualquiera de los tres tipos de organización coinciden en que una de las acciones importantes de éstas es la búsqueda de apoyo al sector (el cual es eminentemente local).

Las asociaciones y otras organizaciones se esfuerzan por los problemas de comercialización de los productos, financiación y respaldo al artesano, mientras las Cooperativas se esfuerzan por facilitar mejores condiciones de producción a través del préstamo de máquinas, instalaciones y venta de materia prima, comercializar los productos y respaldar al artesano. Estos resultados son consistentes con los beneficios directos recibidos de la organización y mencionados anteriormente.

Debe destacarse cómo para un alto porcentaje de artesanos (43.4%), la organización a la que pertenecen no ha hecho nada por resolver los problemas del sector.

4. Los Problemas de la Organización

Un último aspecto relacionado con la percepción de la organización a partir del artesano organizado, tiene que ver con la consideración de las limitaciones y dificultades que a su juicio tiene la organización a la que pertenece.

El siguiente cuadro muestra por tipo de organización desde el punto de vista de los artesanos, la problemática de la organización. Con el objeto de lograr una mayor comprensión en éste aspecto, se dió un margen de libertad de dos respuestas y se trató cada problema mencionado en forma independiente de los demás. Por lo tanto los porcentajes del cuadro hacen referencia a las voces que cada problema fué mencionado, y la suma de éstos no es igual a 100. Según las respuestas encontradas se clasificaron los problemas en diez tipos:

NOTA: Cuadro No. 16.8

Hay una percepción bastante alta de existencia de problemas en las organizaciones, ya que solamente un 19.2% de ellos considera lo contrario; en el grupo otros se encuentran menos problemas en las organizaciones con respecto al total.

El problema más importante para el total de artesanos asociados es el relacionado con la organización interna (31.0%). Al interior de éste ítem se concentran menciones como desorganización total, falta de estatutos y reglamentos, retiro de socios. Según se aprecia en el cuadro anterior, aunque éste problema se encuentra en los tres tipos de organizaciones, sobresale en las Asociaciones.

El segundo problema se relaciona con el aspecto económico y de financiación de las organizaciones (26.1%).

El tercer problema de las organizaciones es el que tiene que ver con los dirigentes; bajo éste ítem se concentran apreciaciones como la falta de seriedad y preparación de los dirigentes, falta de un líder que coordine, las ganancias se las reparten entre unos pocos, y politiquería. Este problema se presenta con mayor fuerza en las Asociaciones, mientras que en las Cooperativas y Grupos Precooperativos es muy bajo.

El problema relacionado con acciones que no hacen las organizaciones (9.8%) hace referencia a que no capacita a los asociados, y no consigue pedidos ni materia prima. Este problema es más frecuente en los artesanos cooperados. Sin embargo debe observarse que es un problema importante también en las Asociaciones y de más baja mención en el otro

tipo de organización reseñado.

Los problemas relacionados con falta de apoyo externo, infraestructura incompleta y limitantes de la organización para realizar sus objetivos, son de notable importancia entre los artesanos cooperados.

Entre los aspectos que comprende la infraestructura incompleta se incluye todo lo relacionado con la falta de herramientas de trabajo, talleres, máquinas y equipos, local, etc.

Son problemas de composición el hecho de que no todos los participantes sean artesanos. Son limitantes para la acción la competencia, los intermediarios acaparadores de la materia prima y el transporte.

En resumen puede decirse que existe un consenso en problemas relacionados con la organización interna y el factor económico; mientras que se encuentran diferencias entre los cooperados y los asociados respecto a los problemas con los dirigentes, a la infraestructura incompleta y limitantes para la acción. De otro lado es importante resaltar que la problemática al interior de las organizaciones se percibe en niveles altos independientemente del tipo de organización al que se pertenezca. Y es únicamente a partir de una estructura y organización interna sólida como una organización puede cumplir los objetivos propuestos y constituirse en un grupo fuerte.

F. Actitud hacia la Organización

En éste ítem se estudia la actitud de los artesanos no participantes hacia las organizaciones. Esta actitud se clasifica bajo dos características. La primera es la negación a agruparse, es decir una actitud reacia hacia la organización. La segunda es la disposición positiva hacia la organización, que no se ha concretado por algunas razones importantes de conocer.

El 74.2% de los artesanos entrevistados no participan en organizaciones formales o informales. De ellos, los que no consideran el agrupamiento como necesario para resolver sus problemas son el 31.0%; éste grupo no tiene interés en asociarse porque considera que resuelve mejor sus problemas en forma individual. El resto, o sea 69.0% de los artesanos no participantes puede clasificarse a su vez en tres grupos respecto de las razones por las cuales no forman parte de alguna organización, y se discriminan en el siguiente cuadro.

Disponibilidad a la Organización
(En Porcentajes)

No hay disposición	31.0
No existen organizaciones en la localidad	36.9
Falta de tiempo/ No entiendo eso	11.6
Las organizaciones que hay no le gustan	11.3
Las organizaciones que hay no sirven	6.7
Las organizaciones que habían se acabaron	2.5
T O T A L	100.0

El 39.4% de los artesanos no están organizados actualmente, porque en la localidad no existen organizaciones, sea porque las que habían ya dejaron de existir o porque nunca ha habido organizaciones. Un 18% de los artesanos no organizados no participan porque tienen una imagen negativa de las organizaciones existentes.

Un último grupo corresponde a aquellos artesanos que por poca disponibilidad de tiempo por desconocimiento sobre lo que es una organización no están asociados (11.6%). Al interior de éste grupo puede verse cómo la falta de mecanismos de aglutinamiento no permiten que un buen sector de la población artesanal se entere de los beneficios que le traería el formar parte de una organización y así mismo esforzarse por participar en ella.

En aquellos sitios donde funciona alguna organización hay una falta de información y de credibilidad irradiada por sus acciones en beneficio de los artesanos; y a su interior hay una incapacidad para la promoción de la participación de todos los artesanos de la localidad. El hecho de que exista un sinnúmero de organizaciones no significa que su cobertura sea amplia; hay zonas, regiones o localidades totalmente desprotegidas de la acción de las organizaciones y esto causa a su vez la disgregación de la población artesanal.

Finalmente si se trata de observar la actitud de los artesanos en general (organizados o no) hacia la unión como la forma más efectiva para resolver los problemas de los artesanos, se tiene lo siguiente:

Cuadro No. 16.10

Forma más eficiente de resolver problemas (En Porcentajes)

Cada uno por su cuenta	25.2
Los artesanos de un mismo oficio organizados	36.0
Todos los artesanos organizados en un solo grupo	38.8
T O T A L	100.0

Del total los artesanos (organizados y no organizados) el 74.8% tiene una actitud positiva hacia la organización como medio para la resolución de los problemas, entre los cuales la forma más preferida es la unión de todos los artesanos, sin discriminar según tipo de oficio o actividad artesanal. Sin embargo, el 25.2% de la población de artesanos entrevistados considera que los problemas se resuelven en forma individual, lo que puede estar reflejando la percepción negativa hacia las organizaciones.

G. Las Expectativas de los Artesanos

Los requisitos principales de las organizaciones, dados como respuesta por los artesanos (organizados o no), toman en cuenta diferentes aspectos del funcionamiento de las organizaciones y se relacionan a continuación según el área de residencia:

NOTA: Cuadro No. 16.11

NOTA: Con el objeto de lograr una mayor comprensión en éste aspecto, se dió un margen de libertad de dos respuestas y se trató cada requisito mencionado en forma independiente de los demás. Por lo tanto los porcentajes del cuadro hacen referencia a las veces que cada requisito fue mencionado, y la suma de éstos no es igual a 100.

En los artesanos del área rural se nota un nivel muy bajo de expectativas sobre las organizaciones.

Los tres principales requisitos que debe tener una organización tienen que ver con la estructura interna de la organización y con su capacidad de aglutinar al sector y buscar el apoyo de entidades e instituciones.

El segundo grupo de requisitos tiene que ver con las acciones que debe realizar la organización, y éstas corresponden tanto a las ayudas para la producción como a la

comercialización de los productos. Estas expectativas, al contrario de las anteriormente vistas, están dirigidas a la resolución de problemas de carácter inmediato y permanente de los artesanos.

Un último grupo de requisitos se refiere a la forma que debe tomar la organización tanto en su naturaleza como en su infraestructura y dirección. Este último grupo permite ver la expectativa relacionada con las condiciones internas necesarias para que la organización pueda funcionar.

XVII. RELACION CON INSTITUCIONES

A. Aspectos Generales

En Colombia existen instituciones oficiales y privadas de apoyo al sector productivo, que podrían ser utilizadas por el sector artesanal. Entidades como Artesanías de Colombia y el Museo de Artes y Tradiciones tienen como campo de acción específico el sector artesanal y para ello cuentan con una serie de programas específicos. Otras entidades como el SENA, Oficinas de Turismo, Corporaciones Regionales y las destinadas al desarrollo de la microempresa, en algunos casos involucran dentro de sus programas a los artesanos.

Sin embargo, no hay una coordinación efectiva entre las diferentes entidades encargadas en alguna forma de apoyar a los artesanos. Sumado a esto, la acción de estas entidades propicia la fragmentación del sector.

Al igual que las organizaciones, es muy bajo el número de artesanos que participan en estos programas; las relaciones que establecen las instituciones con este sector son más de carácter puntual e informal y no forman parte de un plan; el desconocimiento sobre la problemática y necesidades reales de los artesanos no les permite la elaboración de planes concretos.

B. Relación de los artesanos con instituciones

El 37% de los artesanos han tenido contactos o vínculos con estas entidades de apoyo al sector. Claramente se aprecian dos instituciones con las cuales los artesanos tienen mayor relación: Artesanías de Colombia (15.5%), el SENA (5.3%). Los vínculos existentes se agruparon de la siguiente forma:

NOTA: Cuadro No. 17.1

Entre los artesanos que han tenido vínculos con instituciones, el mayor porcentaje se refiere a contactos con una sola institución o entidad, entre las que Artesanías

de Colombia toma el primer lugar de acuerdo a la frecuencia de menciones obtenidas. Se nota al interior de las relaciones con varias instituciones, una mayor presencia de Artesanías de Colombia y del SENA, acentuada quizás por el actual convenio para el fomento de la artesanía en el que ambas entidades trabajan en forma coordinada de acuerdo con unos programas específicos.

Las otras instituciones o entidades que ayudan en alguna forma al sector artesanal y que fueron identificadas por los artesanos son el Museo de Artes y Tradiciones; las Corporaciones Regionales; las Oficinas regionales o locales de Turismo; entidades particulares como Projuventud, Capacitar, SEPAS, Anglo Colombiano de Cali (Exportadores), Universidad de Nariffo, Unidos para el Progreso y otras no especificadas.

Las diferentes formas de relacionarse con una institución pueden clasificarse en: capacitación para la mejora de la producción, en donde además de los cursos intervienen las asesorías en diseño y manejo del taller; compra y venta de los productos; y crédito o respaldo para éste.

Se encontró que para un gran porcentaje de artesanos el vínculo con instituciones es la capacitación, en donde se agrupa el 35.9% de los artesanos. El segundo objeto de vínculo es a través del crédito, identificado por el 14.1% de los artesanos. El tercer tipo de vínculo es a través de ventas directas, en donde el 7.1% de los artesanos tienen relación institucional por ésta razón.

Para el 10.7% de los artesanos relacionados con instituciones, ésta relación no es efectiva todavía, es decir, actualmente realiza los pasos iniciales en la búsqueda de ayudas financieras, de capacitación y de mercadeo.

Finalmente, en el 32.2% de los artesanos se encontró simultaneidad de vínculos, es decir que no solamente buscan o reciben la ayuda de capacitación sino otras ayudas como crédito y asesoría (4.9%); ventas y asesoría (3.8%) etc.

C. Los Artesanos y Artesanías de Colombia

Del total de artesanos entrevistados, el 75.5% conocen o han oído hablar de Artesanías de Colombia. Sin embargo solamente el 30.2% de los que la conocen han tenido algún tipo de experiencia directa con la entidad.

Las acciones de Artesanías de Colombia, tienen diferentes modalidades; unas de ellas requieren una presencia física en la localidad, otras requieren la

presencia de Artesanías a través del desarrollo de programas permanentes o de duración limitada en ciertas localidades artesanales.

Por ésta razón se indagó sobre la presencia de la entidad en el municipio, a partir de las diferentes modalidades en que actúa. El siguiente cuadro presenta un primer grupo de acciones que requieren una infraestructura y son el centro artesanal, los puestos de compra y los hornos para la cerámica; el segundo grupo incluye los diferentes programas que desarrolla en algunos sitios. Esta aproximación se discriminó en dos niveles: los que identifican la entidad y pueden responder si ésta tiene o no una determinada acción; y los que no la identifican o no tienen información de ella y por lo tanto saben si hay o no hay acción de Artesanías en la localidad.

NOTA: Cuadro No. 17.2

Adicionalmente se preguntó al artesano si la entidad funciona actualmente allí, en donde un 87.2% respondieron afirmativamente. Al interior de éste grupo de personas se trató de conocer la participación en los programas o acciones que Artesanías de Colombia realiza en la localidad y se encontró un porcentaje muy bajo de participación, el 30.2%.

Discriminando en la experiencia específica que han tenido los artesanos con la entidad, a continuación se exponen los resultados obtenidos.

NOTA: Cuadro No. 17.3

Como puede apreciarse en el cuadro, la relación predominante se da en las ventas al Centro Artesanal, el Crédito y la Capacitación. Adicionalmente se encuentra un porcentaje de artesanos cuya relación con Artesanías de Colombia está iniciándose apenas. De otro lado se encuentra una combinatoria de relaciones con Artesanías las cuales permiten observar varios tipos de beneficiarios, según los diferentes vínculos que han tenido con la entidad. Así, se aprecia que además de vender sus productos, son usuarios del crédito; o reciben capacitación y asesoría en diseño, y además reciben la acción directa de los promotores.

La discriminación de éste cuadro permite ver que el 69.4% de los artesanos solo han tenido un tipo de vínculo con la entidad, entre los cuales los relacionados con las ventas ocupan el 24.4% y los que tienen que ver con las diferentes ayudas para facilitar o mejorar la producción ocupan el 36.6%.

En cuanto a la valoración de los artesanos de la

experiencia directa con Artesanías de Colombia, la totalidad de respuestas obtenidas se clasificaron en dos grupos de respuestas; positivas y negativas.

NOTA: Cuadro No. 17.4

Hay un mayor porcentaje de respuesta positiva (52.1%), entre las cuales sobresale aquella que no especifica o aclara el por qué se considera que la experiencia fue buena lo que no permite profundizar para poder comparar con respuestas más específicas, es decir no se sabe qué es lo que a la gente le gustó más de su experiencia con Artesanías de Colombia. Sucede lo contrario cuando las respuestas son negativas, en donde el mayor porcentaje de respuestas aclaran o permiten ubicar en dónde falla Artesanías para los artesanos. Sin embargo al interior de cada grupo existen dos elementos que pueden compararse y son las evaluaciones relacionadas con las transacciones comerciales, y las que se refieren a los créditos. Para un 21.7% las ventas a Artesanías de Colombia fueron malas porque les demoraron los pagos, les devolvieron mercancía, no hacen pedidos frecuentes, hacen pedidos y luego no compran, exigen calidad que algunos no tienen; en cambio, para un 3.8% las transacciones fueron buenas por motivos contrarios a los expuestos anteriormente. Mientras que para un 11.5% de los artesanos que solicitaron crédito ante Artesanías, éste fue malo, porque no le prestaron lo que necesitaba, se lo demoraron demasiado, se atrasaron en cuotas y Artesanías no les compraba la producción o no aceptaba en parte de pago los productos, para un 0.6% éstos créditos satisficieron las necesidades y expectativas de los solicitantes.

A pesar de que haya un porcentaje un poco más alto de evaluaciones positivas de la experiencia con Artesanías de Colombia, hay una imagen negativa importante de considerar en cualquiera de sus aspectos. La evaluación se refirió básicamente a las transacciones comerciales y al crédito que proporciona Artesanías de Colombia pero no se consideraron las acciones que tiene esta entidad a otros niveles como la capacitación, la diversificación, el fomento y la asesoría.

De igual manera si se observa la imagen de Artesanías de Colombia a partir de los efectos que ha tenido sobre la situación del sector, en las localidades donde actúa el 43.3% de los artesanos considera que las cosas mejoraron desde que Artesanías llegó a la localidad; para un 45.4% las cosas no han cambiado y para un 11.3% las cosas empeoraron. Entre las razones dadas por el primer grupo en orden de importancia figura la capacitación (14.4%); el otorgamiento de créditos (8.5%); ayudó a hacer propaganda (2.5%); incrementó el turismo (1.7%) tiene un sitio para las ventas (0.8%). La apreciación de los que no han visto cambios en la situación (o éstos han sido negativos), en orden de

importancia figuran: no ayudan efectivamente, es pura burocracia, sólo se interesa por unos pocos, no tiene buena organización, los programas no se adecuan a las necesidades, hay mucho ánimo de lucro, no volvieron a la localidad, y no funciona (43.9%); compran a bajo precio, no hay buenas compras, no dan buenos créditos, no compran permanentemente (22.2%); el curso que dictaron no se puede aplicar, enseñan técnicas que ya saben y no prestan asesoría (6.6%).

Es importante considerar las expectativas de los artesanos que conocen o han oído hablar de Artesanías de Colombia, sobre lo que ésta debe hacer para ayudarles.

El primer aspecto, considerado por el 14.5% de los artesanos, es que la capacitación que se dicte debe ser completa; el segundo se refiere a otorgamiento de crédito o ampliación de su cobertura y es considerado por el 11.3%; le sigue la compra de productos de los artesanos de la localidad (no de unos pocos) y es considerado por el 8.9%.

El 8.5% de los artesanos espera que Artesanías de Colombia ayude a abrir mercados nacionales y extranjeros; el 5.6% prefieren que Artesanías conozca primero las necesidades reales de los artesanos antes de comenzar a actuar; un 5.2% espera que Artesanías ayude no solo a los artesanos que hacen objetos tradicionales; un 4.4% espera que Artesanías dicte más cursos de capacitación; y otro 7.6% esperan que las compras sean de mayor volumen y más seguidas.

Hay otra serie de expectativas mencionadas por el 37.2% restante (de los artesanos que conocen la entidad) y tienen que ver con: la compra de los productos a precios justos; poner en funcionamiento un mercado artesanal permanente; organizar el transporte para sacar los productos; pagos rápidos; tener almacenes en centros turísticos y en las capitales; otorgar préstamos para vivienda; comprar los productos al artesano que debe los créditos; pagar de contado; realizar un control de calidad adecuado; los intereses de los créditos deben ser bajos y los plazos más largos; cambiar sus representantes por otros más responsables y honestos; vender materia prima a precios justos; ayudar a crear una cooperativa de compra; y hacer publicidad.

En términos generales las expectativas de los artesanos son de carácter más general que particular y surgen ante el sentimiento de verla como una entidad que ayuda solamente a algunos de los artesanos, y que son generalmente los que producen más, saben más, o tienen más recursos es decir los menos necesitados respecto de la gran mayoría.

4. Problemas del Sector

La problemática del sector artesanal vista a partir de los artesanos es una aproximación al conocimiento real de las acciones y estrategias que deben plantearse a partir de las organizaciones de artesanos y de Artesanías de Colombia.

Los artesanos consideran que sus principales problemas están concentrados en los siguientes niveles o grupos de problemas:

1. Problemas para la comercialización y venta de los productos, ocasionados por la estrechez del mercado, la inestabilidad de las ventas, la falta de sitios fijos de venta, los precios bajos de compra, el transporte, la presencia de intermediarios, la competencia y finalmente la demora en los pagos por parte de los intermediarios. El 65.4% de los artesanos agrupan sus respuestas bajo este problema.

2. Problemas de la producción de los objetos, y que tienen que ver con la falta de capital, la dificultad para conseguir la materia prima, el alto costo de ésta cuando tienen que comprarla y consecuentemente el bajo volumen de producción. En este ítem se incluyen también aquellos problemas originados por la falta de capacitación de los artesanos, lo cual repercute en la mala calidad de la producción, la falta de creatividad y la copia de 56.4% de los artesanos consideran este grupo de problemas como importantes.

3. El tercer grupo hace relación a la desunión de los artesanos, traducida en la falta de organización, el individualismo, falta de conciencia del valor del trabajo artesanal, así como desunión y desorganización al interior de las organizaciones existentes. El 20.5% de los artesanos coinciden en la formulación de este problema como característico del sector.

4. Otro grupo de problemas hace referencia a la falta de apoyo, traducido en falta de promoción y publicidad, falta de apoyo financiero, falta de ayuda para resolver las malas condiciones de vida de los artesanos, ausencia estatal e institucional, ausencia de seguridad social, muchos impuestos, faltan garantías y cuando hay ayuda de entidades estas se dirigen solo hacia unos pocos. En este problema coinciden el 16.9% de los artesanos.

5. El último grupo de problemas cobija una serie de aspectos como la ausencia de lugares de almacenamiento, de vías de comunicación, mala imagen de los artesanos, contaminación, etc los cuales se agruparon bajo la categoría

"Otros" y son problema para el 2.4% de los artesanos.

Para una mayor profundización en el conocimiento de la interpretación que de la problemática del sector tienen los artesanos, se optó por dar un margen de libertad en las respuestas: considerar hasta dos problemas. En este intento se encontraron porcentajes altos de mención relacionados con la consideración de más de un problema en el sector: el 81.7% de los artesanos organizados y el 73.5% de los no organizados, respondieron hasta dos problemas.

A continuación se presenta un cuadro que permite ver la distribución de los problemas de los artesanos según que estén organizados o no y el área en la que viven.

NOTA: Cuadro No. 18.1

NOTA: El Cuadro No. 18.1, hace referencia al número de veces que se mencionó cada problema tanto en la primera como en la segunda opción. Se trató cada problema en forma independiente de tal manera que la sumatoria de los porcentajes no es igual a 100%.

Según puede observarse, existen algunas diferencias de apreciación de la problemática entre los artesanos organizados y los que no lo están. Para los artesanos organizados los mayores problemas están en la comercialización de los productos, en donde el mayor número de menciones tiene que ver con los precios bajos en el mercado (31.0%); en la falta de apoyo externo institucional o estatal y en los problemas agrupados bajo la categoría "Otros".

