

# Estrategias para el desarrollo del sector artesanal colombiano

Ernesto Orlando  
Benavides

**E**l presente escrito se ha preparado para celebrar los 20 años del IADAP en Colombia. Institución cercana a mis afectos por cuanto allí inicie mis primeros pasos en la investigación económica de nuestra realidad colombiana.

En los años 80 inicio con el concurso y apoyo de su equipo de trabajo, un estudio socioeconómico del Barniz de Pasto, el cual marcó un camino en mi vida, no en vano después de dos décadas continuas trabajando en pro del desarrollo del sector artesanal. En esta ocasión y pensando que la revista circula en los países del área andina y del Convenio Andrés Bello, me permito compartir algunas reflexiones sobre lo que debe ser el quehacer de las instituciones que apoyan el desarrollo del sector artesanal.

Me he basado en un reciente trabajo realizado por la Unesco en América Latina y el Caribe, para evaluar los puntos claves para el desarrollo, una visión del pasado y una prospectiva del futuro. Vale decir que al evaluar los objetivos de política, señalado por ese organismo multilateral, estos son válidos y siguen válidos hacia el futuro. Sin embargo para lograr un mayor éxito en el trabajo se requiere que los programas consulten la realidad económica y social de cada región, de cada localidad o de cada país.

Sorprende ver como hoy a las puertas del siglo 21 las preocupaciones serán: la organización de la producción, el perfeccionamiento del oficio, el diseño y desarrollo de productos, la comercialización, la pro-

moción y difusión de los oficios. Todo lo anterior con el gran objetivo de dignificar el oficio de los artesanos.

## **ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN**

Siendo que la actividad artesanal transcurre en condiciones de marginalidad económica y social y, su producción es de subsistencia o en general de pequeños volúmenes de producción, pensar en cambiar su actual estado para lograr una mejor participación en una economía de mercado, requiere que se piense con sentido empresarial para su producción y su comercialización.

En este punto hay que ir más allá de la simple agrupación con ánimo contestatario, para pensar con un sentido empresarial en las reales necesidades de producción y comercialización y, de esta manera trabajar en su propio desarrollo.

Sobre el particular, yo diría, que vale la pena aprovechar experiencias exitosas de concertación en algunos casos apoyados por Ong's y establecimientos del gobierno.

En este momento cuando cada localidad se ha convertido en una aldea del mundo, conviene que a través de la articulación entre pequeños productores se logre el objetivo de consolidar, en la medida de lo posible, mayores volúmenes, desarrollar su capacidad de respuesta, para participar en mejores condiciones en un mundo, en el cual, hay que sobrevivir compitiendo. Las organizaciones permiten reducir costos de transacción, mejorar su capacidad de negociación y, si bien, en el contexto son pequeñas, lograr la fuerza suficiente para participar como unidades de producción en la economía.

Vale decir, que cualquiera que intente estimular el desarrollo del sector, debe partir de la organización de la producción, pensando en que ésta es el instrumento para ejecutar proyectos productivos.

## **PERFECCIONAMIENTO DEL OFICIO**

Una de las ventajas que posee el sector artesanal es utilizar una tecnología propia, manejar una identidad cultural y, en general, aprovechar los recursos físicos, humanos y financieros de la localidad para transformar con el trabajo de sus manos materias primas en objetos con valor.

Ello no implica que para mantener su carácter el artesano debe renunciar al conocimiento de la ciencia y de la técnica.

Se requiere un proceso de formación el cual puede ser a través de escuelas de artes y oficios, intercambio de artesanos, asesorías. Siempre pensando que con la capacitación estamos mejorando la competitividad.

## **CAPACITACIÓN**

Cuando se habla de capacitación hay varios niveles de intervención, uno es el técnico o es el oficio pero también se requiere que el artesano y las cooperativas manejen elementos básicos de finanzas, de administración y de negocios. En este punto y, como alguna vez, lo planteara la misión de sabios sobre el que hacer en educación, para acortar las diferencias hay que decir que debemos aprovechar mejor nuestros conocimientos, sin renunciar a los avances de la ciencia y de la técnica.

## **MEJORAMIENTO TECNOLÓGICO**

Este es un punto controvertido, algunos antropólogos en algún tiempo se oponían a la introducción de nuevos conceptos, de nuevas técnicas, porque consideraban que la artesanía perdía su carácter, en aras de la discusión, para el análisis se puede presentar dos sencillos ejemplos, los cuales nos animan a insistir en este aspecto, ellos son la introducción de un molino de bolas para amasar el barro, reduce los costos de producción, aumentan la productividad, mejoran las condiciones de trabajo y, estoy seguro que la cerámica no pierde su carácter de artesanía por introducir este sencillo proceso de producción.