El comportamiento de respuestas de los artesanos no organizados respecto del total es muy similar, con la única variación de que el porcentaje referente al problema de la desunión es mayor. Es decir, que los artesanos no organizados ven en la desunión y falta de organización un problema importante del sector. Al interior del problema de la comercialización, el mayor énfasis lo hacen en la falta de mercado o estrechez de éste y ello marca una diferencia sustancial con los artesanos organizados, quizá porque la acción dirigida a la resolución del mercado de los productos ha afectado en parte la comercialización en el sentido de mejorarla. Entre los problemas relacionados con trabas en la producción, el mayor énfasis de los artesanos no organizados está en la dificultad para conseguir la materia prima; en tanto que para los artesanos organizados el problema es la falta de capacitación para mejorar la calidad y reducir la copia.

Observando la distribución de los problemas según área, se tienen las siguientes diferencias: en primer lugar,

dentro de los problemas que afectan la comercialización el mayor énfasis para ambos grupos está en la estrechez del mercado; sin embargo en cuanto a la competencia como uno de los problemas específicos de éste grupo, son los artesanos del área urbana los que le dan un mayor número de menciones. Dentro del grupo de problemas de la producción, los artesanos del área rural coinciden sobre la dificultad para conseguir la materia prima, y en un mismo nivel de importancia los relacionados con el costo de la materia prima y la falta de capital, en tanto que los artesanos del área urbana consideran mayor problema la falta de capital, seguido por la dificultad para conseguir la materia prima y sus costos.

En resumen, puede decirse que no existe una marcada diferencia entre la concepción de la problemática del sector de los artesanos según el área en que viven, mientras ésta diferencia se nota un poco más si se mira la concepción de la problemática al interior de la participación o no participación en organizaciones.

Si se observa la visión de los problemas del sector artesanal al interior de los subsectores de la actividad artesanal, se tienen las siguientes diferencias:

- Para el 55.9% de los artesanos de la cerámica los problemas relacionados con la comercialización son los más mencionados entre los cuales se destacan la estrechez del mercado y la competencia generada básicamente por la copia de los diseños. El segundo grupo de problemas en orden de importancia es el que hace referencia a la producción (51.8%), al interior del cual tiene mayor mención la falta de capital y de capacitación para mejorar la calidad y variar los diseños.

- El 71% de los artesanos de tejidos consideran el grupo de problemas relacionados con la comercialización, en donde se da un marcado énfasis en el mercado estrecho y los precios bajos. En segundo lugar figuran los problemas de producción (51.8%) y su énfasis está dirigido hacia la dificultad en conseguir la materia prima, así como alto costo de ésta.

- El 63% de los artesanos talladores consideran igualmente importante el grupo de problemas sobre la comercialización, al interior del cual se menciona en mayor proporción, además del mercado estrecho, los problemas de transporte de los productos. El segundo grupo de problemas en que se enfatiza es el relacionado con la producción, en donde además de la dificultad de conseguir la materia prima y los costos de ésta, se da la falta de crédito y de capital para la producción.

- Para los trabajadores del cuero el problema más relevante es el relacionado con los factores que dificultan la producción (90.5%) entre los que sobresalen los relacionados con la consecución y compra de la materia prima y la falta de capital. El segundo renglón de importancia lo tienen los problemas de comercialización generados por la estrechez del mercado, los precios bajos y la competencia desleal.

- El grupo de artesanos clasificados en el subsector "Otros", considera en primer lugar los problemas de comercialización (60.8%), seguidos de los problemas de producción (59.9%) en donde el factor más mencionado es la falta de capital.

De otra parte es importante señalar que el problema de falta de apoyo institucional es más sentido entre los artesanos del cuero (20.7%) y del grupo otros oficios (26.8%); en tanto que el problema de la desunión es el menos sentido entre los artesanos del cuero (solamente un 3.2% lo mencionaron).

Finalmente se debe señalar que existe un porcentaje de la población que considera el sector artesanal sin problemas (3.17% del total de los artesanos de la muestra). Al interior de la diferenciación entre artesanos organizados o no organizados, opinan de esta maneraa el 19.2% de los artesanos organizados y el 3.7% de los no organizados. Observando esta opinión al interior de la distribución espacial, es decir área rural o urbana, el porcentaje de artesanos rurales que no ven problemas en su sector es el 5.1% mientras en los artesanos urabanos éste es el 2.4%. Discriminando aun más, según los diferentes oficios o subsectores de la actividad artesanal, el 3.5% de los trabajadores en cerámica, el 3.0% de los trabajadores en tejeduría, el 3.2% de los del cuero y el 2.1% de los clasificados en otras actividades no encuentran problemas en el sector.

la problemática del sector artesanal comienza a partir de los inconvenientes para la consecución o compra de la materia prima indispensable para su trabajo, factor que incide sobre los volúmenes de producción y se ve agravado por la incapacidad de crear cosas nuevas o mejorar lo ya existente. Falta una visión comercial o empresarial que proyecte la oferta a las exigencias del mercado, y esta incapacidad está en buena parte generada por la falta de capacitación para la producción diversificada sumado a esto está el problema de la estrechez del mercado, el cual está ligado a la competencia de los productos artesanales con los productos industriales de carácter utilitario.

B. La opinión de los artesanos sobre su actividad artesanal

Un último tema sobre la opinión del sector artessanal

corresponde a cómo evalúan los artesanos su actividad en particular y el futuro de ésta en la localidad. Estas apreciaciones subjetivas son indicadores indirectos del grado de satisfacción con la actividad que realizan, así como de la dimensión de los efectos que sobre el artesano en particular tiene la problemática del sector.

En lo que se refiere a la evaluación particular de la actividad del artesano, ésta tiene tres dimensiones temporales. Una primera a partir de la evaluación del estado actual de su propia producción, comparada con la que hace 4 cinco años. Es así como para el 55.2% de los artesanos el volumen actual de su producción es mayor que el de hace cinco años; para el 23.5% este volumen es el mismo, en tanto que para el 21.3% ha disminuido o produce menos. La evaluación de este primer ítem refleja una visión estática y de retroceso en un porcentaje bastante alto de la población artesanal que guarda estrecha relación con la problemática actual expuesta por ellos mismos y que está casi en su totalidad en la estrechez de mercados; a tal punto ha llegado esta problemática de comercialización que una muy buena parte de los artesanos entrevistados producen únicamente bajo pedido.

La segunda dimensión de evaluación tiene que ver con las técnicas que actualmente utiliza comparadas con las que trabaja hace cinco años. En este punto se encontró que el 72% de los artesanos sigue utilizando las mismas técnicas de antes; un 25.2% ha introducido algunas técnicas nuevas; y el 2.8% produce con técnicas totalmente nuevas. Según lo anterior, se nota un proceso estático en el desarrollo de tecnologías apropiadas a las actuales condiciones de producción, lo cual acelera en mayor medida el proceso de desplazamiento generado por la producción industrial. Muchas de las técnicas con que actualmente se producen objetos artesanales no se adecúan a las necesidades de una producción más acelerada y con calidad.

El último aspecto de carácter particular o individual, es el que tiene que ver con la expectativa o disposición a continuar desempeñando esta actividad en un futuro. La observación de esta disposición o actitud se hizo a partir de una situación ficticia donde el artesano debía escoger entre tres alternativas. El planteamiento es el siguiente:

"Si se le presenta la oportunidad de un trabajo estable, diferente de las artesanías:

- Dejaría de producir artesanías y lo tomaría?
- haría las dos cosas simultáneamente?
- Seguiría produciendo artesanías y no lo aceptaría?

La selección de respuestas tuvo los siguientes resultados: el 27.2% de los artesanos dejarían de trabajar en artesanías; 36.9% haría las cosas simultáneamente y un 36% no aceptaría el nuevo trabajo. Se evidencia la inseguridad del artesano generada por

la inestabilidad económica que les proporciona la actividad artesanal. Un trabajo estable implica, por ejemplo, un espacio definido, una entrada monetaria permanente, una seguridad social cosas con las cuales los artesanos no cuentan en la actualidad. Hacer simultáneamente las dos cosas manifiesta la misma necesidad de seguridad y estabilidad, con la posibilidad de no abandonar el arte, pero sí dándole un papel secundario o de carácter complementario, porque este oficio no alcanza para la satisfacción de sus necesidades y expectativas.

Finalmente en lo que hace referencia a la evaluación de la actividad artesanal en conjunto se indagó por dos tipos de pregunta. El primero trata de conocer la evaluación del tamaño de población dedicado a la artesanía en la localidad, respecto de la población dedicada hace cinco años. Para un 66.5% los artesanos han aumentado; el 11.8% opinan que el número de artesanos es el mismo de hace cinco años, y el 21.8% opinan que han disminuido. Proyectando esta pregunta cinco años más adelante el 63% piensan que los artesanos van a seguir aumentando; 11% opinan que seguirán siendo los mismos y el 25.3% opinan que van a disminuir.

Lo que se observa ante este grupo de respuestas es que las actuales condiciones de vida, las actuales dificultades que afrontan los artesanos crean una expectativa negativa en el sentido de que las cosas van a seguir igual o van a empeorar y como consecuencia habrá los mismos o menos artesanos. De otro lado, es importante destacar que entre aquellos que respondieron que la población de artesanos iba a aumentar, generalmente el complemento de esta respuesta hacía referencia a la falta de empleo, al no tener más que hacer y que este aumento no significaba que les estaba yendo bien a los artesanos; más bien era como una respuesta a no quedarse desocupado.

XIX CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez analizado en detalle el comportamiento de los diferentes aspectos y dimensiones del sector artesanal, en esta sección se presentan las conclusiones y recomendaciones de tipo general, que surgen de una apreciación global de las características y la problemática involucrada en el desarrollo y la proyección de las unidades de producción artesanal en Colombia.

Las conclusiones abarca los puntos básicos de orden general, tendientes a precisar los factores que más inciden en el desempeño y las posibilidades del sector, y que sirven de base para la construcción de una guía que permita definir las políticas de fomento y apoyo a la producción artesanal.

Con las recomendaciones se pretende avanzar en la identificación de los componentes básicos de una estrategia integrada de acciones, que permita a la empresa Artesanías de Colombia

articular en una política global y sectorial, el conjunto de instrumentos, recursos y experiencias propias, con los provenientes de otros sectores o instituciones.

En síntesis, las conclusiones y recomendaciones van dirigidas a dinamizar la acción de Artesanías de Colombia, aumentar su capacidad de promoción del sector y de integración del artesanado a los mercados en condiciones ventajosas. Así mismo, se busca mejorar su función coordinadora, mediante la asimilación de recursos locales, regionales o institucionales a través de una integración progresiva a las nuevas dimensiones y roles de las instancias municipales y las estrategias estatales de lucha contra la pobreza absoluta, la generación de empleos y la promoción de los grupos más débiles de la sociedad.

A. Conclusiones

1. Existe en Colombia un amplio sector de productores artesanales, que se ubican en cerca de la mitad de los municipios colombianos. Dichos productores se encuentran estrechamente vinculados a una tradición y vocación artesanal presente en espacios socio-económicos y donde predominan patrones mixtos en la producción agrícola; transición de la producción atrasada hacia formas modernas, bajos niveles de ingreso y precarias condiciones de vida.

La dinámica social y económica de estos municipios, ha permitido el surgimiento de formas y estrategias de sobrevivencia que permiten a un amplio sector de hogares combinar las fuentes de ingresos provenientes de las pequeñas empresas familiares, entre ellas las artesanales, con las que se pueden obtener de la participación en otros sectores, principalmente de los no agrícolas.

Existe una clara diferencia entre la producción de artesanías en centros urbanos y la que se origina en localidades rurales. Al interior de los conglomerados urbanos, existen a su vez diferencias significativas en torno al tamaño de las ciudades lo que determina mayores o menores ventajas en relación con los mercados, la disponibilidad de recursos para la producción y participación en los programas de apoyo al sector.

En el conjunto del territorio nacional se observa la presencia de varios espacios productores conformados por grupos de municipios donde unidades de producción de distinta escala y productividad elaboran diferentes productos, con diferentes técnicas. Al interior de estos espacios, existen polos de mayor desarrollo en relación con un oficio, una técnica o la utilización de materias primas de origen local. Sin embargo alrededor de los polos no existe ningún tipo de articulación y su localización es dispersa al interior de los municipios y los espacios productores de artesanías que estos conforman.

El desarrollo desigual de la producción en función del espacio, así como la dispersión y aislamiento de los productores en la geografía nacional, son características estructurales del sector artesanal, que inciden en todas las variables asociadas con su desarrollo, tales como; el acceso a los mercados, a los medios adecuados de comercialización, a las fuentes de materias primas y a los beneficios de los programas de apoyo y fomento del sector.

- a. Las unidades de producción se organizan básicamente alrededor del trabajo que aportan los miembros del hogar del artesano, observándose una alta participación en el trabajo artesanal y jóvenes y mujeres, de jefes, esposas y hijos. Esta estrategia se combina con un patrón de reproducción demográfica que muestra una tendencia a la existencia de hogares de mayor tamaño que el promedio del país.

El trabajo generado en las unidades de producción se caracteriza por su permanencia, baja rotación y alta participación de ayudantes familiares, dada la flexibilidad en las jornadas de trabajo que permiten adecuar la participación de jóvenes y mujeres. El trabajo asalariado no es frecuente y cuando existe, las remuneraciones oscilan al rededor del salario mínimo. Es más usual observar la presencia de trabajadores por obra o contrato. Los pagos a la fuerza de trabajo familiar se dan a través de la inversión de la ganancia en los gastos que requiere el hogar para cubrir sus necesidades básicas: comida, vestido, educación, etc. El trabajo familiar vinculado a la producción funciona por fuera de toda reglamentación estatal o convencional. No existe, por tanto ninguna protección para los trabajadores en el campo de la seguridad social o laboral.

El tamaño promedio de las unidades es de tres trabajadores, sin embargo, existe un segmento importante de productores individuales y de menor tamaño que el promedio. Las unidades más grandes son escasas y su tamaño máximo es de 10 trabajadores.

Los procesos de producción están determinados por el uso de herramientas manuales y en menor proporción de equipos y máquinas de tipo mecánico; generalmente de propiedad del artesano, obsoletas en su mayoría y compradas por lo general en un mercado de segunda mano. La división técnica del trabajo es elemental y se limita a la cooperación simple entre los oficios, sin que exista especialización apreciable al interior de los mismos. El productor artesanal asume por lo general todas o la mayoría de las tareas y funciones claves de la producción. Las unidades artesanales, toman de esta manera la forma de organización técnica y social típicas de la producción mercantil simple.

Las unidades de producción se ubican en la vivienda del hogar

del productor. De esta manera el espacio de la producción se sobrepone al espacio de las relaciones y la reproducción social. Esta relación permite que las unidades de producción sean además, lugares de transmisión y reproducción hereditaria de un conocimiento y un "saber-hacer" artesanal, que le da particularidades propias al proceso de socialización de los conocimientos, habilidades y destrezas del artesanado. La característica anterior tiene una gran importancia en la definición de las estrategias de apoyo al sector, en cuanto se relaciona con la promoción de la participación, la organización de los productores y las formas de capacitación y difusión de los oficios.

Existen diferencias importantes alrededor de las características del sector, lo que muestra su naturaleza heterogénea donde coexisten diversos tipos de unidades desde las más atrasadas, hasta las más dinámicas y productivas. Las consideraciones anteriores hacen pensar en la necesidad de orientar las políticas de apoyo sobre una guía que consulte las diferencias entre los sub-sectores artesanales en función de problemáticas comunes en torno a la unidad: insumos, transformación y distribución.

3. En el sector artesanal se origina una variada gama de productos que se caracterizan por poseer un doble valor de uso: uno definido por su función utilitaria (sombrero) y otro por su valor de signo, su contenido cultural, estético o de goce (sombrero vueltiao). Existen además otros productos que carecen de todo valor utilitario funcional y que solo poseen un valor estético, cultural y artístico: el adorno, lo decorativo. Estos productos en el mercado, responden a una demanda de bienes de tipo indumentario, doméstico, decorativo y lúdico que proviene de segmentos poblacionales diferenciados en función de los ingresos y los patrones de consumo. Las demandas por los productos artesanales de tipo indumentario y doméstico son los más importantes y predominan en el mercado; por esta razón, en la oferta artesanal son más frecuentes los productos como el calzado, el vestido los útiles para los oficios domésticos y los implementos para el hogar.

Los productos artesanales participan en un mercado de bienes de consumo final de hogares y personas, en el que actúan además productos iguales o sustitutos, producidos en unidades de mayor tamaño, productividad y escala (micro, pequeña, mediana y gran industria), que ofrecen mejores calidades, precios más bajos y mayores volúmenes. De acuerdo con el tipo de productos, la oferta artesanal se encuentra orientada a la satisfacción de necesidades primarias y necesidades secundarias o suntuarias de la población. Por las razones anteriores los productos artesanales buscan cada vez más nuevos mercados, donde la demanda proviene principalmente de los sectores socioeconómicos con un mayor nivel de ingreso: grandes centros urbanos y ciudades turísticas.

Factores como el diseño, la calidad, el precio y el dinamismo en el gusto del consumidor, afectan cada vez más las posibilidades de desarrollo de la producción artesanal en todas sus actividades: proceso de producción, formas de mercadeo y comercialización. Acomodar la oferta artesanal a las necesidades de una demanda cambiante y exigente, requiere de cambios básicos en la concepción del productor respecto al destino de la producción. La producción no debe seguir determinada por el producto en sí, sino por los requerimientos de la demanda y las características de los mercados.

Las concepciones de lo precario y lo rústico como esencia de lo artesanal deben ser superadas y los programas de apoyo al sector deben concentrar sus esfuerzos en procesos adecuados de modernización de la producción artesanal, dentro de los límites y patrones de lo que realmente valida y justifica la producción artesanal.

4. La forma vigente de abastecimiento de materias primas y los factores propios que inciden en este proceso, determinan en buena parte los niveles de producción, sus costos, y el desempeño de los artesanos en el mercado. La participación individual genera condiciones de dependencia y subordinación de los artesanos con proveedores y productores, lo que no les permite obtener las ventajas de la economía de escala, ni modificar un régimen de altos precios en las materias primas. En adición, la progresiva disminución de productos agrícolas, la disminución en los rebafíos y el menor acceso a tierras y arcillas, que en su conjunto sireven de fuentes de abastecimiento de materias primas naturales; hacen todavía más compleja la situación del artesano que en proporciones considerables depende de este tipo de insumos. Cambiar las relaciones de tipo individual en el abastecimiento de materias primas, por unas nuevas de carácter asociativo que permitan una mayor capacidad de negociación con los proveedores, obtener descuentos, abastecimientos regualres, crédito y plazos adecuados, y mejores calidades, deben ser las metas de una política de apoyo y fomento del sector en el corto plazo.

Dentro de estos propósitos, la coordinación interinstitucional de las entidades del sector agrícola, pecuario y forestal debe apoyar a nivel local y regional, la recuperación de suelos, cultivos, rebafíos, que permita una renovación de las fuentes naturales de materias primas y con ello, la proyección en mejores condiciones de un gran número de municipios de larga trayectoria y vocación artesanal.

5. El verdadero "cuello de botella" del sector artesanal lo constituye la demanda y comercialización de los productos. Este proceso complejo y especializado se resuelve de una forma simple a través de los canales típicos y usuales que general alta dependencia de intermediarios, de las ventas por encargo

y de los contactos individuales.

De esta manera, los altos excedentes en la circulación de los bienes artesanales son captados por los agentes del proceso de intermediación en almacenes y la participación en ferias. Las ferias han demostrado una capacidad reducida de integración de los mercados y han perdido todo su atractivo para convertirse en un bazar de intermediarios, donde los contenidos de lo artesanal se reemplazan por una subasta de todo tipo de productos, generalmente de baja calidad.

La feria artesanal como se lo concibe actualmente, se ha convertido en un factor desarticulador de los productores, lo que genera una alta competencia por el control de la organización, los períodos de realización, la localización espacial y una alta proliferación de comerciantes en el negocio artesanal.

La concepción del productor multifuncional (productor, comercializador y transportador) y la canalización de un mercado incierto no pueden seguir siendo el eje de las políticas de comercialización de las artesanías. Se requiere de un cambio significativo en las políticas de fomento y apoyo que inviertan el orden y la importancia con la que se afectan los diferentes factores que impiden el desarrollo del sector. Se debe comenzar por el eslabón clave, la comercialización de tipo permanente.

Esta concepción generará además una visión distinta de los programas de crédito, capacitación, asistencia empresarial y asistencia técnica generalmente insuficientes fuera del marco de la comercialización. Los esfuerzos deben dirigirse a la creación de un sistema de comercialización capaz de integrar y ordenar los mercados, de identificar las oportunidades de realizar los contactos y de intermediar las transacciones. Existen experiencias pioneras en Colombia y en otros países que pueden servir de guías para estos propósitos.

6. Estrechamente relacionado con el punto anterior existe la problemática de la relación de los artesanos con el comercio de sus productos en el exterior. Para el productor artesano es muy difícil exportar sus productos a otros mercados del mundo. En términos generales, no dispone del capital, ni de la capacidad administrativa para eliminar las barreras naturales e institucionales que el mercado internacional le impone. Estas barreras se aumentan por la imposibilidad de acceder a los mecanismos, requisitos, trámites y condiciones complejas implantadas por el estado a través del Incomex y las aduanas.

la opción más adecuada para el desarrollo del sector artesanal, está dada por una participación agresiva en el mercado internacional. Para hacer viable esta alternativa

... El Perfil del Productor Artesanal

A continuación se presentan las características de tipo socioeconómico que identifican al productor artesanal colombiano (entendido en términos de la persona que decide, dirige y organiza el trabajo dentro de la unidad de producción artesanal). Las principales variables se relacionan con sus características sociodemográficas (sexo, parentesco, edad, nivel educativo, estado civil y migración), características ocupacionales (tiempo en la actividad, aprendizaje del oficio, origen del oficio, motivos de elección del trabajo artesanal y dedicación a otras actividades diferentes de la artesanía) y la calidad de vida del artesano (expresada a través de la tenencia de la vivienda y el acceso a los servicios públicos).

A. Características Sociodemográficas

1. Sexo

El Sexo del conjunto de productores artesanales presenta proporciones similares entre hombres y mujeres, con un ligero predominio del último grupo. (51.5% de los artesanos productores son mujeres).

Desde la perspectiva del área (rural/urbana) en la cual se localizan las unidades de producción artesanal, las proporciones varían, presentándose un predominio de los hombres (54.7%) en el área urbana, en tanto en el área rural predominan las mujeres (68.1%).

Al interior de cada uno de los oficios artesanales puede observarse un predominio masculino en el trabajo del cuero (92.1%), la talla (75.9%) y la cerámica (56.5%), en tanto el tejido se presenta como una labor femenina (64.6%).

2. Edad y Origen

La edad promedio del conjunto de productores artesanales es superior a los 40 años, observándose algunas diferencias en las edades de los productores dependiendo del área (rural/urbana) donde residen. De otra parte, se puede afirmar que los artesanos residentes en el área urbana son más jóvenes que los que residen en el área rural (1). (La edad promedio es de 42.4 años, con una desviación típica de 13.3 los productores artesanales urbanos tienen una edad promedio de 39.9 años y los rurales de 41.9 años.

A nivel de los oficios artesanales, se observa que los artesanos más jóvenes se presentan en algunos oficios como la cerámica (38.24 años) y los oficios clasificados como varios (38.96 años), en tanto los más viejos corresponden

a los oficios de talla (42.72 años), tejido (41.22 años) y cuero (41.12 años).

Con respecto al origen del conjunto de artesanos puede observarse que la mayor proporción (73.7%) son oriundos del mismo municipio en el cual residen y trabajan en la actualidad. Una menor proporción (15.7%) son nacidos en un municipio del mismo departamento, en tanto el 10.4% restante es oriundo de otro departamento. Este hecho presenta a los trabajadores artesanales como un grupo de población caracterizado por una limitada vocación migratoria.

3. Area

Al analizar el área (rural/urbana) en la cual nacieron los productores artesanales, se presenta una mayor proporción de nacidos en las áreas urbanas (56.3%). Al comparar el área donde nacieron con el área donde residen actualmente, puede observarse un segmento importante de artesanos migrantes a la zona urbana, muy consistente con el fenómeno migratorio de la población colombiana durante los últimos cuarenta años.

Cuadro No. 7.1
Area Nacieron

	RURAL	URBANA
Area donde nacieron	43.5%	56.3%
Area donde residen actualmente	27.4%	72.6%

4. Tiempo de residencia

Los artesanos por lo general son personas nacidas en el mismo sitio o establecidos allí desde hace muchos años. Es esta característica la que les permite integrar dentro de su conocimiento los métodos de elaboración de los productos artesanales, los cuales muchas veces se encuentran ligados a la tradición de una zona geográfica determinada. A nivel agregado, el tiempo promedio de residencia en el sitio es de 32.6 años y en ninguno de los casos es inferior a 18 años.

A nivel del área (rural/urbana), se observan diferencias en el tiempo de residencia de los productores artesanales. Mientras los artesanos del área rural llevan viviendo en su lugar actual de residencia un promedio de 38.2 años (muy cercano a su promedio de edad que es de 39.9 años), los artesanos del área urbana llevan viviendo un promedio de 30.4 años. Este hecho confirma la presencia de una mayor proporción de artesanos migrantes en las áreas urbanas.

5. Nivel Educativo

Los productores artesanales alcanzan por lo general niveles de educación superiores a los índices medios del conjunto de la población. Mientras que en el país el promedio de escolaridad se ubica alrededor de los 2.5 años, algo menos del 50.2% de los artesanos tienen una escolaridad superior a los 6 años.

Comparando el nivel de escolaridad de los productores artesanales con los niveles de los microempresarios urbanos, encontramos que el conjunto de productores artesanales tiene una escolaridad inferior (1).

Desde la perspectiva del área (rural/urbana) en la cual reside el productor artesanal, pudo observarse un mayor nivel de escolaridad para los artesanos residentes en las áreas urbanas.

Un aspecto que vale la pena destacar y que será tema de discusión más adelante, es el relacionado con la escasa incidencia de la educación formal en el aprendizaje del oficio artesanal.

6. Estado Civil y Parentesco

Por lo general los artesanos productores se encuentran vinculados conyugalmente a través del matrimonio o la unión de hecho. Esta característica se hizo evidente en el 68.8% del conjunto estudiado. Los artesanos solteros representan solo el 21.7% del total.

Así mismo, el 53% de los artesanos son jefes o cabezas de familia, y el 28.6% son conyuges. Esta distribución señala de un lado, la importancia de la vinculación del jefe y su conyuge a las labores de tipo artesanal, en calidad de cabezas dentro del proceso de producción, y de otra parte, el carácter familiar que poseen las unidades de producción de tipo artesanal.

B. Características Ocupacionales

1. Aprendizaje del Oficio y Tiempo Produciendo

Tradicionalmente, el proceso de aprendizaje del trabajo artesanal se lleva a cabo en el mismo núcleo familiar, siendo transmitido de padres a hijos. Dentro del proceso de aprendizaje del trabajo artesanal, la educación (formal e informal) juega un papel secundario como agente en la transmisión de este tipo de conocimiento. Efectivamente, el 65.1% de los artesanos manifestó haber aprendido su oficio dentro del núcleo familiar, en tanto el 19.4% manifestó haberlo aprendido en calidad de empleado (aprendiz) de otros artesanos no familiares. De la misma forma, solo el 9.5%

del total aprendió su labor en algún centro de educación formal (escuela o colegio) o centro de capacitación.

Con respecto a su antigüedad como productores artesanales, se observa un promedio total de 17.9 años. Esto indica, que la edad promedio en la cual el artesano comienza a producir por su cuenta, son los 22 años. El artesano rural comienza a producir de manera independiente a los 20 años en promedio y el artesano urbano lo hace a los 23 años.

2. Dedicación Anterior

Un hecho que confirma la importancia de la artesanía como actividad económica durante los últimos años se refiere a la alta proporción de artesanos (52.7%) que se iniciaron en ésta como su primera actividad económica.

La principal razón que motiva a éstas personas a dedicarse a la producción artesanal tiene que ver exclusivamente con aspectos de índole cultural (tradición local/familiar), lo cual señala que el trabajo artesanal aun se encuentra fuertemente arraigado en las diferentes subculturas nacionales. En efecto, el 74.4% de los productores artesanales manifestaron haberse dedicado a la producción artesanal por tratarse de una actividad propia de la localidad y por el hecho de ser ésta la única tarea que sabían realizar.

Otro aspecto importante del trabajo artesanal es el hecho de presentarse como una alternativa económica válida para las personas residentes en aquellas regiones del país donde, debido a su escaso desarrollo, existe un limitado mercado de trabajo. De allí que una proporción importante de los artesanos entrevistados (60.4%) manifestó, entre una de sus razones, el haberse dedicado al trabajo artesanal por motivos de índole económico (no había trabajo, quería ser independiente, quería mejorar sus ingresos, etc.).

3. La Artesanía y Otras Actividades Económicas

Una característica del trabajo artesanal es su carácter permanente a lo largo del año. El 89.7% de los artesanos productores manifestó su dedicación permanente al trabajo artesanal, esto es, durante los doce meses del año, en tanto que solo el 10.3% consideró el trabajo artesanal como una actividad suplementaria, que realiza durante aquellos meses del año en que por algún motivo no puede realizar otras actividades (especialmente la agricultura).

De otra parte, la producción artesanal como actividad económica tiene un carácter simultáneo, esto es, no se presenta como única actividad económica que realiza el

artesano, sino aparece asociada con otras actividades.

En efecto, el 76.3% del conjunto de productores artesanales manifestó realizar, además del trabajo artesanal, otras actividades, entre las cuales vale la pena destacar: oficios del hogar (57%), otras actividades relacionadas con la artesanía, tales como compra, venta, reparación y capacitación en el trabajo artesanal (38.5%), trabajo agrícola (11.5%) y otros trabajos diferentes a los anteriores (11.3%).

C. Calidad de Vida del Artesano

1. Tenencia de la Vivienda

Al observar la estructura de la tenencia de la vivienda de los productores artesanales, es bastante claro que a nivel del conjunto de la muestra predominan los propietarios (74.6%). Por su parte, los arrendatarios representan solo el 17.3% y pagan en promedio, por el arriendo mensual de su casa de habitación, la suma de \$9.400.

Desde la perspectiva rural-urbana, existe una mayor proporción de artesanos rurales propietarios (85.6%). En las áreas urbanas, los artesanos no propietarios que habitan en vivienda alquilada son el 21.7%. (1) (El 70.5% de los artesanos urbanos habitan en vivienda propia y el 5.6% de los artesanos rurales habitan en vivienda alquilada. Este promedio es superior en las viviendas urbanas donde existen aproximadamente 4 cuartos, uno más que el promedio de cuartos de las viviendas rurales).

2. Tamaño de la Vivienda

Con respecto al número de cuartos de la vivienda, las casas de habitación de los productores artesanales cuentan con un promedio de 3.6% cuartos (sin contar cocina y baño).

De la misma forma se observa, en las viviendas urbanas y rurales, que uno de los cuartos tiene un destino diferente al de dormitorio. Su función básicamente se relaciona con la del lugar social (sala y comedor) y con la del sitio que hace las veces de taller artesanal.

3. Servicios Públicos

Con respecto a la dotación de los servicios públicos en las viviendas de los artesanos, puede observarse que la gran mayoría cuenta con servicios básicos (agua y energía eléctrica). El 89.6% de las viviendas cuenta con servicios de acueducto, y el 94.3% cuenta con servicio de energía eléctrica.

Por su parte, solo el 14.3% de las viviendas posee servicio telefónico.

Desde la perspectiva rural/urbana, las casas de los artesanos urbanos tienen una mayor presencia de los servicios.

Cuadro No. 7.2
Servicios de la vivienda

	RURAL	URBANO	TOTAL
Agua	72.2	96.5	89.8
Energía	85.2	97.9	94.4
Teléfono	1.9	19.1	14.3

4. Características Físicas de la Vivienda

Una variable frecuentemente empleada como indicador de las condiciones de vida de la población es el tipo de material empleado en el piso de la vivienda. De acuerdo a este factor, la vivienda de los productores artesanales presenta mejores condiciones que las del conjunto de la población colombiana. El 89.9% de las viviendas de los artesanos posee piso de materiales diferentes a tierra, en tanto que la proporción nacional de viviendas con este tipo de piso, corresponde al 82.9%. (1) (XV Censo Nacional de Vivienda y Población. Tomo IV Vivienda).

D. Conclusiones

En conclusión, puede señalarse que el trabajo artesanal se lleva a cabo en las zonas urbanas y rurales del país, siendo una actividad desarrollada por hombres y mujeres. De la misma forma, existe una clara especialización por sexo en algunas actividades artesanales, tales como el cuero (realizada exclusivamente por los hombres) y el tejido (realizada principalmente por las mujeres).

Con respecto al nivel educativo de los productores artesanales, éste es sensiblemente superior a los niveles promedio de la población colombiana mayor de 5 años, pero comparado con los niveles educativos de productores de otros sectores económicos, puede considerarse bajo.

No obstante el efecto marginal de la educación formal en la transmisión y el aprendizaje del trabajo artesanal, cualquier política de promoción de la producción y la comercialización artesanal deberá descansar sobre la base de un nivel de educación formal, que permita al artesano entender y resolver los diferentes problemas y experiencias a que se ve enfrentado.

La gran proporción de propietarios de vivienda abre grandes posibilidades para el artesano con respecto a la obtención de crédito, usando esa vivienda como garantía del mismo.

VIII. EL HOGAR Y LOS ARTESANOS

Una de las Características de la producción artesanal son sus mecanismos de reproducción atados a la transmisión generacional y familiar de los oficios, las prácticas, los contenidos y las técnicas. El hogar se constituye en una unidad de reproducción social que provee la fuerza de trabajo y residencia espacial a las unidades de producción. Por tanto, el conocimiento de las relaciones entre hogar, unidad de producción artesanal, y otros sectores de la economía interesan en la definición de los mecanismos de funcionamiento y las estrategias de sobrevivencia que desarrollan sectores amplios de la sociedad, incluidos los artesanos.

La alta dependencia existente entre el hogar y la unidad de producción artesanal determina que el funcionamiento de la producción esté definida por el tipo de hogares a ésta asociados, tipología definida en términos de la forma como aprovechan y organizan su fuerza de trabajo disponible, el nivel de educación y la vinculación con otros sectores de la economía, la forma como se combina el trabajo reproductivo y el productivo, y el patrón de consecución de ingresos.

Las características de los hogares y sus relaciones con las unidades de producción de artesanías se estudian a partir de la información que produce la encuesta diligenciada a hogares y talleres ubicados en municipios tomados como representativos de los principales productos artesanales y de las formas de producción más usuales. Los resultados más sobresalientes se presentan a continuación.

A. Tamaño de los hogares

El tamaño medio de los hogares de artesanos es de 5.4 personas; los hogares rurales son algo más grandes (5.8) y los urbanos más pequeños (5.3) (1) (Las cifras que se utilizan en la elaboración del texto aparecen en el cuadro 8.1 y 8.2 al final de éste capítulo. Estos tamaños expresan diferentes patrones de conformación de los hogares; mientras los tamaños más pequeños indican el predominio de formas de aglomeración familiar típicamente nuclear, los más grandes continúan expresando la existencia de formas extendidas de conformación de las unidades sociales básicas, típicas de las áreas rurales. A nivel de los diferentes oficios se observan algunas diferencias en el tamaño de los hogares. Los vinculados a la talla, la cerámica y los orfebres

presentan tamaños menores, mientras que en los hogares de tejedores y trabajadores del cuero se observan tamaños mayores al promedio de la muestra. Esta diferencia, como se verá más adelante, está estrechamente relacionada con las necesidades diferenciales de fuerza de trabajo determinadas por el tipo de producción, oficio y producto.

El promedio de población en edad de trabajar disponible en el hogar, medida como la proporción de personas de 7 años y más de edad (1) (La población en edad de trabajar medida a partir de los 7 años se justifica en éste estudio bajo la consideración de la existencia de trabajo infantil en el sector artesanal), es alta: 4.6 personas por hogar. Nuevamente, en las áreas rurales se observan promedios más altos (5.0) y en las urbanas promedios más bajos (4.4). En los hogares de ceramistas y tejedores la población en edad de trabajar es mayor al promedio total y se acerca más a la que se presenta en las áreas rurales. La mayor disponibilidad de miembros para el trabajo se asocia a los grados de ruralidad y a determinados oficios. Los resultados de la encuesta insinúan un patrón de reproducción cercano al observado a la población vinculada a la producción agrícola, en donde los factores que determinan la reproducción demográfica parecen acomodarse a las necesidades de trabajo de las pequeñas unidades familiares de producción.

B. Población en edad de trabajar

En los hogares de artesanos la población en edad de trabajar se acomoda y distribuye de forma diferencial en función de su ubicación espacial y del tipo de oficio o técnica artesanal. En el total de la muestra una tercera parte de la población disponible para el trabajo se dedica totalmente a las tareas de reproducción (estudio, oficios del hogar, mandados, etc); el 35% combina las tareas reproductivas con las tareas de la producción (en el hogar o fuera de él), principalmente los oficios del hogar, las tareas de la producción artesanal y otras actividades; por último, otro 35% dedica todo su tiempo disponible a los trabajos de producción. Esta estrategia es la que permite y facilita de una parte, la vinculación de la fuerza de trabajo del hogar al taller, principalmente de las mujeres y los menores, sin que tengan que abandonar las responsabilidades del hogar o del estudio; y de otra, que las unidades productoras ocupen, sin costos de mercado, buena parte del trabajo potencial del hogar al que se le asignan dedicaciones flexibles en el taller artesanal.

Alrededor de ésta estrategia de distribución y uso de la población en edad de trabajar se aprecian diferencias de importancia en los hogares estudiados. Los hogares rurales retienen menos miembros para las tareas exclusivas de

reproducción del hogar y dedican una mayor proporción de personas a las actividades que combinan los oficios reproductivos y los productivos; de ésta manera el número de miembros en tareas productivas es menor al que presentan los hogares urbanos; éstos hogares, al contrario, presentan una menor proporción de miembros que combinan los oficios productivos y reproductivos, y tasas de retención de personas para las tareas de reproducción más altas, lo que les permite dedicar más miembros a las tareas del hogar y el estudio; situación que no ocurre de igual forma en los hogares de artesanos del área rural.

A nivel de los oficios, las diferencias en la forma de usar y distribuir los miembros en edad de trabajar son bien marcadas. Los hogares tejedores retienen mucho menos miembros que el promedio para la reproducción, y la gran mayoría, mucho más que el promedio, se ocupan tanto de las tareas reproductivas como de las productivas, dejando una menor proporción a los oficios directamente relacionados con la producción; la más baja en relación con los demás oficios y el total.

La mayor vinculación de las mujeres y los jóvenes de los hogares tejedores a la doble función reproducción-producción y posiblemente las mayores demandas de fuerza de trabajo en los talleres y el tiempo de dedicación a las tareas, explican este comportamiento. Algo similar ocurre en los hogares ceramistas, que retienen menor población en la reproducción, en proporciones similares a los tejedores, pero a diferencia de éstos sus miembros combinan las tareas de reproducción y producción en menor escala, dedicando más miembros a la producción.

Situación distinta se da en los hogares talladores, y en los del cuero y otros oficios artesanales. Las tasas de retención de los miembros en las tareas es mayor y mucho más miembros se dedican al estudio y el hogar en comparación con lo que ocurre en los demás oficios. En contraste con lo que ocurre en la cerámica y el tejido, y como resultado de la anterior distribución, los hogares de la talla y el cuero y otras técnicas, ocupan menos miembros en las labores simultáneas de reproducción y producción, manteniendo un número de miembros en la fuerza de trabajo de dedicación exclusiva similar al promedio, con excepción de la talla en donde se observan tasas mayores.

C. Fuerza de trabajo del hogar y actividad artesanal

Resultado de lo anterior es la presencia de un alto número de trabajadores por hogar: tres en promedio para el conjunto de la muestra, 3.6 en las áreas rurales y 3.3 en la cerámica y el tejido.

En las áreas urbanas y en los otros oficios, el número de trabajadores por hogar se ubica por debajo del promedio para la muestra. Estos promedios en todos los casos son mayores a los que en otras investigaciones se han encontrado para los hogares vinculados a empresas de pequeña escala del sector informal y para los hogares urbanos de las cuatro grandes ciudades estudiadas en las encuestas de hogares.

El alto número de trabajadores produce altas tasas de dependencia económica en los hogares de artesanos: 1.8 en promedio para el total de la muestra; 1.6 para el área rural y 1.9 en los sectores urbanos. La alta carga laboral de los miembros del hogar trabajando es característica central de los núcleos familiares del artesano, y se ve acentuada por la participación de mujeres y menores. A pesar de la transición demográfica que ha significado una disminución del tamaño de las familias, más acentuada para la población infantil, la estrategia laboral de las unidades de producción artesanal requiere de una alta tasa de extracción de trabajadores del hogar para las tareas de la producción.

La fuerza de trabajo que se genera en los hogares de artesanos se vincula en su mayor parte a las actividades artesanales, 78% aproximadamente. La mayoría (61%) lo hace exclusivamente en oficios artesanales y un 16% combina este oficio con otros, principalmente con los no agrícolas. El resto de trabajadores (22%) se ocupa de actividades no artesanales, predominando las vinculaciones a los sectores no agropecuarios.

En las áreas urbanas se observa una mayor vinculación de los trabajadores del hogar a las actividades artesanales; en las rurales ésta vinculación es menor por el peso que tienen los trabajadores dedicados a los oficios agrícolas y a trabajos en actividades comerciales y de servicios. A nivel de los oficios, las tasas de participación de la fuerza de trabajo de los hogares en el sector artesanal es muy similar al promedio de la muestra, con excepción de los oficios artesanales del cuero que muestran la tasa más alta de participación en esta actividad (82.4%). En los hogares de tejedores se nota una menor dedicación de los trabajadores a las actividades artesanales como única ocupación; la combinación de lo artesanal con lo agrícola y la vinculación a actividades diferentes a las anteriores adquiere una importancia mayor a la que se observa en los hogares asociados a otros tipos de producción.

D. Trabajo artesanal y taller familiar

Casi la totalidad de la fuerza de trabajo de los hogares ocupada en el sector artesanal realiza sus oficios en los talleres del hogar (95%) y muy pocos lo hacen por fuera del contexto familiar y su vivienda. Esta

característica es la predominante tanto en áreas rurales como urbanas, para los distintos tipos de producción.

La participación intensiva de la fuerza de trabajo del hogar en el taller artesanal de la familia hace que las diferentes categorías de miembros (diferentes tipos de parentesco) se involucren a la producción. En el conjunto de la muestra se observa una participación proporcionalmente similar de jefes, esposas e hijos. En las áreas rurales la participación de los jefes es menor debido a una mayor vinculación a otras actividades y el trabajo del taller recae por igual en las esposas y los hijos. Una tendencia contraria se observa en los centros urbanos, en donde más jefes se vinculan al taller artesanal del hogar. A nivel de los diferentes oficios artesanales considerados en la muestra, se observan menores tasas de participación de los jefes en los talleres de cerámica y tejido, principalmente en el tejido. En los demás oficios su participación es mucho más elevada. Como resultado de los diferentes niveles de participación del jefe del hogar se observan diferentes niveles de participación de esposas e hijos. En la cerámica y el tejido, en donde la participación del jefe es baja, se observa mayor participación de las esposas (en la cerámica), los hijos y esposas (en el tejido). En el cuero, en donde la participación del jefe es alta, la participación de los hijos es muy limitada y la de las esposas es la menor en comparación con el resto de oficios.

E. Niveles de educación del hogar

El nivel de educación alcanzado por los trabajadores del hogar, se considera como un factor determinante de los niveles generales de desarrollo y en el caso particular de las unidades de producción familiar a pequeña escala, se le considera como un indicador de la productividad, la organización, la capacidad de gestión y de crecimiento de la producción y las posibilidades de desarrollo de este tipo de empresas. Adicionalmente, el mayor o menor atraso de los niveles educativos en relación con los patrones establecidos indica el tipo de esfuerzo a realizar en términos de capacitación, asesoría técnica y financiera, y organización.

Como indicador del grado de educación del hogar se selecciona el de la persona con el nivel más alto alcanzado. El nivel promedio de educación en el total de hogares encuestados corresponde a la secundaria incompleta.

Los hogares rurales y los asociados a la producción de cerámica y tejido muestran niveles inferiores: muchas más personas se encuentran a nivel de la primaria o con menos cursos de secundaria; en contraste, los hogares urbanos y los vinculados a la talla, el cuero y otros oficios presentan grados de educación promedio equivalentes a la

secundaria completa.

Teniendo en cuenta que el nivel medio de educación de los colombianos ha venido creciendo significativamente en los últimos veinte años, el mayor número de hogares con niveles máximos de educación equivalentes a la primaria y algunos con pocos años de secundaria en las áreas rurales y en la cerámica y el tejido, indica un retraso considerable en este segmento de la producción artesanal. Sin embargo, y aunque los trabajadores artesanales urbanos y de los oficios distintos de la cerámica y el tejido, han logrado niveles superiores, éstos se encuentran por debajo de los niveles alcanzados por la población. Es probable entonces que la menor calificación formal sea un factor que contribuya a la retención de volúmenes tan significativos en la producción artesanal.