Otro caso, siguiendo con la misma cerámica sería la introducción de hornos a gas, eléctricos o de carbón, los cuales permiten controlar la temperatura, mantener la calidad de la producción y, la naturaleza del oficio no cambia, pero sin ir más lejos es memorable la introducción del molino de mano para procesar el barniz de Pasto, reemplazando el original proceso de masticar la resina, como parte de la transformación de esta materia prima.

En todos los casos descritos, lo único que se logra es mejorar la condiciones de producción para hacer más agradable, más rápido y mejor su trabajo.

## **DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS**

Esta es una estrategia novedosa, en principio no muy entendida por los artesanos, quizás porque en algunos casos implica avanzar, transformar, viejas costumbres, en su momento necesarias y sobre las cuales guardo un profundo respeto.

Pero si la cultura cambia, ¿cómo no han de cambiar nuestros productos? Además de mantener los oficios, conservar nuestras artesanías requiere que sus productos se acomoden a las exigencias de demanda del mercado, no hacerlo nos llevaría en un futuro cercano a mantenerlas de recuerdo en museos o en imágenes gráficas.

Es necesario que nuestros artesanos entiendan el comportamiento de la artesanía como producto en el mercado. Ello implica, en algunos casos, modificar tamaños, cambiar usos, introducir colores o desarrollar nuevos objetos, utilizando la técnica tradicional.

Estoy seguro que todos comparten que aquellos oficios que han aceptado entrar en este proceso no pierden su carácter, para mencionar solo un ejemplo, la introducción de nuevos diseños en la caña flecha, que originalmente solo se producía el sombrero vueltiao y, que hoy por hoy, se diseñan bolsos para el verano europeo o tapetes para la decoración de salas. Esto no cambia el carácter de artesanía tradicional, pues el carácter lo marca el trenzado.

De este modo, diseño y desarrollo de productos, sea con empaque, sea con nuevos productos, sea con extensión de líneas, sea con nuevos colores es indispensable para permanecer el mercado.

## **COMERCIALIZACIÓN**

La comercialización es una estrategia que se debe desarrollar, es útil en la medida que se cumplen las etapas descritas. En este caso hay que romper algunos paradigmas, a manera de ejemplo debemos demostrar que: si conseguimos los canales adecuados, con una mezcla de productos y oficios podemos penetrar los mercados externos. Vale decir en este punto que esta estrategia requiere del apoyo adecuado de las entidades de promoción, como la única manera de lograr que pequeñas unidades, articuladas adecuadamente participen en forma eficiente en un mercado cada vez más competido.

## PROMOCIÓN

Este punto diría que la comercialización debe ser simultánea con la promoción de nuestras localidades, promoción turística del país. Si artesanía es identidad no veo mejor manera de promover una región que no sea a través de sus productos artesanales.

Para concluir a las puertas del siglo 21 las estrategias de capacitación, diseño y desarrollo de productos, impulso para la comercialización, siguen siendo válidas, se requiere una oportuna combinación de estas: Información estadística adecuada para afinar los objetivos de política y en consecuencia las estrategias.

Estoy seguro que esto es válido para el departamento de Nariño, es válido para Colombia y los países de América Latina y el Caribe. ♦

La importancia de la economía colombiana, puesto que conforma el 14.35% de la población de artesanos en Colombia.

Esto amerita que las características económicas y sociales de la población se conozcan suficientemente, como la única manera que los organismos especializados apoyen el desarrollo del sector.

Con este propósito, me permito presentar la información estadística que arrojan relativo al potencial del sector en la economía regional, el cual recoge datos del Censo Económico Nacional del Artesano Colombiano, trabajo que tuvo la oportunidad de ser el primero en su género en América Latina, sólo comparable con otros trabajos realizados en Inglaterra y Australia hace ya casi dos décadas.

## LOCALIZACIÓN

En la producción artesanal del departamento se destacan 14 municipios, los cuales centran el 52.5%, ellos son: Linares (11.92%), San Andrés (11.92%), La Cruz y Pasto. El 12.42% de la producción artesanal se encuentra distribuido en los restantes 14 municipios, los cuales son: Barbacoas, Betén, Chiriguaná, Llaneros, Guadalupe, Córdoba, Cumbal, Ipiales, La Unión, Linares, Pujato, Guadalupe, José de Albán, Tumaco.

Vale la pena destacar que el (69.41%) de la producción artesanal se realiza en las zonas rurales, y el (29.69%) hace parte de las cabeceras municipales.