En resumen, los resultados de la encuesta permiten identificar la existencia de una estrategia de sobrevivencia económica y demográfica por parte de los núcleos artesanales familiares, consistente en disponer de suficientes miembros para vincular a la producción artesanal, combinando en su interior según las necesidades de la producción, las tareas de la producción y la reproducción, lo que permite una alta participación de mujeres y niños generando altos cargos laborales y altos niveles de dependencia económica.

Al interior de ésta estrategia existen diferencias con respecto a los espacios urbanos y rurales y en relación con las técnicas y productos artesanales. Los núcleos familiares rurales se diferencian de los urbanos y los hogares ceramistas y tejedores del resto de oficios, en la mayoría de indicadores utilizados, por la práctica más extendida de vinculación y acomodación de sus miembros disponibles a la producción, y por los niveles educativos alcanzados por los hogares. Estas diferencias son suficientemente significativas como para pensar en políticas, programas y acciones ajustados a los diferentes tipos de hogares asociados a la producción artesanal.

Como complemento de la estrategia anterior, un segmento de trabajadores se vincula a otros sectores económicos, preferentemente a los no agrícolas, aún en las áreas rurales, obteniendo de ésta forma unos ingresos laborales adicionales que junto a los que se obtienen de otras fuentes, como se verá más adelante, definen el patrón de sobrevivencia de los hogares de los artesanos.

NOTA: Cuadro No. 8.1

NOTA: Cuadro No. 8.2

IX. CARACTERISTICAS SOCIALES Y ECONOMICAS DE LAS UNIDADES DE PRODUCCION ARTESANAL.

Una vez analizadas las características típicas de los hogares y sus relaciones con las unidades de producción, en esta sección se presenta un panorama general del sector artesanal desde la perspectiva de las unidades productivas. El objetivo principal es establecer una caracterización de este tipo de unidades con base en las variables más relevantes de la producción, teniendo como perspectiva el diseño de políticas y programas que puedan contribuir a su mejor desempeño y a eliminar las barreras que lo impiden en la actualidad.

A. Tamaño de las unidades y composición por sexo y edad

En promedio, las unidades de producción artesanal encuestadas emplean 2.84 trabajadores. Las unidades urbanas son algo más grandes (2.86) y las rurales un poco más pequeñas (2.77). A nivel de los oficios, las unidades productoras de cerámica y cuero presentan los mayores tamaños promedios (3.4 y 3.2 respectivamente), en los otros oficios las unidades tienen un promedio inferior al observado para el total.

Si comparamos los tamaños de las unidades artesanales con los encontrados en las investigaciones sobre microempresas, vemos que las unidades artesanales son en promedio más grandes que las microempresas manufactureras (2.2 trabajadores en promedio), ofreciendo mucho más empleos por unidad que sus similares del sector informal.

Observando la distribución por tamaños, se encuentra que las más pequeñas y aisladas (1 trabajador), constituyen el 29% del sector; las de tipo intermedio, (2 a 5 trabajadores) son las predominantes y abarcan el 60% del total. Las unidades más grandes (6 a 10 trabajadores) son las menos, y agrupan un 11% del universo de la producción artesanal. Este resultado difiere bastante del que se observa en las microempresas industriales del sector informal, en donde las unidades pequeñas constituyen la mayoría (62.0%), las intermedias el 31% y las grandes el 7%, notándose que el sector artesanal tiende a tamaños mayores por unidad, generando más puestos de trabajo, siendo clara su contribución a los problemas de la desocupación, no observados en los registros industriales ya analizados en este informe.

La vinculación de la mujer a los oficios artesanales es mayor que la de los hombres en el total de la muestra (1.46 mujeres y 1.38 hombres en promedio, por unidad). Esta diferencia está dada por una mayor participación del trabajo de la mujer en las unidades del área rural, que disminuye en las empresas del sector urbano, donde se observan más trabajadores hombres. A nivel de los oficios la

participación de hombres y mujeres varía. En las unidades productoras de tejidos, la vinculación de la mujer es ampliamente dominante; en la artesanía de la cerámica, aunque predominan los hombres, el promedio de mujeres es superior al observado para el total de la muestra (1.47 en cerámica y 1.40 en el total). En los otros oficios es claro el predominio de los hombres.

Los índices de masculinidad del empleo en el sector artesanal son en la mayoría de los casos (excepto las unidades de producción de artesanías del cuero) menores a los que muestran el sector moderno y el sector informal, que incluyen el servicio doméstico y los ayudantes familiares mujeres (1) (Índices de masculinidad del empleo en el sector artesanal: Total muestra: 0.49; rural 0.37; urbano 0.52, cerámica 0.55; tejido 0.40; talla 0.62; cuero 0.70; otros 0.50; Sector informal 0.60; sector moderno 0.65). Estas cifras evidencian, por una parte, la importancia del sector artesanal respecto al empleo femenino -excepción de las estrategias de sobrevivencia ya estudiadas- y de otra, la posibilidad de generación de ingresos para el hogar, manteniéndose en la vivienda y realizando en forma paralela los oficios domésticos debido a una autoasignación menor de carga de trabajo.

En las unidades productoras del sector artesanal predominan los trabajadores en edades comprendidas entre los 15 y los 50 años. Esta característica obviamente domina en todo tipo de empresas, urbanas y rurales y de los diferentes oficios. Sin embargo, lo importante de los datos sobre la composición etárea de la fuerza de trabajo del sector artesanal es el estudio del comportamiento de la participación de los jóvenes (menores de 15 años) y de los más viejos (mayores de 50 años). Si observamos los promedios de trabajadores para los distintos grupos de edad en el total de la muestra, notamos que los jóvenes participan en cerca del 15% de la población ocupada en el sector artesanal, proporción superior a la que muestran las cifras para la población trabajadora de todos los sectores. Este promedio de trabajadores jóvenes es superior en los talleres artesanales rurales, en los de cerámica y tejido. Los trabajadores de 50 años y más, que en el total de la población trabajadora del país representan aproximadamente el 20%, en el conjunto del sector artesanal solo son el 12%, en los talleres rurales el 13%, en las unidades tejedoras el 12%, y en el cuero el 15%. Es claro entonces que el sector artesanal vincula en muchas menores proporciones personas trabajadoras mayores de los 50 años y cuando lo hace (caso talleres rurales, del cuero y el tejido) es a costa de la menor vinculación de los trabajadores en edades promedio o como en el caso particular del cuero, con el menor empleo de los trabajadores jóvenes.

En síntesis, el patrón de empleo en relación con la edad identificado en las unidades artesanales consiste en vincular en promedio más trabajadores jóvenes y en las edades 15-50 años y menos en las edades mayores a los 50, en comparación con las tendencias señaladas para el total de la población trabajadora. Este resultado indica que el maestro artesano (el más viejo) tiene una menor presencia y que en la actividad artesanal aparece un segmento importante de jóvenes trabajadores de las artesanías; circunstancia que hace pensar en políticas de reproducción y capacitación con programas y líneas de acción muy definidas hacia jóvenes y mujeres.

B. Origen de la fuerza de trabajo

El comportamiento de las variables anteriores está estrechamente relacionado con el origen y la forma de reclutamiento de la fuerza de trabajo para los talleres artesanales. El origen típicamente familiar y la casi ninguna dependencia de los mercados laborales, definen una de las características básicas de las unidades de producción artesanal y que la diferencian de otras unidades de producción de similar tamaño que producen bienes similares. La mayor parte de la fuerza de trabajo del taller familiar proviene del hogar del artesano. Promedios mayores se dan en las unidades rurales, los productores de artesanías de la cerámica y el tejido. Cuando la fuerza de trabajo del hogar no es suficiente o se vincula a mercados competitivos se recurre al trabajo que proporcionan otros hogares de la familia o al mercado de fuerza de trabajo local. La proporción de trabajadores familiares ubicados en otros hogares en promedio es baja; es prácticamente inexistente en las áreas rurales y en el conjunto de la producción solo en los talleres del cuero se observa un promedio significativo.

Cerca de un 20% de las unidades recurren a fuerza de trabajo de fuera del hogar y la familia, principalmente en las áreas urbanas, la cerámica y principalmente los talleres de artesanías del cuero, en donde cerca del 37% de los trabajadores provienen de los mercados de trabajo local.

La producción artesanal depende entonces de las posibilidades de un mercado de trabajo atado a la capacidad del hogar del artesano de producir suficiente mano de obra para sus necesidades. Necesidades determinadas a su vez por los diferentes tipos de producción y el tamaño de las empresas (talleres del cuero, la cerámica y los talleres urbanos).

Esta alta dependencia del hogar le transfiere a las unidades productivas las características anteriormente señaladas: mayor vinculación de la mujer y de los jóvenes; combinación de los trabajos de reproducción social del

núcleo familiar y de la unidad productiva; dedicación por igual (a la producción) de jefes, esposos e hijos; y vínculos con éstos sectores fuentes de ingresos complementarios.

C. Formas de vinculación, estabilidad y seguridad social

La baja rotación del trabajo y su carácter permanente son otras de las características de los empleos generados en el sector artesanal. El promedio de trabajadores permanentes es alto y el ocasional bastante bajo. La relación entre el número de trabajadores permanentes y ocasionales está medida por niveles de participación de los trabajadores del hogar que se vinculan como ayudantes familiares. En las unidades artesanales del área rural en donde el promedio de ayudantes familiares es alto, la utilización de empleados ocasionales es baja; lo contrario sucede en los talleres artesanales de las áreas urbanas: a una menor participación de los ayudantes familiares, hay una mayor de los ocasionales y de los permanentes. Una situación similar se observa a nivel de todos los oficios artesanales estudiados, especialmente en los talleres de cerámica y tejido.

En las unidades de producción artesanal, el trabajo asalariado no tiene el mismo peso. Los asalariados son poco frecuentes y solo una cuarta parte de las unidades utilizan esta forma de contratación y remuneración del trabajo. El promedio de asalariados es más alto en las áreas urbanas y en los talleres artesanales de la cerámica y el cuero; unidades por lo general más intensivas en el uso de fuerza de trabajo externa al hogar. El pago de trabajadores por salario y especie o especie únicamente es prácticamente inexistente. El promedio de asalariados en relación con los trabajadores permanentes de las unidades es más elevado. Pero aún así, predominan los trabajadores sin remuneración directa, incluidos los permanentes.

La característica anterior indica la presencia de un patrón de generación de ingreso colectivo imputable al hogar y no a los trabajadores, en su mayoría miembros del núcleo familiar. Al igual que en las unidades familiares de producción agrícola, en la actividad artesanal el resultado de la producción se traduce en un ingreso en cabeza del jefe del hogar y que en la mayoría de los casos coincide con la jefatura de la unidad de producción; el que luego se redistribuye para cubrir tanto las necesidades de la reproducción del núcleo familiar como de las unidades de producción.

Las formas de salario son principalmente los pagos por obra o contrato y el jornal; formas igualmente usuales en las unidades urbanas y rurales, y en la mayoría de los

oficios, excluidas las unidades tejedoras en donde predominan los pagos por obra y contrato (sastélites). La remuneración del trabajo en su forma asalariada pura no es lo frecuente y lo usual son los pagos a destajo por jornada diaria o por la cantidad de obra o producto realizado. Este tipo de relaciones determinan unas condiciones de trabajo y una calidad en el empleo desventajosas, en comparación con las que se observan en el resto de empresas del sector informal.

Teniendo en cuenta el conjunto de asalariados, la encuesta muestra que la remuneración mensual promedio que perciben los trabajadores es algo mayor al salario mínimo legal vigente; \$29.500. Sin embargo, la mayoría de asalariados (60%) recibe menos del mínimo establecido, \$21.600. En las áreas rurales los asalariados reciben remuneraciones promedio menores (\$17.000) a las obtenidas en el total de la muestra y al de los ubicados en las Unidades Urbanas (\$31.400). A nivel de los oficios, la remuneración media es menor al promedio total, con excepción de la que obtienen los trabajadores del cuero, en donde se obtienen los mayores pagos. En las unidades talladoras se observan los salarios más bajos, \$16.100 en promedio mensual. En resumen, predomina en el sector un régimen de bajos salarios y de formas de contratación que muestran que los trabajadores de éste sector están aún lejos de los mínimos observados en otros sectores.

Por último, en las unidades artesanales no existe ningún sistema de protección social de los trabajadores. La existencia de trabajadores afiliados o cubiertos por cualquiera de los sistemas de seguridad social es nula en todo tipo de unidades; en algunas, las urbanas, el cuero y la cerámica, se observa uno que otro trabajador afiliado al seguro social. Esta característica es la típica de las unidades familiares de producción con altos contenidos de fuerza de trabajo de menores y mujeres trabajadoras -amas de casa-.

La desprotección total de los trabajadores de las artesanías, si bien no sorprende, muestra la baja calidad de los empleos generados. Si se piensa que cerca del 48.5% del empleo urbano y 36% de los asalariados del sector informal están en la actualidad afiliados al seguro social, se comprende la situación extrema de desprotección del trabajo de los artesanos.

NOTA: Cuadro No. 9.1

NOTA: Cuadro No. 9.2

D. La división del trabajo en las unidades de producción

La no separación entre los trabajos de ejecución y

dirección es una de las características básicas de las unidades de producción del sector artesanal, característica ligada estrechamente al tamaño, la tecnología y la disponibilidad de capital de trabajo. Los productores que dedican totalmente su jornada a las labores de dirección, administración, coordinación y gestión de la empresa son una minoría (ver el cuadro No. 9.3), lo mismo que las que combinan el manejo de la empresa con una sola actividad de la producción.

El productor "todero" es lo más frecuente en las unidades de producción: 71% ejecutan todas las labores y oficios del taller y 10% parte de los trabajos, incluida la administración. Un pequeño segmento de productores no incluye dentro de sus tareas la administración, principalmente en aquellas unidades ubicadas en el área rural.

Este patrón de organización del trabajo y la producción es dominante en unidades urbanas y rurales. Sin embargo se observa una diferencia importante: en los talleres urbanos es mucho más frecuente el "toderismo" del productor que en las unidades rurales, diferencia producida básicamente por el hecho de que un segmento (24%) de productores rurales desconoce éste tipo de tareas o prácticas o no las identifica como tales y por tanto dedican su jornada de trabajo a la realización de oficios y tareas directamente vinculadas a la producción.

El patrón anterior se reproduce a nivel de la organización y división del trabajo del taller. Aquí, lo característico es que los trabajadores realicen el producto desde el principio hasta el fin sin que existan grados apreciables en la división técnica del trabajo. En algunas unidades existe al menos un trabajador que realiza partes específicas del producto y en algunas otras se presenta la división entre oficios. En otras palabras, en las unidades artesanales lo típico es la cooperación simple y la presencia de alguna división elemental entre oficios y de tareas al interior de los mismos (ver el cuadro No. 9.4).

El trabajador artesanal "todero" es mucho más frecuente en las áreas rurales, en los talleres distintos de los de la producción de cerámica y en las unidades de menor tamaño. Los niveles de especialización tienen una mayor presencia en los talleres de cerámica y talla, y en las unidades de mayor tamaño. La división entre oficios predomina en la cerámica y en los talleres grandes (ver cuadro No.9.4).

NOTA: Cuadro No. 9.3

NOTA: Cuadro No. 9.4

En resumen, el "toderismo" característico de la

producción a pequeña escala es mucho más acentuado en el caso de la artesanía, en donde la tradición del oficio, ligada a la elaboración total del producto, no permite la intervención de personas en la fabricación de una de sus partes. Sin embargo la presencia de un segmento de productores que han introducido formas elementales de división del trabajo, hacen pensar que la presión del mercado produce reacciones en los productores para situarse en condiciones de mayor competitividad. Este patrón de organización administrativa y técnica de la producción se constituye en una barrera en relación con las demandas y las exigencias del mercado, sobre todo en lo que hace relación con la calidad, el empaque, los diseños y en general con la vinculación de las unidades productoras con los mecanismos de comercialización y los mercados.

E. Desempeño de la fuerza de trabajo del sector

En general, el conjunto de indicadores considerados se comportan de forma muy similar. La proporción de productores que encuentran dificultades respecto al desempeño de la fuerza de trabajo varía entre el 21.6% para el caso de la calificación y el 32% con respecto a la disponibilidad de trabajadores en el mercado. Aunque no disponemos de cifras suficientes para contrastar el resultado anterior, en términos generales se puede pensar que el sector artesanal encuentra menos problemas en el comportamiento de su fuerza de trabajo que los identificados en estudios sobre las empresas del sector informal de la economía, que muestran alta movilidad, mayor descalificación, salarios más altos en comparación con el sector artesanal, etc. Esto no significa que las unidades artesanales estén al margen de éste tipo de problemas, sino que en éste sector ocurren con menor intensidad.

Los problemas de escasez de fuerza de trabajo, inestabilidad, incumplimiento, descalificación y costo de la mano de obra, son mucho más frecuentes en las unidades de producción urbana en los talleres grandes (3 o más trabajadores) de la cerámica y la talla. De nuevo el carácter predominantemente familiar de la fuerza de trabajo determina su desempeño y los problemas que enfrentan los productores con sus limitaciones. En las unidades más pequeñas, asociadas a la mayor parte de los subsectores de producción artesanal, y en las ubicadas en el área rural, que absorben mayor cantidad de fuerza de trabajo del hogar, la problemática aquí estudiada tiene una incidencia menor. En contraste, las empresas más grandes, las urbanas, que se vinculan a los mercados de trabajo abierto, se ven más afectadas por los bajos niveles en la calidad de los trabajadores que se agrupan en éste tipo de mercados (ver cuadro No. 9.5).

NOTA: Cuadro No. 9.5

X. LAS MATERIAS PRIMAS

Uno de los problemas que más incide en el desarrollo y desempeño de las unidades de producción del sector artesanal, lo constituyen las condiciones y las características de abastecimiento de las materias primas (MP). Las barreras y limitaciones en torno a los precios, el crédito, los volúmenes, la calidad, los proveedores y la organización, definen ésta problemática, lo mismo que el tipo de relaciones entre artesanos demandantes, productores de MP, mercado y políticas del Estado. Analizar ésta problemática, en el caso del sector artesanal, es el objetivo de ésta parte del estudio.

La información sobre la problemática asociada a la consecución de materias primas para el sector artesanal, proviene igualmente de la encuesta diligenciada en las unidades de producción y los hogares de los artesanos.

A. Sitios de abastecimiento

En términos generales los artesanos se abastecen de materias primas en los mercados locales y con menor frecuencia recurren a mercados mayores de tipo regional (comarcal o departamental). Los mercados comarcales adquieren mayor significación en el caso de los productores de tejidos en aquellos talleres de mayor tamaño. Los mercados departamentales o nacionales, atraen por lo general pocos productores artesanales, y se caracterizan por la participación casi exclusiva de los grandes productores ceramistas. (ver cuadro No. 10.1.a).

Con excepción de los grandes centros urbanos, los artesanos se abastecen en mercados locales por lo general pequeños, hecho que incide en los precios altos debido a las economías de escala que los artesanos no enfrentan en condiciones ventajosas.

B. Tipos de Materia Prima

La demanda por materia prima, en términos de productores, especificaciones y referencias, es muy amplia y se agrupa básicamente en dos tipos: materia prima de origen industrial y materia prima natural no elaborada. Los resultados de la encuesta muestran que la mayor parte de los artesanos demandan en forma simultánea los dos tipos de materia prima, debido a la naturaleza misma de los productos y a las condiciones locales del medio económico y social en donde se realiza la producción. (Ver cuadro 10.1 b).

La demanda por los diferentes tipos de materia prima

está diferenciada según la ubicación espacial de los productores y los productos artesanales de los diferentes subsectores. Los artesanos ubicados en localidades urbanas demandan en mayor proporción materias primas naturales. A nivel de los productos, la demanda se relaciona con la naturaleza propia de los materiales requeridos para la producción y su disponibilidad. La escasez de materiales naturales determina la mayor o menor demanda de aquellos de origen industrial.

La disminución progresiva de los cultivos que sirven de base para la elaboración de materias primas, así como la reducción de los hatos de ovinos y caprinos y el agotamiento o difícil acceso a las fuentes de lodos y barros, contribuyen a la utilización cada vez mayor de materia prima de origen industrial. Esta situación se refleja claramente en las cifras del cuadro 10.1.b, que muestra proporciones altas en las demandas por los dos tipos de materias primas.

Los productores de artesanías del cuero y de los agrupados en la categoría "otros productos" presentan un tipo de demanda diferente, en donde es clara la alta dependencia de las materias primas de origen industrial y la muy poca demanda por materias primas naturales.

El comportamiento de la demanda de materia prima del sector artesanal, muestra el desarrollo de un proceso de sustitución de materias primas de origen natural por las de origen industrial, debido básicamente a la escasez y agotamiento de las fuentes de materia prima natural en las localidades donde se realiza la producción. Obtener las mismas materias primas de tipo natural, fuera de sus localidades, significa para el artesano altos costos de transporte que no está en capacidad de sufragar. Adicionalmente éste proceso de sustitución se ve acompañado por el ahorro en tiempo y esfuerzo de trabajo que trae la utilización de materias primas ya elaboradas.

C. Los proveedores

Los artesanos utilizan y combinan diversas formas y canales de abastecimiento de materia prima. Los resultados de la encuesta muestran la existencia de dos formas básicas de abastecimiento: una, determinada por la extracción directa de las materias primas naturales y/o por la compra de materias primas extraídas y elaboradas por agricultores o por otros artesanos de la localidad; y otra, definida por el abastecimiento en los mercados mayoristas y minoristas y las compras directas en fábrica. Estas formas de abastecimiento definen el tipo de proveedores de materias primas para el sector artesanal (ver cuadro No. 10.1.c).

En el conjunto de la muestra, se observa que los

artesanos recurren en mayor proporción a los proveedores mayoristas y minoristas (50%); en menor proporción (27%) obtienen materia prima de proveedores-productores artesanales y en mucha menor medida (13%) se abastecen por medio de la extracción directa de los materiales. Las compras directas en fábrica son muy poco usuales (3%) en el sector artesanal.

Los talleres artesanales ubicados en localidades rurales obtienen la materia prima principalmente por extracción directa, compra a proveedores artesanos - productores directos y minoristas. Los urbanos, dependen más de proveedores mayoristas y minoristas y de los productores directos de tipo artesanal.

Los productores ceramistas muestran una mayor dependencia de las materias primas naturales extraídas directamente o compradas a otros artesanos, y recurren con menor frecuencia a los proveedores minoristas o mayoristas. Por otra parte, en otros oficios como la talla, el cuero y los oficios varios donde predomina la utilización de materia prima industrial, los negocios se establecen principalmente con proveedores mayoristas y minoristas.

El tamaño de los talleres no incide de forma significativa, en la determinación del tipo de proveedor de materias primas. Para todos los tamaños se observa una distribución por tipo de proveedor similar a la observada para el conjunto. Los proveedores por lo general están establecidos en las localidades donde se ubica la producción. Esta tendencia se observa en áreas urbanas y rurales y en todos los oficios y tamaños.

Los productores más grandes y los artesanos de tejido recurren en mayor proporción que el promedio, a otros mercados de tipo comarcal y departamental (ver cuadro 10.1.d).

D. Forma de compra, volumen, sistema de pago y plazos

En su gran mayoría la materia prima se compra al detal. La excepción a ésta tendencia la constituyen los talleres de cerámica que dadas las características de la producción, la escasez de barros y altos costos de transporte, requieren de inventarios mayores (ver cuadro 10.1.e).

El anterior comportamiento se relaciona con los volúmenes de compra de materia prima. Los artesanos compran materiales e insumos en cantidades suficientes para cumplir con los pedidos del mes. Algunos mantienen inventarios mayores, como en el caso de la cerámica, la talla en talleres grandes; otros, en menor proporción, mantienen inventarios pequeños pero no suficientes para cumplir con

los pedidos siguientes (ver cuadro 10.1.f).

Los pagos de contado predominan en el mercado de materia prima para el sector artesanal. De cinco artesanos solo uno obtiene de los proveedores, crédito para materias primas, con plazos promedios de muy corta duración cercanos al mes; existiendo un 40% de artesanos con plazos menores a los quince días.

El crédito de proveedores es una característica típicamente urbana ya que los productores rurales no cuentan con ésta posibilidad, sólo uno de cada diez dispone de éste recurso. A nivel de los oficios, las unidades de producción de cuero y las agrupadas en la categoría "otros productos" obtienen en mayores proporciones créditos de muy corto plazo, por parte de los proveedores. Una tendencia similar se observa en los talleres con mayor número de trabajadores (ver cuadros 10.1.g y 10.1.h).

Existe un segmento de productores que no compran materia prima en los mercados, ya que la obtienen por extracción directa o a través de otros productores o de los compradores. Este sistema de abastecimiento de materia prima tiene una alta ocurrencia en los talleres ubicados en localidades rurales; en cerámica y tejido, y en las unidades con menor número de trabajadores.

E. La Calidad y el Estado de la Materia Prima.

Los artesanos en su gran mayoría califican como buena calidad de la materia prima que obtienen para la producción (ver cuadro 10.1.i). Sin embargo, una tercera parte de los artesanos la considera regular o mala, principalmente los que utilizan en mayores proporciones materias primas de origen industrial (cuero y tejido por ejemplo).

El anterior comportamiento se relaciona con el grado de procesamiento que tiene la materia prima que se adquiere en el mercado. Los artesanos obtienen por lo general materia prima en bruto que luego tienen que preparar, seleccionar y adecuar para incorporarlas al proceso productivo. Con excepción de los talleres de artesanías del cuero, en los otros talleres existe una tarea adicional de tipo artesanal, ligada a la preparación de la materia prima, que origina un nuevo producto: la materia prima elaborada. Esta circunstancia hace que los artesanos no identifiquen los problemas de calidad de la materia prima en sus verdaderas dimensiones, dada la alta identificación que éstos establecen con los productos de su trabajo. Sólo los productores que se abastecen de materias primas ya elaboradas y producidas por la manufactura, encuentran mayores dificultades con la calidad de la materia prima disponible en el mercado. (ver cuadro 10.1.j).

F. El Transporte

Dado el carácter local de los abastecimientos, los medios utilizados por los artesanos para transportar la materia prima son muy simples. La mayoría transporta la materia prima a pie o en vehículos de servicio público urbano o intermunicipal. La ubicación periférica de los talleres artesanales en los centros urbanos mayores y la localización de los rurales alrededor de pequeños centros poblados explican el tipo de medios utilizados para el transporte y la alta vinculación de los artesanos a los mercados locales minoristas donde las materias primas se obtienen a precios más altos y en pequeñas cantidades (ver cuadro 10.1.k).

El transporte especializado es más frecuente solo en los casos de los artesanos que necesitan movilizar materias primas voluminosas o pesadas (cerámica y talla) o en cantidades mayores como el caso de los talleres más grandes. Los artesanos no disponen de medios de transporte propios, lo que establece una diferencia adicional con las pequeñas empresas manufactureras de bienes distintos de las artesanías.

G. Niveles de organización para la compra de materia prima.

En el caso de los productores de artesanías las formas de organización o de asociación formal o informal para la compra de materia prima es prácticamente inexistente. La materia prima se compra en forma individual, lo que determina la relación con los productores de materias primas y sus agentes en todos los niveles (ver cuadro 10.1).

Este tipo de relación determina en buena parte el bajo poder de negociación que tienen los artesanos tanto en el mercado de materias primas como en el de los productos. El amplio conjunto de productores artesanales atomizados y diseminados a lo largo y ancho del territorio nacional, enfrenta un mercado de materias primas altamente concentrado en condiciones de estrecha subordinación y dependencia de los precios que fijan exclusivamente los productores de materias primas, sin ninguna intervención organizada de la demanda.

H. Los problemas de la materia prima.

Respecto de la problemática generada alrededor de la consecución de la materia prima, los productores la perciben principalmente en términos de los altos precios que éstos adquieren y de la escasez de los mismos en los mercados (ver cuadro No. 10.2).

Los problemas de crédito, cantidad, selección, calidad y transporte, aunque existen, se manifiestan en forma subordinada a los altos costos de la materia prima. Para el productor no existe un problema aislado del otro, de ahí que los resultados indiquen la presencia de una problemática asociada básicamente al problema del precio de las materias primas.

Todos los indicadores aquí estudiados en relación con la consecución de la materia prima, señalan la existencia de una problemática ligada básicamente a dos elementos: la escasez y los precios de la materia prima. El primero, ligado al creciente déficit en la producción de materias primas naturales, y el segundo, a los problemas de organización, escala de producción y alta dependencia y subordinación que mantienen los artesanos con los productores de materia prima a través de los canales de distribución que éstos establecen: mayoristas, distribuidores y minoristas.

La relación inexistente entre los artesanos y las fábricas de materia prima, facilita el que miles de artesanos entren en contacto con unos pocos proveedores, en condiciones de subordinación y dependencia, impidiendo al artesano obtener las ventajas de las economías de escala, y alterar el régimen de altos precios fijados por los diferentes. La alta concentración del mercado de materias primas en manos de sectores oligopólicos (cueros, textiles, lanas) de la producción y la distribución, determina el escaso poder del artesano disperso para afectar las condiciones actuales de abastecimiento de materia prima para la producción. Los bajos niveles de organización del artesano, la existencia de organizaciones gremiales de tipo nominal y carácter local sin ninguna presencia efectiva, la ausencia de políticas adecuadas de crédito para materias primas y cartera, de acopio y distribución de materias primas y programas de siembra de productos altamente demandados por el sector, hacen que el artesanado se encuentre prácticamente desprotegido en lo que respecta al abastecimiento de los bienes básicos para la producción: las materias primas.

NOTA: Cuadro No. 10.2

XI. CARACTERISTICAS DE LA PRODUCCION (1) (Las cifras que sirven de base a éste análisis aparecen al final del capítulo).

El objetivo de ésta sección es analizar lo que produce el sector artesanal, incluyendo los procesos básicos de la producción, los niveles tecnológicos, el resultado de la producción y las relaciones taller-vivienda. La producción se analiza en términos de las líneas principales en que se clasifican los productos de acuerdo a sus usos dominantes; los procesos de producción se examinan con base en los grados de utilización y combinación de instrumentos, máquinas y equipos; los niveles tecnológicos por las características de los medios de trabajo utilizados en la producción; el resultado de la producción por los niveles de ventas y las ganancias; y la relación producción-vivienda, por la ubicación del taller y el sitio de ventas.

A. Tipo de productos.

En el sector se produce una muy variada gama de productos, entre utilitarios y artísticos, que de acuerdo a sus usos más frecuentes pueden clasificarse en varias líneas o categorías artesanales: doméstica, decorativa, indumentaria, lúdica y del trabajo. En algunos productos se observaron usos múltiples (doméstico-decorativo), pero como se verá más adelante, los usos combinados son poco frecuentes.

En los talleres seleccionados se identificaron los productos más importantes del sector artesanal. En su conjunto, éstas unidades producen 1357 artículos distintos, 1.7 en promedio por unidad. Las unidades elaboran básicamente productos terminados (87%); muy pocas elaboran materias primas como único producto; un 10% elabora los productos en forma parcial; y una pequeña proporción (2%) además de su producción, termina los productos parcialmente elaborados en otras unidades. En las unidades en las que se realizan todos los procesos de la producción, se observan prácticas de subcontratación en donde predominan los pagos por obra o contrato, la entrega de materias primas, materiales, diseños y patrones, y se facilita al subcontratista un lugar de trabajo y los instrumentos de trabajo de la unidad del productor.

En el conjunto de la producción artesanal predominan los artículos asociados a los usos domésticos y a la indumentaria, que agrupan el 70% del total de productos. Menor participación tienen la artesanía de tipo decorativo (23%), que agrupa los productos destinados a las actividades productivas (4.2%), y la lúdica (juguetes, instrumentos musicales, etc). Se ve, entonces, que la producción artesanal se vincula a un mercado de bienes finales de

carácter utilitario, en donde predominan las demandas de los hogares, las familias y las personas. Esta característica permite dimensionar el grado de competencia que tiene que enfrentar el sector artesanal en relación con la producción manufacturera de las mismas ramas donde se ubica la artesanía, típicamente tradicionales o de otras con productos similares o sustitutos, a precios más bajos, mejores calidades, etc., como en el caso de los plásticos.

Los artículos domésticos y de indumentaria dominan en la producción de los talleres urbanos y rurales. Existe sin embargo una diferencia respecto a la producción de la artesanía decorativa, lúdica y la vinculada a la elaboración de artículos para las actividades productivas (empaques), que se producen en mucho mayor proporción en los talleres urbanos (ver cuadro No. 11.1).

A nivel de los subsectores artesanales, existen diferencias asociadas a la misma naturaleza de los talleres: los talleres de cerámica y talla producen básicamente artesanía doméstica y decorativa, predominando en los primeros artículos domésticos y en los segundos los decorativos; los talleres de tejidos son típicos en elaboración de indumentarias y artículos domésticos; el taller de cuero se vincula en lo fundamental a la producción de indumentarias; y los talleres dedicados a oficios distintos producen en su gran mayoría artesanías decorativas, lúdicas y artículos para los sectores deportivos.

No se aprecia una relación clara entre el tipo de artesanías productivas y el tamaño de los talleres, que indiquen tendencias en la producción de ciertas líneas. En todos los rangos de tamaño cerca de las dos terceras partes de la producción se agrupa en las categorías básicas: artesanía doméstica y de la indumentaria.

B. Forma de producción.

Los procesos de producción de artesanías están ampliamente determinadas por el uso de herramientas manuales, principalmente en los talleres rurales. Una quinta parte de las unidades incorporan a la producción maquinaria o equipo, notándose un claro predominio de éstos medios de trabajo en los talleres urbanos. Los productores que utilizan sólo sus manos en la elaboración de artesanías son la minoría y predominan en los talleres rurales y en el tejido. El uso extendido de herramientas manuales se observa en todo tipo de oficios, con excepción de los talleres de cuero en donde predomina ampliamente el uso de máquinas y equipos. A nivel de los distintos tamaños de los talleres, se observa una disminución del trabajo manual, una menor participación en el uso exclusivo de herramientas

manuales y una mayor introducción de máquinas y equipos, en la medida que se pasa de las más pequeñas a las más grandes.

La heterogeneidad del proceso de producción y la coexistencia, al interior del sector, de diversas tecnologías, son otra de las características básicas de las unidades artesanales. Las diferencias tecnológicas en los procesos de trabajo generan segmentos bien definidos de productores y por tanto necesidades y requerimientos específicos. La transformación y modernización del sector implica, entonces, la necesidad de políticas y programas por subsectores, por áreas y por tamaños y líneas de producción, que junto a las políticas globales y agregadas, permitan situar a los productores artesanales en mayores condiciones de competitividad en los mercados internos y externos.

C. Niveles tecnológicos.

Las herramientas manuales utilizadas en los procesos de producción son en su inmensa mayoría de propiedad de los productores. Por lo general, las herramientas se adquieren en los mercados; pero existen talleres que usan herramientas fabricadas por los mismos trabajadores, principalmente en las unidades rurales y en los talleres de cerámica, en donde la mayoría de herramientas son fabricadas por los productores. Muy pocos talleres disponen de herramientas nuevas, lo frecuente es encontrar una mezcla de medios de trabajo usados y nuevos, observándose un segmento de talleres en donde las herramientas de trabajo son en su totalidad viejas, principalmente en las áreas rurales y los talleres de tejido. El valor promedio de las herramientas es sumamente bajo, \$10.000 aproximadamente; el 70% de los talleres muestran inversiones promedio menores a los \$6.000; el valor promedio estimado del parque de herramientas es muy superior en los talleres urbanos (\$13.000), los talleres de talia y cuero (\$21.000) y las unidades con más de tres trabajadores (\$14.000 a \$20.000).

En síntesis, el comportamiento de los indicadores anteriores señala que la producción artesanal fundamenta su proceso productivo principalmente en el uso de herramientas manuales; éstas son muy elementales, viejas en su mayoría y muchas fabricadas por los propios productores, lo que determina muy bajos niveles de inversión en capital fijo, con niveles de producción y productividad sumamente limitados. En estas condiciones, las unidades de producción de artesanías, en su gran mayoría, se comportan dentro de los parámetros típicos de la llamada producción mercantil simple, condición que determina sus limitadas posibilidades de reproducción a mayor escala.

En lo que respecta a la incorporación de equipos en los procesos de producción artesanal, se nota una baja

utilización por parte de los productores. Los talleres de cerámica y las unidades más grandes presentan índices más elevados.

Dada la naturaleza de los procesos productivos, en los talleres de artesanías de cuero y talla el uso de equipos es muy poco frecuente. El promedio de equipos, en los talleres que los utilizan, es de 2.2 para el total, observándose un uso más intensivo en la producción de artículos de cuero y en los talleres más grandes.

Los equipos de tipo mecánico predominan en todo tipo de talleres; hornos de leña y carbón telares manuales, verticales y horizontales (pequeños y medianos) y equipos menores y complementarios, conforman el conjunto mayoritario de medios de trabajo que sirven de apoyo a los procesos productivos. Los equipos eléctricos aunque poco frecuentes, se usan principalmente en los talleres urbanos y en la producción de cerámica y talla. La diferencia tecnológica dada por el uso de equipos eléctricos, no aparece relacionada con el tamaño de las unidades, la producción de talleres con equipos eléctricos, en todos los rangos de tamaño, es muy similar al promedio para el total de la muestra.

La forma predominante de tenencia de equipos es la propiedad. Los talleres de cerámica y talla muestran los niveles más altos de arriendo y de otras formas de tenencia asociadas al uso colectivo de medios de producción. Los equipos tienen en promedio 17 años, notándose mayores índices de vejez en los equipos instalados en los talleres de artesanías del cuero y en los más pequeños. Las unidades artesanales productivas de cerámica y talla muestran equipos más recientes, 10 y 6 años en promedio, como resultado de la introducción de tecnologías más modernas (equipo eléctrico).

La naturaleza y desarrollo de los procesos productivos en cada uno de los subsectores artesanales y el número de equipos incorporados a la producción determinan el monto de las inversiones medias en el sector. Los equipos instalados valen en promedio \$60.000; mayores inversiones se observan en los talleres de cerámica, el cuero y en los otros oficios agregados, lo mismo que en las unidades de mayor tamaño en número de trabajadores. La menor inversión en equipos se da en los talleres rurales, los subsectores de la cerámica y la talla, en las unidades más pequeñas. Existen por tanto niveles de inversión diferenciales por sectores, tamaño y área, lo que permite la generación de barreras de entrada en donde se requieren mayores inversiones. Donde la inversión media es baja, como en el tejido, proliferan las unidades de producción.

En menores proporciones (33%) los artesanos han

Introducido maquinaria a la producción, principalmente los ubicados en los centros urbanos, la producción de cerámica y cuero y los talleres más grandes. Estos productores usan en promedio 2 máquinas por unidad, con excepción de la artesanía del cuero en donde se usa un mayor número de máquinas.

En los talleres predomina el uso de máquinas eléctricas. Esta característica es predominante en los talleres urbanos, el tejido, la talla, los oficios artesanales agregados y en las unidades más grandes. Este proceso de cambio y modernización no se da con la misma intensidad en los espacios económicos rurales, ni en la cerámica y el cuero, ni en pequeños talleres.

La tenencia en propiedad de las máquinas instaladas es lo dominante. Sin embargo los productores de cerámica, el cuero y los pequeños recurren a maquinaria en arriendo o acceden a su uso compartiendo la disponibilidad con otros productores. Los artesanos recurren con alta frecuencia a los mercados de segunda mano para obtener las máquinas para el taller. Las máquinas usadas predominan en casi todos los tipos de taller, con excepción de los productores de cerámica y tejido y las unidades más grandes. La edad media de las máquinas es de 13 años; los talleres de tejido y los de mayor tamaño muestran promedios superiores, y los de cerámica y talla edades medias más bajas. Todo lo anterior indica que la capacidad instalada en términos de la maquinaria utilizada es bastante vieja. En muchos casos el proceso de cambio tecnológico se ha dado por la vía de introducir en los talleres maquinaria eléctrica y mecánica ya usada (caso del tejido y el cuero, por ejemplo).

Las inversiones medias en maquinaria, estimadas por el valor reportado por los productores, es de \$143.200 (dos y media veces más que las inversiones en equipos). El monto de las inversiones varía de acuerdo a los subsectores de la producción artesanal, el tamaño y la ubicación espacial de la producción. El valor de la maquinaria en las unidades productoras de artesanías en cuero es el más alto observado; valores intermedios y superiores al promedio de la muestra se dan en la talla y la categoría que agrupa otros productos de la artesanía; y los valores más bajos se presentan en la cerámica y el tejido. A nivel de los rangos de tamaño, el monto medio de la inversión aumenta con el número de trabajadores y a nivel de los espacios económicos son notorias las mayores inversiones en los talleres de los centros urbanos. Las mayores inversiones en maquinaria se dan en aquellos subsectores donde se invierte menos en equipos y herramientas (talla, cuero y otros). En el subsector de la cerámica ocurre lo contrario, la mayor inversión se hace en equipos debido a los requerimientos técnicos que implica la producción de éste tipo de artículos.

Para apreciar mejor los niveles tecnológicos de las unidades del subsector artesanal, utilizamos las cifras sobre inversiones totales promedio en capital fijo obtenidas en la encuesta. Los resultados indican que las inversiones totales promedio de trabajo -herramientas, equipos y máquinas- se pueden considerar muy bajas (\$71.100). El mayor nivel de inversiones se observa en los talleres productores de artesanía del cuero (\$233.000) en donde a su vez se dan las mayores inversiones en equipo, maquinaria y herramientas. Las inversiones medias cercanas a los \$100.000 se obtienen en los talleres de cerámica y talla.

Los montos más bajos de inversión se dan en los talleres de tejido, que en promedio se ubican por debajo de los \$50.000. Se ve entonces que el sector se caracteriza por una baja intensidad en el uso del capital. Los diferentes rangos de inversión determinan, como ya se dijo antes, la existencia de subsectores con débiles barreras para su entrada, como el caso de los talleres de tejidos, y subsectores con mayores restricciones por los requerimientos de capital, como los talleres de artesanía del cuero.

En condiciones de bajo desarrollo tecnológico, las unidades de producción artesanal compensan ésta desventaja con el uso intensivo de la fuerza de trabajo del hogar y la habilidad y experiencia propia del artesano. Aún así, los niveles de producción y productividad obtenidos por los artesanos resultan inferiores a los que presentan otras unidades que participan en los mismos mercados con bienes similares o sustitutos que se venden a mejor precio y mejor calidad.

D. Lugar de producción.

Un indicador utilizado para definir el carácter de la producción a pequeña escala lo constituye la estrecha relación entre la unidad de producción, la vivienda del productor y su hogar. En el caso del sector artesanal esta relación es más que evidente. La casi totalidad de los artesanos ubican en sus viviendas los talleres, transformando de ésta manera el espacio físico de residencia (considerado como sitio exclusivo para la reproducción, la creación y el desarrollo social) en un nuevo habitat en el que se combinan las funciones anteriores con las de la producción y venta de bienes originados en la vivienda. Esta característica es más acentuada en los talleres urbanos y en casi todos los subsectores, a excepción del cuero y la cerámica en donde se observan proporciones de productores que separan la producción de la unidad de vivienda, particularmente los de mayor tamaño.

E. Resultado de la producción.

El resultado de la producción se mide en este estudio por las ventas brutas y las ganancias declaradas por los productores. A pesar de los sesgos que tiene cualquier medida de ingreso, recurrimos a éstas cifras como índices próximos de las tendencias que existen en el sector más que como medida de la magnitud real de los ingresos.

Las ventas brutas promedio de la producción del sector obtenidas de la muestra, se acercan a los cien mil pesos por unidad. La distribución de las ventas muestra que el 70% de los productores realiza ventas por debajo del promedio y que solo el 30% restante obtiene resultados mayores.

Los diferentes rangos de ventas se relacionan con tres variables básicas: los subsectores, los tamaños y la ubicación urbana-rural de las unidades. Los productores de artesanías del cuero y la cerámica logran mayores niveles de ventas que los artesanos del tejido, la talla y los demás oficios. Los talleres de mayor tamaño producen y venden más que los pequeños, así como los urbanos (ubicados en los mercados de mayor volumen y capacidad de demanda) venden más que los rurales, situados en mercados locales aislados.

Las ganancias de los productores tienen un comportamiento más o menos similar al anterior. En los talleres de la artesanía de cuero y cerámica se obtiene un mayor nivel de ganancias absolutas, en relación con el promedio de la muestra. El monto más bajo de ganancia se observa en la producción de artesanías del tejido y la talla, aunque en éste último sub-sector las ganancias son ligeramente mayores al promedio. En lo que respecta al tamaño y la ubicación de los talleres, se observa que las ventas aumentan con el número de trabajadores del taller y su ubicación espacial, siendo mayores en los de mayor tamaño y en los localizados en los centros urbanos.

El nivel de ventas y ganancias indican la presencia de dos grandes segmentos al interior del sector productor de artesanías. Al primero pertenecen las unidades urbanas, las de mayor tamaño y los artesanos del cuero y la cerámica, que presentan un mayor dinamismo y posibilidades de acumulación y reproducción a mayor escala. Al segundo grupo pertenecen las unidades rurales, las más pequeñas y las ubicadas en la producción de artesanías de tejido y talla, que se ubican en niveles de subsistencia y con pocas posibilidades de acumulación y reproducción a una escala mayor.

En síntesis, la producción artesanal se caracteriza por sus bajos niveles tecnológicos, bajas inversiones en capital y uso intensivo de la fuerza de trabajo del hogar. La gran mayoría posee las características típicas de la producción

mercantil simple: uso de herramientas manuales, escasa utilización de equipos (principalmente mecánicos y de máquinas eléctricas de segunda mano), capacidad instalada vieja y limitada que incide en bajos niveles y escalas de producción y de productividad, lo que en su conjunto sitúa al artesano en condiciones desventajosas en los mercados que, principalmente en los centros urbanos mayores, son altamente competidos ya que concurren bienes similares o sustitutos provenientes de empresas manufactureras más eficientes en cantidad, calidad y precio.

Las dimensiones anteriores caracterizan el segmento mayoritario de las unidades de producción, pero existen también otras unidades más dinámicas, con mayores niveles de acumulación y posibilidades de reproducción por encima de su escala, asociadas a los mayores tamaños (5 o más trabajadores), a su mejor ubicación en los mercados y a subsectores con mayores niveles de demanda (cuero, cerámica).

Las múltiples dimensiones aquí analizadas permiten señalar que el sector de producción de artesanías es bastante heterogéneo; en él coexisten unidades que van desde las más eficientes y productivas hasta las que solo permiten la reproducción precaria del hogar. Esto implica la necesidad de políticas diferenciadas y de prioridades explícitas en el fomento y desarrollo del sector.

La producción de artesanías, entendida como la producción de objetos con un doble valor de uso (valor de útil y valor histórico-cultural), que las hace irremplazables y les da grandes ventajas en el mercado, debe apoyarse en programas y acciones que tengan como meta la transformación y modernización del sector, mediante el logro de mejores diseños, mejores calidades y mayor capacidad de producción, y que permitan transformar una producción que se apoya en el producto por ser, ajena a los mercados, a las exigencias de la demanda, en una producción de objetos de arte para el mercado condiciones ventajosas.

La reposición y adquisición de equipos y máquinas más nuevas y eficientes es una demanda sentida por la gran mayoría de productores artesanos. Esto implica políticas de crédito de mayor cobertura y la implantación de líneas blandas para capital fijo.

NOTA: Cuadro No. 11.1

XII. COMERCIALIZACION

A. Aspectos Generales

Las labores de venta de los productos artesanales dentro de la unidad de producción son responsabilidad

exclusiva del artesano productor, quien además es la persona encargada de fijar el precio de los mismos. En efecto, se encontró que el 88.8% del conjunto de artesanos productores cumplen el papel de vendedores de la producción de su unidad; el resto delega esta función a otras personas, preferiblemente miembros del hogar.

Además, pudo determinarse la existencia de una pequeña proporción de artesanos (9.7%), especialmente en las áreas urbanas, que operan como comercializadores de la producción de otros artesanos.

B. Ventas al consumidor

Un aspecto que caracteriza la comercialización de los productos artesanales, es la débil relación que existe entre el productor y los consumidores finales, la cual se expresa en la relativamente baja proporción de artesanos que venden sus artículos al consumidor. Observando el conjunto de la muestra, solo el 51.9% de los productores artesanales venden alguna parte de sus productos a los consumidores finales. Por su parte, el 28% del total de los productores señalan esta como la forma exclusiva de comercialización de sus productos.

Por lo general, las ventas al consumidor se llevan a cabo en la misma localidad; solo una reducida proporción de artesanos salen a vender sus productos a otras localidades cercanas. El taller artesanal es el principal lugar de venta al consumidor, donde el 70.9% de los artesanos que utilizan esta forma de comercialización, llevan a cabo sus transacciones. Le siguen en orden de importancia: las ferias artesanales, las ventas ambulantes (comercio callejero) y las plazas de mercado, como lugares ocasionales para la venta de productos artesanales, hacia los cuales se desplaza el artesano, utilizando generalmente los servicios de transporte público.

Los principales productos que se comercializan a través de la venta directa al consumidor son aquellos clasificados dentro del oficio de talla (trabajo en madera, hueso, calabazo y pauche) seguido de los tejidos (tejidos en lana y canastos) y la cerámica (adornos y materos). En la categoría de otros oficios, vale la pena destacar la venta directa al consumidor de artículos de cobre, adornos, aretes, anillos y trabajos en joyas semipreciosas.

C. Ventas al intermediario

El intermediario, por lo general, es persona nativa de la región o vinculado a ella desde hace varios años y que posee una amplia experiencia y conocimiento acerca de la comercialización de este tipo de productos.

De acuerdo con el radio de acción donde opera, pueden distinguirse dos clases de intermediario:

El intermediario local, por lo general comerciante de mercancías varias (tendero o dueño de almacén), o comerciante especializado, quien vende al consumidor, u opera como acopiador de la producción, la cual vende a otros intermediarios de mayor capacidad, ya sean locales o foráneos.

El intermediario no local (o regional), por lo general transportador, quien recorre las áreas urbanas y rurales de una región comprando productos, ya sea directamente al productor, o a acopiadores de las diferentes localidades. En la mayoría de los casos es este tipo de intermediario quien moviliza la mercancía hacia los principales centros de consumo.

El 72% de los productores artesanales manifiesta vender todo o parte de su producción a intermediarios, lo cual confirma la importancia de la intermediación en la comercialización artesanal.

Por su parte, la relación entre el productor y el intermediario de los productos artesanales tiene un carácter muy especial, el cual se expresa generalmente a través de la existencia de vínculos extracomerciales entre las partes. En algunas localidades artesanales del país, éstos vínculos se centran en las relaciones de compadrazgo y amistad, las cuales implican compromiso entre artesano e intermediario, y determinan en última instancia el carácter de las transacciones que entre éstos se llevan a cabo.

Sin embargo, vale la pena señalar el limitado apoyo que el artesano recibe por parte del intermediario. Solo el 40% de los artesanos que comercializan a través de las redes de intermediación manifiestan haber recibido algún tipo de servicio o favor de parte del intermediario. En orden de importancia, los principales servicios que el artesano recibe del intermediario son: adelantos en dinero, venta de la materia prima, préstamos en dinero o en materia prima. Por lo general, y como podrá observarse más adelante, éste tipo de servicios por parte del intermediario afectan desfavorablemente al artesano, disminuyendo su capacidad de negociación y su participación en la fijación de los precios de sus productos.

Con respecto a los problemas entre los productores y los intermediarios, el 70.6% señala que se encuentran insatisfechos debido principalmente a la demora en los pagos y al bajo precio que en la actualidad ofrecen los intermediarios por sus productos.

1. Tipo y origen del intermediario

Un aspecto que identifica la producción artesanal es el carácter externo de la demanda de los productos, teniendo en cuenta que los volúmenes de producción que se consumen en la localidad son bastante reducidos. Por ésta razón, es común que en la intermediación de productos artesanales tenga gran importancia la participación de agentes externos provenientes de aquellas localidades donde es importante la demanda de éstos productos.

Desde la perspectiva del conjunto de los productores artesanales que venden todo o parte de su producción a intermediarios, puede señalarse la importancia del grande y pequeño intermediario de origen externo, quienes figuran como los comercializadores típicos de la producción artesanal. De la misma forma, puede señalarse de manera secundaria, el papel que desarrollan en ésta labor los grandes intermediarios locales y los almacenes especializados de artesanías de aquellas localidades donde se lleva a cabo la producción artesanal.

Al interior de cada uno de los oficios artesanales puede observarse un comportamiento similar al del conjunto. Sin embargo, existen algunas diferencias en base a las cuales puede afirmarse que el tipo de agentes que interviene en la comercialización depende principalmente del tipo de producto artesanal al cual se haga referencia.

a) Tipo y origen del intermediario de la cerámica

El tipo de intermediario más importante que interviene en la comercialización de la cerámica es el grande y pequeño intermediario foráneo. (ver cuadro 12.1).

Con respecto a su origen, la mayor proporción de los grandes intermediarios proviene de Bogotá y en menor grado de Cali y Medellín, hacia donde movilizan el producto desde los mismos sitios de producción. Por su parte, los pequeños intermediarios provienen principalmente de otras capitales de departamento y ciudades intermedias cercanas a los sitios de producción.

De la misma forma, vale la pena señalar el papel que juegan en la comercialización de la cerámica, los grandes y pequeños almacenes locales especializados en la venta de artesanías. (ver cuadro 12.1).

b) Tipo y origen del intermediario de los tejidos

Una característica de la comercialización de los tejidos es la importante participación que en ella tienen

los pequeños intermediarios foráneos y los grandes intermediarios locales. Con respecto al origen de los intermediarios foráneos, éstos provienen principalmente de Bogotá y de aquellos municipios cercanos al sitio de producción.

Así mismo, en la comercialización de los tejidos es importante destacar la participación de los pequeños almacenes foráneos, especializados en la venta de artesanías. Estos se caracterizan por estar localizados generalmente en los municipios cercanos al sitio de producción, donde el artesano compra las materias primas y vende sus productos. Tal es el caso de los almacenes de Ipiales y Duitama en las regiones tejedoras de Nariño y Boyacá.

Otro tipo de intermediario importante en la comercialización de los tejidos es el almacén no especializado en la venta de artesanías, por lo general tienda de viveres y miscelanea, donde se compra o cambia al artesano sus productos por artículos de primera necesidad. (ver cuadro 12.2).

c) Tipo y origen del intermediario de productos de la talla

La venta de los productos de talla se lleva a cabo en la mayoría de los casos de manera directa al consumidor. Sin embargo, una característica de la comercialización de estos productos es la participación de compradores de carácter local. Por lo general, el artesano dedicado a éste tipo de producción vende sus artículos directamente al consumidor o a los grandes y pequeños almacenes de su localidad, especializados en la venta de artesanías. (ver cuadro 12.3).

d) Tipo y origen del intermediario del cuero

Los principales agentes que intervienen en la comercialización de los artículos de cuero son los pequeños almacenes especializados en las ventas de artesanías, localizados en las grandes ciudades de las regiones productoras. En el caso de la producción de la región nariñense, ésta es comprada principalmente por los pequeños almacenes de artesanías de Pasto y Cali, y la del Valle de Aburrá es comprada principalmente por establecimientos localizados en Medellín. De la misma forma, intermediarios individuales de éstas ciudades intervienen activamente en la comercialización de éste tipo de productos. (ver cuadro 12.4).

e) Tipo y origen del intermediario de otros productos

En la comercialización de otros productos artesanales,

no clasificados dentro de los anteriores oficios, tienen gran importancia las ventas al consumidor. Los intermediarios, que ocasionalmente intervienen son por lo general comerciantes particulares o cooperativas de la misma localidad o de otros municipios (ciudades intermedias) cercanos al sitio de producción. (ver cuadro 12.5).

2. Redes de distribución de los productos artesanales

Las redes de distribución de los productos artesanales son variadas y se encuentran determinadas principalmente por el tipo de productos, el nivel de la demanda y la localización geográfica de los centros productores. Del mismo modo, pueden distinguirse diversas cadenas de intermediarios a través de las cuales se efectúa el flujo de los productos desde el productor hasta el consumidor final, y cuya complejidad se encuentra determinada por los factores enunciados anteriormente.

A partir de la página 141 se presentan algunos ejemplos de cadenas de intermediación presentes en la comercialización de algunos productos artesanales.

TIPOS DE INTERMEDIARIOS Cuadros 12.1 a 12.6

1. Tiendas o almacenes pequeños no especializados.
2. Almacenes pequeños de artesanías.
3. Almacenes grandes de artesanías.
4. Artesanos pequeños comerciantes.
5. Artesanos grandes comerciantes.
6. Puestos de venta en plazas de mercado.
7. Puestos de compra de ARTECOL.
8. Puestos de compra de otras instituciones.
9. Intermediarios pequeños.
10. Intermediarios grandes.
11. Clientes particulares.
12. Cooperativas.

NOTA: Cuadro 12.1

NOTA: Cuadro 12.2

NOTA: Cuadro 12.3

NOTA: Cuadro 12.4

NOTA: Cuadro 12.5

NOTA: Cadena 1

NOTA: Cadena 2

NOTA: Cadena 3

D. Características de las ventas

1. Producción por pedido y por cuenta propia.

Un aspecto que caracteriza el trabajo artesanal es la

forma de producción por pedido. Se puede afirmar que la mayor proporción del conjunto de artesanos tiene comprometida toda o parte de su producción a clientes, ya sean éstos intermediarios o consumidores directos.

En efecto, se puede observar que más del 70% de los artesanos se dedica de manera total o parcial a la producción por pedido, de los cuales el 35.1% la considera como su forma exclusiva de producir, en tanto el 37.9% combina la producción por pedido con la producción por cuenta propia. La forma de producción exclusiva por pedido es más frecuente en los productores de las áreas urbanas y de los artículos de cuero o aquellos clasificados dentro de la categoría de otros oficios. La producción por cuenta propia es más común en la cerámica y los trabajos de talla. Por su parte, los artesanos dedicados a la producción de tejidos presentan proporciones muy similares en cuanto a la forma como responden a las exigencias de la demanda (ver cuadro 12.6).

NOTA: Cuadro 12.6

2. Formas de pago y fijación de los precios.

Las ventas de productos artesanales se hacen al contado, como lo manifiesta el 88% de los artesanos, y solo el 6% lo hace a crédito, con plazos que en ninguno de los casos supera los 30 días.

El papel que desempeña el artesano en la fijación del precio del producto depende exclusivamente del tipo de producto y del lugar donde se halle localizada la unidad de producción. Si bien el 76% de los artesanos entrevistados manifiestan una total independencia en la fijación del precio de sus productos, ésta característica se presenta como propia de las áreas urbanas y para productos tales como: artículos de cuero y aquellos clasificados dentro de la categoría de otros oficios.

Por su parte, en las áreas rurales, el comprador juega un papel muy importante en la fijación del precio de los productos, especialmente de los tejidos.

E. Ventas a artesanías de Colombia.

Dentro del conjunto de productores artesanales contemplados en ésta muestra, sólo el 14% manifestó haber tenido vínculos comerciales con Artesanías de Colombia, a través de la venta de sus productos.

Con respecto a la forma como los artesanos evalúan su experiencia comercial con Artesanías de Colombia, el 45.6% la cataloga como buena o muy buena, debido principalmente a

los precios que la entidad ofrece por sus productos.

De otra parte, el 54.4% califica su experiencia de regular, mala o muy mala, y entre los motivos que señalan para su calificación pueden destacarse la demora en los pagos y la escasa demanda de productos por parte de la entidad.

F. Las ferias artesanales.

Las ferias artesanales son en la actualidad uno de los mecanismos importantes empleados en la promoción y comercialización de los productos artesanales. Sin embargo, la participación directa del artesano productor en eventos de esta naturaleza puede catalogarse como marginal.

En efecto, solo el 26.2% del conjunto de los artesanos productores manifestó haber participado directamente en una feria o mercado artesanal, en tanto el 4.3% lo había hecho de manera indirecta, esto es, entregando mercancía en consignación a otro artesano o a un intermediario participante.

Los artesanos que han tenido experiencia en ferias artesanales se encuentran insatisfechos por los resultados económicos que han obtenido en los últimos mercados en los que han participado, señalando algunos factores que afectan este tipo de eventos, como son: aumento desmedido de la oferta, alto valor de la inscripción, mala organización y selección de lugares inadecuados para la realización del mercado.

Por su parte, las principales razones por las cuales una buena proporción del conjunto de artesanos no participan en ferias o mercados artesanales son de carácter económico, entre las cuales vale la pena señalar la no realización en la localidad de éste tipo de eventos y el alto costo que les significaría el desplazamiento hacia otra región, el alto costo de la inscripción y el bajo nivel de las ventas.

G. Comportamiento de las ventas de productos artesanales.

Un aspecto que caracteriza la producción artesanal se refiere a la forma como el artesano desarrolla la labor productiva de manera continua a lo largo del año, y de manera independiente con respecto a los ciclos del mercado (oferta y demanda).

Este fenómeno, como se ha podido observar a través de la experiencia de campo, tiene relación directa con la baja productividad de las unidades artesanales, las cuales deben acumular un determinado volumen de productos para las épocas en las cuales se incrementa la demanda.

Con respecto al comportamiento de las ventas de productos artesanales, su ciclo es similar al de otros productos del mercado. Las ventas de los productos artesanales alcanzan su máximo nivel en el mes de diciembre, experimentando un fuerte descenso durante los meses de enero y febrero, cuando presentan su nivel más bajo. A partir de marzo, las ventas presentan un leve ascenso que continúa hasta el mes de junio, manteniéndose casi constante hasta agosto. A partir de éste mes, se experimenta un gran incremento que se extenderá hasta el mes de diciembre (ver cuadro 12.7).

Con respecto al comportamiento de las ventas por tipo de producto, la cerámica y los tejidos son los que presentan una mayor estabilidad a lo largo del año. Por su parte, las ventas de los productos de cuero y talla son a su vez los que presentan una menor estabilidad durante éste período (ver cuadro 12.7).

H. Valor de las ventas.

Las unidades de producción urbana tienen ventas cuyo valor promedio supera en más del 100% las de zonas rurales.

Desde la perspectiva de los diferentes oficios, es notable el alto valor de las transacciones mensuales en las unidades especializadas en la elaboración de artículos de cuero, las cuales superan ampliamente el promedio mensual de las ventas de las demás unidades. En orden de importancia, le siguen las unidades especializadas en la producción de artículos clasificados dentro de la categoría de otros oficios, las de cerámica, las de talla y por último, las unidades de producción de tejidos. (ver cuadro 12.8).

La superioridad en el monto mensual de las ventas de las unidades especializadas en la elaboración de artículos de cuero, y el mejor nivel relativo que presenta en las ventas a lo largo del año señalan éste oficio como el subsector de la producción artesanal que presenta mayores posibilidades de desarrollo, no obstante la fuerte competencia industrial a la que se ve enfrentada.

Por su parte, el subsector artesanal de los tejidos, el cual se ve enfrentado a una excesiva competencia de origen artesanal e industrial, presenta las unidades de producción con más bajo valor promedio mensual de ventas; unido al bajo nivel de ventas, es el subsector con menores posibilidades de desarrollo.

NOTA: Cuadro 12.7

NOTA: Cuadro 12.8

1. Conclusiones.

Un aspecto que ha garantizado a través de la historia la supervivencia artesanal está relacionado con la existencia de un nivel aceptable de demanda de estos productos, no obstante la competencia de la producción industrial. Si bien la demanda de productos artesanales tiende a reducirse en forma progresiva, debido a la transformación de los patrones de consumo y el bajo precio de los productos industriales, la producción artesanal se ha ido adaptando a las nuevas situaciones mediante su apertura hacia la producción de nuevas líneas, a partir del empleo de nuevos diseños y nuevas materias primas.

Sin embargo, el productor artesanal experimenta en la actualidad un bajo nivel en la demanda de sus productos, expresado en las malas ventas. Este problema tiene características particulares dependiendo del tipo de producto y de región geográfica.

Desde la óptica de los productores artesanales las soluciones a sus problemas de comercialización giran alrededor de políticas agresivas de promoción y de valoración de la artesanía con el fin de recuperar el espacio perdido en el mercado. De otra parte una buena proporción del conjunto de los artesanos ven a través del sector cooperativo la forma ideal de comercializar sus productos obteniendo márgenes de utilidad superiores a los que obtienen en la actualidad y logrando así el acceso a una serie de beneficios tales como el crédito para la producción y la búsqueda de un mejor nivel de vida a partir del acceso a algunos servicios que en la actualidad carecen.

A través de la experiencia de campo pudo observarse un bajo nivel de producción y comercialización cooperada, lo cual a juicio de los dirigentes, se debe principalmente a la limitada conciencia del artesano acerca de los beneficios de la acción colectiva. No obstante algunas asociaciones artesanales tradicionales del país ven en la forma cooperativa una nueva dimensión a partir de la cual puedan plantearse soluciones concretas a los problemas de comercialización.

Otro problema planteado por los artesanos con respecto a la comercialización de sus productos es la falta de control de calidad y la ausencia de sentido creativo expresado en diseños que satisfagan al consumidor. De la misma forma, expresan que el control de calidad podría llevarse a cabo a partir de la comercialización cooperada, la cual debería ser asistida en aspectos de diseño y calidad por Artesanías de Colombia.

En las zonas figueras de Santander, se ha optado por la

llamada cooperativa integral orientada a la venta de materia prima, comercialización de los productos de fique y a la venta de artículos de primera necesidad a través de las tiendas voredales. Otro ejemplo que vale la pena destacar es el de la Cooperativa de Artesanos Ceramistas de Oiba cuyas acciones van dirigidas a la venta de materia prima, control de calidad y comercialización de los productos.

XIII. CREDITO

A. Aspectos Generales.

La conservación del artesano como pequeño productor independiente se da en aquellas ramas de la actividad donde no existe competencia industrial y también en aquellas actividades artesanales que se caracterizan por la producción de objetos con valor artístico. Otro subgrupo de artesanos que ha logrado persistir y progresar es aquel que, además de elaborar artículos utilitarios, les ha añadido un componente decorativo o artístico. Para todos ellos el apoyo institucional no solo debe incluir asistencia técnica, cursos de capacitación y ayudas para la comercialización, sino también apoyo financiero.

En el país existen muchas instituciones que cuentan entre sus líneas de acción con la promoción a diferentes actividades industriales y comerciales. Existen líneas de crédito agrícola, para la pequeña y mediana industria, etc. Sin embargo, en general no hay una línea de crédito para la artesanía; solamente Artesanías de Colombia cuenta en la actualidad con crédito especial para el sector artesanal, el cual puede tramitarse bajo dos modalidades: crédito para capital fijo y crédito para capital de trabajo.

Artesanías de Colombia ha venido otorgando créditos desde 1982 y su número asciende, hasta finales del año 1986, a un total de 1894 créditos, los cuales tienen la siguiente distribución según el año:

Cuadro No. 13.1
NUMERO DE CREDITOS OTORGADOS POR ARTESANIAS DE COLOMBIA,
SEGUN AÑO

AÑO	No. CREDITOS
1982	183
1983	225
1984	193
1985	472
1986	821

Fuente: Artesanías de Colombia. Departamento de Crédito.

Respecto del año inmediatamente anterior, el 1984 el número de créditos otorgados es considerablemente menor (-85.7%). En tanto que la proporción de créditos concedidos en 1985 aumenta en un 244%. Para 1986, nuevamente se nota una tendencia de aumento del crédito (173.9%). Sin embargo, la acción que Artesanías de Colombia ejerce a través del programa de crédito se limita a algunos municipios, principalmente Bogotá; en efecto, la acción de Artesanías de Colombia durante los años de referencia se ha centrado en 8 departamentos del país en los cuales se alcanza una acción efectiva en no más de 2 municipios por departamento; así mismo se observa una concentración en el otorgamiento de los créditos en Bogotá y la Costa, según se ve en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 13.2
DISTRIBUCION DE LOS CREDITOS DE ARTECOL, SEGUN DEPARTAMENTOS
AÑOS 1982-1986

DEPARTAMENTO	No.CREDITOS	%
BOGOTA	945	49.9
BOYACA	41	2.2
COSTA	755	39.8
TOLIMA	19	1.0
NARIÑO	37	2.0
HUILA	52	2.7
RISARALDA/VALLE	25	1.3
ANTIOQUIA	9	0.5
OTROS	11	0.6
TOTAL	1894	100.0

Fuente: Artesanías de Colombia. Departamento de Crédito.

Según los oficios, el crédito otorgado para tejeduría representa el 53.8% del total, siguiéndole a una distancia considerable el crédito para la cerámica (9.1%).

B. Usuarios del crédito.

Según los resultados obtenidos, solamente el 23.1% de los artesanos productores solicitaron crédito para su unidad de producción artesanal en los últimos tres años. Según el área de residencia de los artesanos, la mayor proporción de solicitantes son artesanos urbanos.

NOTA: Cuadro No. 13.3

Si se trata de observar las tendencias de solicitud de crédito o préstamos al interior de cada oficio, se tienen los siguientes resultados:

NOTA: Cuadro No. 13.4

Los artesanos de la talla, el cuero y la cerámica son los que más solicitan créditos, en tanto que los tejedores y los artesanos de "otros" oficios son los que menos lo solicitan.

Según las características de tamaño de las unidades de producción artesanal se encuentran diferencias en cuanto a la tendencia a solicitar créditos. Para una mayor comprensión se clasificaron las unidades de producción por tamaños.

NOTA: Cuadro No. 13.5

Los talleres con más trabajadores son los que más acuden al sistema de crédito.

En resumen, es una proporción baja de artesanos la que utiliza el sistema de crédito. Esta forma de financiación es más utilizada por los artesanos urbanos, y al interior de los oficios, entre los artesanos de la talla. Finalmente, existe una disponibilidad creciente al uso del crédito a medida que aumenta el tamaño del taller. Esto último puede ser un indicio de que los requisitos exigidos para la concesión de créditos institucionales, no guarden relación con las características de las unidades de producción artesanal.

1. Entidades crediticias.

Los resultados de la encuesta indican que solamente el 88.6% de los artesanos solicitantes obtuvo el crédito.

El crédito obtenido por los artesanos proviene de tres fuentes principales: instituciones bancarias y Artesanías de Colombia; créditos o préstamos provenientes de personas (no institucionales); y créditos otorgados por las organizaciones de artesanos.

Cuadro No. 13.6
ENTIDADES QUE CONCEDIERON CREDITO
(En Porcentajes)

CAJA AGRARIA	39.5
ARTESANIAS DE COLOMBIA	26.5
FAMILIARES/AMIGOS	13.6
ORG. DE ARTESANOS	7.4
OTROS BANCOS	6.8
INTERMEDIARIOS	4.9
OTRAS INSTITUCIONES	1.2
T O T A L	100.0

Los resultados muestran que la principal fuente de financiación es institucional (74.0%), en donde se destacan como entidades financiadoras la Caja Agraria y Artesanías de Colombia; el crédito no institucional ocupa el 19.7%; y el crédito proveniente de las organizaciones de artesanos ocupa una proporción muy baja (7.4%).

El uso de crédito no institucional puede ser un indicativo de la dificultad de acceso de los artesanos al institucional; el hecho de que un grupo de artesanos acuda al mercado extrabancario sería un indicador de su incapacidad de acceso al mercado institucional del crédito, debido a su tamaño y a sus volúmenes de producción.

Igualmente es importante resaltar la baja cobertura de préstamos que tiene Artesanías de Colombia respecto de las otras fuentes de financiación, sobre todo si tiene en cuenta, que la acción de crédito por parte de ésta entidad está concentrada en contados municipios artesanales y especialmente en Bogotá, y quizá en un segmento muy definido de productores artesanales. Por otro lado el monto de los créditos que Artesanías de Colombia aprueba, en casi la generalidad de los casos está por debajo del monto solicitado. Si bien Artesanías de Colombia facilita dinero para inversiones, deja por fuera de su acción a un considerable grupo de artesanos.

2. Características de los créditos aprobados.

El monto de los créditos tiene un rango entre \$800 mínimo y \$800.000 máximo, con un valor medio de \$105.207. La distribución del valor del crédito aprobado muestra que el 50% de los créditos son inferiores a \$100.000; el 80% de los créditos son inferiores a \$242.000 y el 90% son inferiores a \$300.000. Adicionalmente a la dificultad de acceso al crédito, cuando éste se alcanza los montos prestados son muy bajos; generalmente no se les presta lo que solicitan porque no reúnen los requisitos de respaldo económico exigido.

El promedio general de los montos otorgados por Artesanías de Colombia, durante 1982-1986, es de \$70.981. Diferenciando según año se observa que durante 1983 y 1984 hubo un ascenso en los promedios de los dineros prestados, en tanto que en 1985 1986 éste monto promedio bajó.

NOTA: Cuadro No. 13.7

Comparando con el número de créditos otorgados, se aprecia en los últimos dos años, un incremento en éstos y un descenso en el monto promedio prestado; lo cual está indicando una ampliación de cobertura sin el consecuente aumento de los fondos destinados para tal fin.

El plazo promedio de los préstamos es de 19.5 meses, el cual varía entre 0 meses (cuando los préstamos son otorgados por familiares o amigos no se establece en algunos casos una fecha límite de pago) y 84 meses. El 50% de los préstamos tiene un plazo inferior a 12 meses; el 80% tiene un plazo inferior a 24 meses y el 90% tiene un plazo inferior a 36 meses. Los préstamos de 6 meses o menos de plazo generalmente provienen de fuentes no institucionales y alcanzan el 12.8% de los préstamos concedidos.

En cuanto a tasa de interés por el crédito, se encontró un rango que va hasta el 84% anual. El valor promedio es de 24.6%. La distribución de las tasas de interés muestra que el 50% de los préstamos tienen un interés anual inferior al 24%, el 80% de los créditos tienen un interés inferior al 31% anual y el 90% tienen un interés de hasta 36% anual. Teniendo en cuenta que Artesanías de Colombia aporta solamente el 26.5% de los créditos, los bancos el 46.3% y los prestamistas el 18.5%, mucho más de la mitad de las necesidades de crédito son cubiertas por un mercado de capital con tasas de interés elevadas.

3. Destino del crédito.

Se encuentra que los créditos se destinan fundamentalmente a inversiones de carácter productivo.

NOTA: Cuadro No. 13.8

La principal inversión tiene que ver con la compra de materia prima, en donde coincide el 77.1% de las respuestas. En cuanto a inversión para capital fijo, el 21.6% de las respuestas tiene que ver con la compra de equipos, máquinas o herramientas, o con el arreglo del taller. Esto indica una alta racionalidad en el uso del crédito; su destino fundamental es el incremento de la productividad de la unidad de producción artesanal.

En conclusión, se observa una baja tendencia a la utilización del mecanismo de crédito por parte de los artesanos. Aquellos que solicitan crédito lo obtienen en su mayoría de instituciones especiales (bancarias o extrabancarias) entre las cuales Artesanías de Colombia tiene una cobertura baja. Paralelamente se utiliza el crédito no institucional. Los montos de los préstamos son bajos. Las necesidades de crédito de los artesanos son generalmente de carácter urgente, y no hay una línea de crédito que les permita obtener un préstamo inmediato. Artesanías de Colombia cuenta con una línea llamada préstamo emergente, para casos urgentes, pero el proceso de tramitación, estudio y entrega del dinero no es lo suficientemente ágil.

C. Problemas del crédito.

Este tema se analiza desde tres perspectivas: la apreciación subjetiva que tienen del crédito los artesanos que han sido usuarios; la perspectiva de los artesanos que han solicitado crédito y no se les ha concedido; y la percepción de los artesanos no solicitantes ni usuarios del crédito.

1. Los artesanos usuarios.

El crédito para los artesanos usuarios presenta problemas de diversa índole: problemas relacionados con toda la tramitación y papeleo que debe hacerse al solicitarlo; problemas en el manejo mismo del crédito obtenido, sea por los plazos cortos o los intereses altos o porque no prestan lo que solicitan.

Del total de artesanos usuarios, solamente un 3.8% no encuentra problemas con los créditos. Los problemas más frecuentes registrados por los artesanos tienen que ver con la exigencia de muchas garantías y el excesivo papeleo. En general, como puede apreciarse en el cuadro, los artesanos usuarios de los créditos o préstamos consideran que existe una serie de problemas, la mayoría de los cuales no provienen solamente de una causa, sino de una confluencia de causas. (ver cuadro No. 13.9).

Es importante destacar como en muchas localidades no hay presencia institucional, bancaria o no bancaria que facilite la tramitación de los créditos; los artesanos usuarios deben desplazarse a localidades cercanas en busca de financiación, desplazamiento que sumado al tiempo invertido en la cosecución de los papeles necesarios, a los plazos otorgados y las tasas de interés suben los costos de los productores.

Lo anterior confirma la necesidad de establecer líneas de crédito especial, definidas con criterios que se adapten a la situación socio-económica y de producción de los artesanos.

NOTA: Cuadro No. 13.9

2. El crédito y los artesanos rechazados.

Teniendo como referencia que el 11.4% de los créditos solicitados no fueron aprobados, la valoración que se solicitó a éstos respecto del crédito, hace referencia específica a las causas por las cuales subjetivamente creen los artesanos que no les fue concedido el préstamo solicitado. Es así como el 28.6% considera que la no

aprobación del crédito se debió a la falta de garantías o respaldo; un 23.8% piensa que se debió a la falta de "palancas"; para el 19.0% no le han respondido, es decir no saben todavía si les han aprobado o no el crédito. El 28.5% restante opina que el crédito no les fué aprobado porque se le demoraron mucho los papeles, porque a los artesanos no les prestan, y porque su producción es muy pequeña.

3. Los artesanos no solicitantes.

Los artesanos no solicitantes de crédito (76.9%), no recurren a este sistema en primer lugar porque no les gusta endeudarse (37.5%); en segundo lugar porque no han necesitado del crédito (28.7%); en tercer lugar por la serie de inconvenientes que tienen que resolver para pasar una solicitud de crédito, como el papeleo, las garantías, los plazos cortos, los intereses altos, en los cuales coinciden el 24.3% de los artesanos. Un último grupo de artesanos no solicita crédito (9.6%), porque no hay entidades en la localidad que presten dinero.

XIV. LA DIVERSIFICACION

A. Aspectos Generales

A comienzos del presente siglo el trabajo artesanal jugó un papel muy importante en la economía de un país donde el desarrollo industrial era aún precario. La actividad artesanal participaba activamente en la satisfacción de la demanda de una gran diversidad de artículos que no tenían sustitutos en los mercados nacionales e internacionales, y cuyo valor era ante todo de carácter utilitario. Esto puede observarse a través del tipo de manufacturas que se elaboraban entonces. La producción artesanal en Colombia tenía una gran participación dentro del mercado nacional; pero a partir del desarrollo industrial ha venido perdiendo espacio en el mercado como consecuencia de la competencia con los productos industriales más baratos y mejor elaborados. En la actualidad la existencia de la actividad artesanal debe verse en función de la demanda que en el mercado tienen dichos productos.

No obstante el proceso de cambio o acomodación que ha venido experimentando la artesanía, desde el punto de vista del surgimiento de nuevos oficios, con nuevos diseños y la utilización de nuevas materias primas, se observa de manera general que en el trabajo artesanal contemporáneo aún predominan los oficios de tipo tradicional conservando en una buena proporción sus características (diseño y forma) originales.

En efecto, un alto porcentaje de artesanos (78.9%) relacionan su actividad con una antigua tradición local que

ha sido realizada allí durante toda la vida. Visto desde la perspectiva del área (rural o urbana) donde se realiza la actividad, en las áreas rurales existe una mayor vocación hacia la realización de actividades de tipo tradicional, en tanto que en las áreas urbanas se observa una mayor tendencia hacia la adopción de nuevas actividades.

Al interior de los oficios son los artesanos tejedores, en mayor proporción que los de los otros oficios, quienes identifican su actividad como tradicional. En orden de importancia según las menciones les siguen los artesanos ceramistas (78.9%), los artesanos del cuero (77.8%), los talladores (70.4%) y los clasificados en otros (69.1%).

Para un 17.4% la actividad que desempeñan se desarrolla en la localidad desde hace un tiempo, lo que significa que es una actividad que no tiene una tradición histórica o no es identificable con la tradición de la localidad, pero esto no significa que sea una actividad nueva. Mientras que para el 3.4% restante, la actividad es nueva o reciente en la localidad en un período inferior a los cinco años.

Respecto del conocimiento histórico de los artesanos, el 69% señala intenciones originales (de producción de los objetos) de carácter comercial, en tanto que un 55.7% coincide en que además existió la necesidad de satisfacer necesidades locales y particulares, de carácter utilitario, por ejemplo objetos para uso doméstico, personal o de trabajo.

Teniendo en cuenta que la actividad artesanal como tal, en un porcentaje bastante alto es producto de una tradición local, se hace importante determinar si la producción actual guarda la misma relación de continuidad, es decir si los productos que se hacen actualmente son los mismos que se hacían antes, si han variado algo o si son completamente diferentes. La relación entre tradición y característica del objeto artesanal comienza a presentar variaciones que permiten validar la proposición de que lo que es tradicional es el oficio, mientras que la producción comienza a tener variaciones que realmente son indispensables porque las condiciones culturales, ambientales, la motivación para la producción, y las personas que trabajan actualmente no son las mismas. El 53.4% de los artesanos elaboran los objetos, tratando de conservar similitudes con los originalmente elaborados en la localidad; el 38.7% han variado la producción de éstos objetos en sus formas, diseños, colores, es decir en las características de presentación y acabado; y el 7.9% produce objetos totalmente diferentes a los tradicionales.

Agrupando los datos anteriores, tenemos que el 46.6% de los artesanos cuya actividad artesanal es tradicional o

lleva algún tiempo en la localidad, han introducido variaciones o cambios rotundos en los diseños de los productos.

Una de las formas de sobrevivencia de la actividad artesanal es la capacidad de acomodación de los artesanos ante el problema de la competencia industrial. Esta acomodación al cambio requiere del desarrollo de la capacidad creadora e innovadora que permita a la producción artesanal competir en el mercado.

Como ejemplos tenemos los siguientes:

-. El trabajo con el barro o alfarería ha sido tradicional en la región de San Agustín, Acevedo y Pitalito, pero la característica de la producción en Pitalito, las "chivas" y otros objetos decorativos se originaron hace unos 20 años cuando Cecilia Vargas llevó esta idea. Por el efecto demostración las personas que trabajaban con el barro elaborando artículos utilitarios de uso doméstico, comenzaron a producir éstos objetos nuevos y rentables.

La característica que diferencia actualmente el trabajo del barro de Pitalito con Acevedo es su valor de uso. Para el primero es claramente ornamental, mientras que en el segundo es de carácter doméstico, lo que a su vez diferencia la población objeto para la que se produce, así como los niveles y características de la comercialización.

Artesanías de Colombia paralelamente al Centro Artesanal ha impulsado la diversificación hacia dos campos: en lo referente al trabajo de la cerámica, introduciendo la técnica del esmalte o vidriado; pero aunque muchos artesanos han tomado los cursos, su efectividad se ha visto afectada por la dificultad de acceso a los equipos necesarios para este tipo de técnica, como el horno eléctrico. Y mediante la introducción del trabajo con bambú, producto que se cultiva (en bajo volumen) en la localidad.

Sin embargo se evidencia un vacío en cuanto a capacitación relacionada con la creación de diseños, es decir del conocimiento de las alternativas de creación que pueden desarrollar los artesanos por cuenta propia, en lugar de esperar a que uno de ellos idee un objeto nuevo para luego copiarlo. Actualmente uno de los problemas básicos entre los artesanos ceramistas es la copia de los diseños.

-. La producción artesanal del municipio de Suaza está centrada exclusivamente en la elaboración de sombreros en palma de iraca. El aprendizaje del tejido del sombrero, a pesar de que se da al interior del hogar, ha venido sufriendo un creciente proceso de deserción por la baja rentabilidad, ocasionada porque a pesar de ser una actividad

de toda la vida en el municipio, las artesanas no saben terminar o acabar el sombrero (proceso por el cual adquiere su valor comercial), y no todas las artesanas saben elaborar totalmente el objeto. De otro lado no hay diversificación de la producción a partir del uso de la misma materia prima; falta capacitación en cuanto a los diferentes usos que puede tener y la diversidad de artículos que pueden elaborarse y que podrían tener un mayor mercado y un mayor volumen de producción, que vuelva la actividad del tejido más rentable.

— La producción artesanal en el Valle de Tenza se diferencia espacialmente así: producción urbana de artesanía decorativa cuya característica básica es el trabajo del tejido en cerda o crin en miniatura, y artesanía de uso doméstico (individual) en fique. Producción rural en cestería, cuya característica básica puede decirse que es el uso doméstico.

El trabajo artesanal de cestería es tradicional en la localidad y además de su valor de uso utilitario, tiene actualmente un componente decorativo. Hace aproximadamente unos 6 años Artesanías de Colombia llevó a éste municipio un equipo de especialistas chinos con el objeto de estimular la diversificación en la producción de canastos. Inicialmente esta "intervención" generó divisiones porque se pensaba que este grupo iba a dañar una tradición para implantar una técnica de trabajo culturalmente diferente a la localidad y al país. Sin embargo, por el efecto demostración de la variedad de diseños en los canastos, además de conservar sus características culturales, tienen actualmente un doble valor de uso (utilitario y decorativo) que les abrió el mercado y permitió una mejora sustancial en la forma de comercialización y en los precios de venta. A partir de esta capacitación para diversificar, la creatividad de los artesanos ha venido desarrollándose constantemente.

De otra parte las características turísticas de la región (Sutatenza, Tenza, La Capilla) y el conocimiento que de ella se tiene sobre su producción artesanal, por el desarrollo de programas de diversificación sobre todo en cestería, ha repercutido en una mayor demanda de los productos artesanales del municipio y una mejora importante en las condiciones socio-económicas de los artesanos en particular y del municipio en general.

El tejido en cerda o crin es igualmente tradicional en la localidad, es una actividad eminentemente urbana y femenina, importante dentro de la atracción turística por su calidad y variedad de diseños. Hay diversidad de líneas de producción entre las que predominan las de carácter ornamental y algunas de uso indumentario ornamental como los aretes o prendedores. Es éste valor de uso ornamental y la variedad de diseños lo que permite la coexistencia de dos

grandes líneas de producción en el municipio, con mercados igualmente amplios y beneficios satisfactorios para los artesanos en general.

—, El municipio de Apulo se caracteriza en su producción artesanal por el trabajo en cestería de tipo utilitario doméstico sin ningún componente decorativo que les permita competir, por ejemplo, con los canastos que se producen en Tenza.

El tipo de actividad desarrollada (de carácter tradicional) no es muy conocida por el valor de uso de éstos objetos; es decir el destino de éstos productos así como la población objeto no han permitido que se le identifique dentro del grupo de municipios con atracción artesanal. A pesar de existir una demanda por éstos productos, la posibilidad de ampliación del mercado estaría a partir de la diversificación de los mismos o de la producción de objetos iguales pero con un doble valor de uso, añadiéndole un componente decorativo.

En conclusión, se aprecia una clara diferencia socio-económica a nivel municipal y particular (en los hogares de los artesanos productores) cuando la característica de la producción artesanal tiene valor de uso doméstico o de trabajo y cuando tiene valor de uso ornamental o decorativo, o cuando el producto además de tener un valor de uso doméstico o de trabajo está diseñado además con técnicas que lo adornan o lo decoran. Igualmente se aprecia que la artesanía que tiene una función decorativa u ornamental es la que más volúmenes de demanda tiene y por lo tanto mejores mercados, e incide notablemente en la atracción turística para el municipio, o viceversa, cuando el municipio tiene una atracción turística natural, histórica o comercial, el desarrollo de la actividad artesanal de carácter ornamental tiene más posibilidades.

Finalmente como refuerzo a lo anterior, la acción de las instituciones que ayudan a los artesanos está dirigida casi exclusivamente hacia aquellos sitios que además de tener importancia turística tienen una actividad artesanal de carácter ornamental, con el fin de afectar la calidad de la producción o incidir en el proceso de diversificación. La artesanía de uso cotidiano ha perdido mercado por la producción industrial, y no es objeto de atención institucional ni de las autoridades.

Como la producción artesanal urbana tiene acceso a diferentes servicios (como educación y capacitación, una mejor visión "empresarial" y un mercado "más amplio" y más rápido), son los productores urbanos los que han resultado más beneficiados de los escasos programas de diversificación para los artesanos. Se aprecia claramente ésta mayor

condición en la calidad de la producción y en la diversidad de diseños. Es la producción urbana la que en mayor proporción ha dado el salto hacia la artesanía decorativa u ornamental y por lo tanto la que cuenta con mejores condiciones de mercado.

A partir de estos lineamientos es que se considera el proceso de diversificación como una estrategia innovativa para la apropiación de un mercado. Además de las apreciaciones derivadas de la observación, es importante conocer al interior de la población de artesanos si se ha tomado la alternativa de la diversificación como estrategia innovativa; en qué ha consistido exactamente dicha diversificación, y los resultados obtenidos a partir de la innovación. Así mismo cuáles la actitud o disposición hacia la diversificación, innovación o cambio ante una situación concreta.

Los artesanos y la diversificación

En lo que hace referencia a la acción de diversificar, se encontró que un porcentaje bastante considerable de los artesanos (el 45.4%), han diversificado. Observando cómo se distribuye la diversificación entre los artesanos del área rural y urbana, se tiene que el 35.8% de los artesanos rurales y el 48.9% de los artesanos urbanos han diversificado.

Según los diferentes subsectores de la actividad artesanal considerados para el estudio, se obtuvieron los siguientes resultados:

NOTA: Cuadro No. 14.1

Comparando los porcentajes de los artesanos que diversificaron, según oficio, con el porcentaje obtenido del total de la muestra, exceptuando los tejedores, la diversificación se da en los diferentes oficios en niveles más altos a los del porcentaje total y con algunas variaciones de intensidad. Es así como los artesanos que más han diversificado son los que trabajan con la cerámica y los clasificados en varios oficios. El porcentaje de artesanos del subsector de la tejeduría, por el contrario, tiene niveles de diversificación por debajo del porcentaje total de la muestra, lo que indica una tendencia considerablemente baja a diversificar la producción.

1. Características de la diversificación

La acción de diversificar puede tomar en su interior diferentes formas, las cuales pueden darse simultáneamente. Una primera manera de hacerlo es mejorando lo que se hace y esto no implica cambios en la esencia del objeto sino en su

presentación. Este tipo de innovación puede considerarse el más simple y el de menos riesgo e inversión para el productor. En ésta primera alternativa están el 39.5% de los artesanos que han diversificado.

Otra alternativa de innovación consiste en que paralelamente a lo que se hace, se introducen nuevas líneas de producción. Es decir se aumenta la producción en líneas y esto permite al artesano ofrecer a sus compradores (intermediarios o consumidores) una variedad de productos. Igualmente a partir de la forma como ésta variedad se comporta de acuerdo a la demanda y con una visión empresarial, el artesano puede evaluar qué líneas tienen más pedido y cuáles no, y así poder programar o planear su producción.

En éste grupo se encuentra el 13.6% de los artesanos innovadores. La forma más agresiva de diversificar o innovar es el cambio que en éste caso consiste en dejar de hacer los objetos que tradicionalmente elaboraba y hacer otros completamente nuevos; o dejar de trabajar con la materia prima que tradicionalmente utilizaba y cambiarla por otra diferente, ya sea para elaborar los mismos productos o para elaborar cosas nuevas. Bajo ésta alternativa está el 13.8% de los artesanos.

Entre los tres niveles anteriores surgen alternativas intermedias que permiten, a través de un proceso de transición hacia el cambio, correr menos riesgos. Es cuando el artesano por ejemplo mejora lo que está haciendo y aumenta líneas de producción; cuando aumenta líneas de producción y adicionalmente deja de hacer algo para producir objetos diferentes o utiliza materia prima diferente. En éste tipo de innovación se agrupa el restante 32% de los artesanos que han diversificado.

Las motivaciones que llevan a la diversificación son de carácter defensivo, pues se deben a la resolución de problemas concretos, cualquiera que sea su naturaleza. Estas pueden catalogarse en tres tipos de razones para diversificar, las cuales pueden darse tanto en forma simple como por la simultaneidad de factores incidentes. El primer grupo de motivaciones obedece a la resolución del problema de la comercialización mediante la acción directa del artesano, en la búsqueda y mejores mercados para sus productos.

Otro tipo de motivaciones son las relacionadas directamente con los problemas de la producción, como el costo que tenía que producir determinados objetos o la escasez o dificultad para conseguir la materia prima. Un tercer tipo de motivaciones está relacionado directamente con los problemas de oferta y demanda de los productos, por

ejemplo que algunos productos ya no se venden o fueron reemplazados por productos industriales, o tienen un mercado muy reducido o la existencia de demasiada competencia respecto de uno o varios productos, ya sea porque muchos lo hacen o porque algunos los venden a menos precio. Al interior de éste grupo se encuentra también un factor relacionado con la demanda que se decidió dejar aparte para ver su comportamiento, y es el que denominaron "por exigencia de los pedidos".

Siendo éstas las motivaciones que inducen a la diversificación y teniendo todas ellas un carácter inmediato, es importante destacar que para una buena proporción de los artesanos que diversificaron no fué uno solo de éstos factores, sino una combinación de éstos los que influyeron.

NOTA: Cuadro No. 14.2

Entre los factores motivantes de la diversificación, los relacionados con problemas de la producción como único factor o en combinación no alcanzan siquiera al 1.0%; el problema de estrechez de mercados o necesidad de mejoras en los volúmenes de ventas es, por el contrario, el principal motivo por el cual se da la diversificación en cualquiera de sus formas.

2. Resultados de la diversificación

En lo que se refiere a los resultados obtenidos a partir de la innovación o diversificación para el 76.8% de los artesanos la venta de sus productos aumentó; para un 22.4% las ventas siguen igual y para un 0.8% las ventas empeoraron. El éxito del proceso es rotundo.

C. Disposición hacia la diversificación

A partir de la concepción de que la diversificación es una de las vías de acción a seguir tanto por los artesanos como por las entidades que trabajan en el sector, es importante conocer la actitud general de la población estudiada hacia la diversificación parcial o total de su producción actual.

Para el conocimiento de ésta actitud o disposición, se planteó una situación ante la cual el artesano debía responder:

"Si una empresa o un cliente, para comprarle sus productos le sugiere que haga cambios en el diseño, que elabore nuevos productos, UD LO HARIA?".

Como puede observarse, la pregunta comienza con un

factor que motivaría la diversificación o innovación, como la exigencia de los pedidos, porque es la demanda hacia ciertos artículos, la que delinea las características de la producción. Los resultados obtenidos muestran una tendencia o actitud positiva hacia la diversificación, solo un 7.7% de los artesanos respondió que no haría ningún cambio, justificando su actitud en que es artista y el artista crea y no permite que personas ajenas le digan cómo hacer las cosas.

Aquellos cuya actitud hacia la diversificación de su producción es positiva (92.3%) se dividen en dos grupos, los que definitivamente harían lo que el cliente les pide (64.4%) y los que lo harían dependiendo del tipo de modificaciones que les propongan (27.9%).

XV. CAPACITACION

A. Aspectos Generales

El proceso de aprendizaje de un oficio artesanal se da en casi la generalidad de los casos a través de la enseñanza directa en el hogar, es decir la transmisión del conocimiento es de carácter informal. Existen otras maneras de aprender el oficio fuera del hogar como a través del trabajo dirigido (aprendices) o apropiándose del conocimiento mediante la observación de cómo se hace, para luego en la práctica de ensayo y error obtener un resultado concreto de acuerdo a lo que se vio hacer. Existe además la alternativa de aprendizaje formal a través de cursos especiales dictados por diferentes entidades.

El proceso de aprendizaje informal ha sido el medio a través del cual la actividad artesanal en sí, y algunos de los productos artesanales, han logrado sobrevivir en el tiempo; y el mecanismo por el cual una tradición cultural se ha podido conservar. Sin embargo, éste proceso de aprendizaje hoy en día puede no ser suficiente, porque a través de él se van filtrando las deficiencias técnicas; es decir, que así como existen artesanos que desarrollan un trabajo de magnífica calidad, se encuentran y siempre se han encontrado artesanos cuya calidad no es buena para poder competir en un mercado; así como se encuentran artesanos que para la elaboración de un objeto conocen y pueden desarrollar todas las partes del proceso para terminarlo, se encuentran artesanos que nunca aprendieron como se hace una parte determinada del producto; y esto es lo que se transmite durante el proceso de socialización del oficio. Transmisión del conocimiento que no se considera negativa, pero que hoy en día es incompleta e imperfecta.

Adicionalmente, éste proceso de aprendizaje es incompleto, porque la enseñanza va de acuerdo a la cantidad

y variedad de conocimientos que el artesano-maestro posee y está limitado por el nivel tecnológico con que trabaje.

Es aquí donde la capacitación entra a jugar su papel con el sector artesanal, no enseñándole a los artesanos las cosas que ya saben y que han hecho durante toda su vida, sino enseñándoles la forma de mejorar ese conocimiento. Si se toman de una misma línea de producción productos elaborados por artesanos de una misma localidad y de localidades distintas, es innegable que se encontrarán diferencias de calidad en el terminado, en la presentación, en el decorado, así la técnica de elaboración del producto sea la misma. Estas diferencias de calidad repercuten en el mercadeo de la producción del artesano en particular y de la localidad en general. Paralelamente, si se observan los productos a partir de la variedad de los diseños y el comportamiento de la demanda, se encontrarán diferencias en cuanto a facilidades de mercadeo, amplitud de mercados y volúmenes de venta, según que el producto integre elementos decorativos. Por ejemplo, a pesar de que los canastos que se hacen en Apulo son muy parecidos en sus formas y variedades a los que se hacen en Tenza, éstos últimos han añadido un elemento decorativo que ha permitido ampliar su mercado (turista nacional y extranjero), en tanto que los primeros tienen un mercado muy restringido (las plazas de mercado). Todas éstas diferencias en la producción se traducen a su vez en diferencias socio-económicas y de bienestar de los artesanos. Los artesanos que tienen variadas líneas de producción y trabajan con un valor de uso decorativo u ornamental, son los artesanos más prósperos, así como aquellos que adecúan su producción a las características del mercado.

Es indispensable capacitar para mejorar calidades, diseños, técnicas; para diversificar la producción, ya sea haciendo productos nuevos, o añadiéndoles un componente decorativo; para complementar conocimientos cuando una buena proporción de la población artesanal adolece de ellos (es el caso de las tejedoras de sombreros, muy pocas saben comenzar y ninguna sabe arreglarlo).

Alrededor de éste problema se ha generado una dinámica, por parte de entidades del Estado o instituciones privadas, dirigida en algunas localidades a capacitar los artesanos; sin embargo, ésta capacitación no ha obedecido a las necesidades concretas de los artesanos; es así como muchas veces los cursos se dirigen a la enseñanza de cosas que ya saben; en otros casos, por la no continuidad en los cursos, los artesanos pierden interés; también se nota descoordinación de las entidades, cuando los cursos que se dictan no corresponden al contexto de producción de los artesanos.

La presente sección tiene por objetivo discutir a partir del artesano productor, la característica del acceso o el uso de la capacitación para mejorar la producción; quiénes son las personas que han tomado cursos de capacitación; cual es la característica de éstos cursos y de qué entidad los han recibido; cuál es la opinión que se tiene de ellos. Paralelamente se trata de conocer la actitud hacia la capacitación de los artesanos que no han tomado cursos y las necesidades generales de capacitación.

B. Los artesanos y la capacitación

El primer aspecto que sale a relucir es el bajo porcentaje de artesanos que se han capacitado (18%). Según el área de residencia, la capacitación es fundamentalmente urbana, por las condiciones de infraestructura de las localidades, la facilidad de aglutinar la población objeto del curso, la disponibilidad de espacios físicos y las facilidades para el desplazamiento del equipo que interviene en el curso.

Observando la distribución de la capacitación según área de residencia se tiene que el 80.8% de los artesanos rurales y el 82.5% de los artesanos urbanos no se han capacitado.

Al interior de los diferentes oficios o subsectores considerados, la distribución de la capacitación muestra la siguiente tendencia: la mayor proporción de artesanos capacitados se encuentra en el subsector de la cerámica, siguiéndole a una considerable distancia los artesanos clasificados en "otros" y los artesanos de la talla, quienes se encuentran por encima del porcentaje general de capacitación, en tanto que los artesanos de los tejidos y los trabajadores del cuero son los que agrupan menos artesanos capacitados.

NOTA: Cuadro No. 15.1

1. Características de la capacitación

Del total de artesanos capacitados el 45.3% han tomado dos cursos de capacitación y un 17.7% tomaron tres cursos. En cuanto al tipo de cursos tomados se establecieron categorías cualitativas que permiten conocer la dirección de éstos cursos, sea porque es la línea directriz de las entidades que capacitan, o porque es lo que los artesanos buscan.

Se establecieron 10 categorías que diferencian los siguientes aspectos:

- Aprendizaje de técnicas nuevas

- Cursos de diseño y terminado
- Cursos de diversificación
- Manejo de materias primas e insumos
- Contabilidad y costos
- Administración del taller
- Ventas
- Otros conocimientos
- Especialización en una línea o producto

De acuerdo a ésta clasificación a continuación se presenta la distribución de los cursos, comparado según el curso número uno y el curso número dos (según dos opciones de respuestas posibles permitidas):

NOTA: Cuadro No. 15.2

En general, puede concluirse que el tipo de cursos predominante corresponde al aprendizaje de técnicas nuevas y al diseño y los acabados. Al interior de ellos se encuentran por ejemplo los cursos de cerámica vitrificada, cerámica industrial, cerámica esmaltada, técnica de barbotina, etc. Le siguen en orden de importancia los cursos relacionados con el manejo del taller y el aprendizaje de contabilidad y de costos.

Diferenciando según el curso haya sido el primero o el segundo, se aprecia que la característica de los cursos número 2 varían en su distribución así: aumentan en intensidad, con respecto al curso número uno, el diseño y terminado de los productos, los cursos de diversificación y los relacionados con contabilidad y costos.

Diferenciando aún más los cursos tomados según el área de residencia de los artesanos, se observa una tendencia mayor en los artesanos del área urbana, exceptuando el curso clasificado como manejo de materia prima, en el cual el mayor peso está entre los artesanos del área rural. De otra parte, se observa que los cursos relacionados con ventas y especialización son exclusivos del área urbana. (ver cuadro No. 15.3).

Comparando el comportamiento de la distribución de los cursos número 1 y número 2, en éste último se encuentra un equilibrio en el curso sobre diversificación, en donde el 80% de los artesanos rurales y el 50% de los artesanos urbanos lo tomaron.

NOTA: Cuadro No. 15.3

Según los diferentes oficios, la distribución de los cursos se da de la siguiente forma: El curso técnicas nuevas ha sido tomado por los artesanos de la cerámica (30.1%), los tejedores (58.9%), y los clasificados en

"otros" (11.0%). El curso sobre diseño y terminado ha sido tomado por los artesanos de todos los oficios, en donde la mayor proporción la tienen los artesanos de la cerámica y la menor proporción los trabajadores de la talla. El curso de diversificación ha sido tomado solamente por los tejedores. El aprendizaje del manejo de la materia prima lo han tomado los artesanos ceramistas (14.3%) y los tejedores (85.7%). Los cursos sobre contabilidad y manejo del taller han sido tomados por los artesanos de los diferentes oficios. El curso relacionado con las ventas solamente lo han tomado los artesanos de la talla, al igual que los cursos relacionados con la especialización en una línea de producción.

En resumen, existen diferencias en la capacitación en algunos cursos específicos entre los artesanos rurales y urbanos, y los artesanos discriminados según el oficio que desempeñan. Lo más importante de destacar es el cubrimiento que tienen cursos relacionados con el aprendizaje de técnicas nuevas, de diseño y terminados, mientras sucede todo lo contrario con los cursos dirigidos a la diversificación. De otra parte es muy bajo el porcentaje de cursos relacionados con manejo del taller y contabilidad.

Finalmente, la cobertura de la capacitación es muy baja; debe hacerse un esfuerzo grande en generar los mecanismos necesarios para una planificación de las estrategias a seguir en cuanto a la capacitación, acorde con las necesidades reales y para obtener una cobertura suficientemente amplia que permita que lleguen a muchos artesanos rurales y urbanos. En éste último aspecto es importante definir prioridades y líneas de acción específicas para la cobertura según el área y el oficio. Es indispensable generar los mecanismos de motivación a través de la acción coordinada con los gremios de artesanos y las autoridades locales, para incentivar la capacitación de los artesanos; éstos y su producción deben avanzar de acuerdo al desarrollo tecnológico y el mercado. La capacitación debe permitir abrir mercados realmente competitivos entre los artesanos y entre éstos y la producción industrial; igualmente debe tener por objetivo la apropiación de un espacio reconocido en el mercado internacional.

Los cursos de capacitación fueron dictados por diferentes instituciones y personas, entre las cuales sobresale el SENA, seguido de entidades particulares y Artesanías de Colombia.

Cuadro No. 15.4

Institución que dictó el curso
(En Porcentajes)

SENA	41.8
INSTITUCIONES PARTICULARES	26.2
ARTESANIAS DE COLOMBIA	19.9
PERSONAS INDEPENDIENTES	8.5
OTROS NO ESPECIFICADOS	3.6
T O T A L	100.0

Como puede observarse, la presencia de Artesanías de Colombia es relativamente baja en comparación con el SENA y entidades particulares (Projuventud, Capacitar, Compartir), aunque vale la pena destacar que por el convenio entre Artesanías de Colombia y el SENA, en donde éste último es el encargado de dictar los cursos de capacitación, es muy probable que una buena porción del porcentaje dado para el SENA, corresponda a la acción efectuada en capacitación a partir del convenio.

2. Valoración de la capacitación

En un porcentaje bastante alto, la apreciación de los cursos por parte de los artesanos es muy positiva: los artesanos consideran en un 80% que los cursos recibidos les ha servido mucho para su trabajo; al 13.6% los cursos les ha servido poco y para el 6.4% no les ha servido nada. Profundizando en las razones por las cuales valoran la utilidad de los cursos como baja o nula, con el objeto de entender indirectamente la expectativa generada por éstos, se obtuvieron las siguientes respuestas:

Cuadro No. 15.5

Principales razones de la baja valoración de los cursos (En Porcentajes)

NUNCA LO PUSO EN PRACTICA	18.5
NO ES RENTABLE LO QUE APRENDIO	18.5
ENSEÑARON COSAS QUE YA SABIA	14.8
NO SE APLICA AL OFICIO QUE HACE	11.1
NO TIENE COMO CONSEGUIR LOS EQUIPOS QUE NECESITA	11.1
ENSEÑARON TECNICAS QUE NO SE USAN EN LA REGION	3.7

C. Actitud hacia la capacitación

La actitud hacia la capacitación tiene dos aspectos diferentes: disposición positiva hacia la capacitación, pero que por determinados motivos no ha tenido acceso a ella, en donde entran factores como falta de información sobre los cursos, o falta de presencia institucional, así como poca disponibilidad de tiempo del artesano; y actitud negativa hacia la capacitación, que se manifiesta en la falta de

interés o en el sentimiento de no necesitarlos.

En general puede decirse que la actitud hacia la capacitación es positiva en una alta proporción de los artesanos no capacitados (78.9%); de ellos no han tenido acceso porque no hay programas en la localidad, el 37% de los artesanos; otros no han tenido información (19.7%); para otros el problema es la falta de tiempo (22.2%).

D. Necesidades de capacitación

Las necesidades de capacitación permiten una aproximación tanto al conocimiento de las expectativas de los artesanos, como a las posibles líneas de acción en cuanto a la definición de prioridades.

Con el objeto de entender cualitativamente las necesidades de capacitación de los artesanos, se utilizaron las categorías creadas para los cursos de capacitación (y que se explicaron atrás). Del total de artesanos entrevistados, respondieron esta pregunta el 97.8% en lo que hace referencia al primer curso que necesitan; y el 63.9% de los artesanos para el segundo curso. Los cursos que se solicitan, tienen las siguientes características: en primer lugar un porcentaje muy pequeño de artesanos no necesitan cursos de capacitación (2.9%). De otra parte, los cursos más solicitados corresponden en general al aprendizaje de técnicas nuevas, diseños y terminados.

NOTA: Cuadro No. 15.6

El curso que más solicitan los artesanos es el relacionado con la diversificación, que comparado con los cursos tomados por los artesanos (Cuadro No. 15.6), tiene muy baja cobertura. De la misma manera se comporta la solicitud de cursos sobre manejo de materia prima, en donde el bajo porcentaje de artesanos que lo habían tomado era en su mayoría del área rural; ahora esta solicitud tiene más peso entre los artesanos urbanos cualquiera que sea el curso (1 o 2) que se mire.

Según los oficios, los artesanos de la cerámica tienen interés en tomar cursos sobre manejo de materia prima, administración del taller, aprendizaje de técnicas nuevas, diseño y terminados. Los tejedores son los que expresan en mayor proporción las necesidades de cursos en cualquiera de las categorías establecidas, en donde se destaca el aprendizaje de técnicas nuevas, diseño y acabados. Los talladores expresan su mayor interés en las técnicas nuevas, los diseños y la especialización en la producción de una línea específica. Los artesanos del cuero le dan un primer lugar a los cursos de diseño y acabado, seguido del aprendizaje de nuevas técnicas. Los artesanos clasificados

en "otros" solicitan los mismos cursos de los artesanos del cuero. Es importante aclarar que en cualquiera de los oficios hay necesidades de capacitación expresadas en las diferentes categorías establecidas, salvo los artesanos de la talla y de otros oficios quienes no solicitan cursos de diversificación, y los artesanos del cuero que no necesitan cursos de manejo de materia prima.

En conclusión puede afirmarse que las necesidades de capacitación en diferentes niveles se hacen evidentes no solo a través de los datos recogidos, sino de la observación directa realizada en el terreno. La cobertura de capacitación es muy baja y dirigida en mayor proporción hacia los artesanos del área urbana. Los artesanos menos capacitados son los tejedores, y son los que mayor peso tienen en la casi totalidad de los cursos. Aunque las necesidades de capacitación son similares para el conjunto, existen algunas diferencias al interior de los oficios que vale la pena tener en cuenta en la planeación de la capacitación.

NOTA: Cuadro No. 15.7

XVI. ORGANIZACION

A. Aspectos Generales

La planificación del sector artesanal debe integrar en forma coherente y bajo la coordinación de Artesanías de Colombia, los diferentes entes o instituciones que pueden intervenir en la planeación y ejecución de los programas; estas entidades deben representar no solo al Estado, sino al sector privado, las autoridades locales y el sector artesanal.

En la actualidad no existe una política integrada de fomento y apoyo a la actividad artesanal. Existen diferentes organismos que en alguna forma trabajan con el sector sin ninguna coordinación que permita agruparlos; es decir, no hay una relación directa entre lo que éstos hacen o pretenden hacer por el sector artesanal, las necesidades reales del sector y una política nacional para esta actividad. Tampoco existen organizaciones gremiales suficientemente sólidas y representativas de la población artesanal, que sean capaces de defender los intereses de los afiliados, mediante la intermediación ante el Estado y el sector privado.

Las organizaciones de artesanos se han caracterizado por su débil formación, debida a la fragmentación originada por el sinnúmero de gremios existentes con radios de acción específicos y limitados. Aunque durante el siglo XIX jugaron un papel importante, como veremos más adelante, su débil