



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario - 1653

**COMERCIO DE ARTESANÍAS DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO Y
COMPETITIVIDAD.**

CASO COLOMBIA ALTA CONSEJERÍA PARA LA EQUIDAD DE LA MUJER.

MARÍA ALEJANDRA MORALES LAGUNA.

TRABAJO DE GRADO

TUTOR: PROF. JUAN CARLOS TAFUR

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO
ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACULTAD DE ADMINISTRACION
BOGOTA D.C, FEBRERO 2012.**

DEDICATORIA

El presente documento lo dedico a mi universidad y a los compañeros de clase con quienes compartí especiales momentos de aprendizaje, lo dedico a mi país, a mi familia y a los niños damnificados del invierno.

También lo dedico a las personas que buscan un enriquecimiento en la vida espiritual y personal, lo dedico a Dios y a las mujeres, esperando que con este documento se brinde un aporte a las mujeres para que aprendamos a tener responsabilidad social -no solo con el fin de hacer política por los grupos desfavorecidos-, sino que se procure entender que, si no existe igualdad social entre clases, la equidad social entre géneros tampoco es posible.

AGRADECIMIENTOS

Doy especiales agradecimientos a Dios, a mis hermanos, a mi familia, a mi patria, a la Universidad del Rosario y al profesor Juan Carlos Tafur por haberme colaborado en el análisis de la propuesta.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	6
PALABRAS CLAVES.....	7
ABSTRACT.....	7
KEY WORDS.....	8
INTRODUCCION.....	9
MARCO TEORICO.....	11
PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	11
OBJETIVOS.....	11
OBJETIVO GENERAL.....	11
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	11
JUSTIFICACION/TERICA, PRACTICA Y METODOLOGICA.....	12
ASPECTOS METODOLOGICOS.....	14
ACERCAMIENTO A LA COMPETITVDAD.....	15
ACERCAMIENTO A LA DEFINICIÓN DE LAS ARTESANÍAS.....	20
SITUACION ACTUAL DE LAS ARTESANÍAS A NIVEL MUNDIAL.....	22
MODALIDADES DE VENTA INTERNACIONAL.....	24
CARACTERÍSTICAS TENIDAS EN CUENTA PARA LA COMPRA DE ARTESANIAS.....	25
PRINCIPALES MERCADOS MUNDIALES ARTESANÍA.....	27
PRINCIPALES PROVEEDORES DEL MERCADO NORTEAMERICANO....	28
PRINCIPALES PROVEEDORES DEL MERCADO EUROPEO.....	29
PRINCIPALES PROVEEDORES DEL MERCADO ASIÁTICO.....	31
MERCADO MUNDIAL DE ARTESANÍA-RANKING DE LAS LINEAS ARTESANALES.....	32
SITUACION ACTUAL ARTESANÍAS EN COLOMBIA.....	34
EXPORTACIONES DE ARTESANÍA COLOMBIANA.....	36
EXPORTACIONES DE ARTESANIAS COLOMBIANAS POR PAIS.....	38
EL COMERCIO DE LAS ARTESANÍAS.....	41

PROPUESTA COMERCIO DE ARTESANÍAS DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÈNERO.....43
ESTRATEGIA FUNDAMENTAL.....53
ROL ALTA CONSEJERIA PARA LA EQUIDAD DE LA MUJER.....54
CONCLUSIONES.....56
RECOMENDACIONES.....57
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....58



RESUMEN

En Colombia, existen diferentes entidades e instituciones que trabajan para promover y desarrollar el comercio nacional e internacional de los productos artesanales elaborados por mujeres, entre ellos se destacan la labor que realiza la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, con programas de capacitación e innovación en marco al Programa Nacional para el Desarrollo Integral de la Mujer: Empresaria-EXPOEMPRESARIA entre otros, realizado durante 5 años consecutivos, para promover y apoyar la comercialización de productos de diferentes sectores económicos, en el cual, la artesanía participa activamente en ella.

Adicional a esto, diferentes empresas y asociaciones trabajan para desarrollar y comercializar productos artesanales dentro de Colombia y por fuera de ella. Dentro de lo cual, realizan capacitaciones, ferias, convenios, sin embargo, pocos artesanos logran generar una visión empresarial integral, ya que no cuentan el conocimiento adecuado y para comercializar nacional e internacionalmente sus productos.

Las Mujeres Artesanas de Colombia, no cuentan con la visión, con el conocimiento, la trayectoria, capacidad y la experiencia suficiente para desarrollar sus productos artesanales autónomamente, ya que estos son de muy baja cantidad y el concepto de calidad no es concientizado por ellas, además por lo que son de carácter artesanal y especialmente exclusivos, de mucho interés para el público importados especialmente interesados en el ámbito europeo y norteamericano.

Para que lo anterior se pueda llevar a cabo con un verdadero impacto social, solo es posible promoviendo asociaciones de mujeres artesanas interesadas en

prepararse y hacer sus productos más competitivos a nivel nacional y especialmente internacional.

Ya que dichos productos no se venden en cantidades pero requieren una forma de promoción especial, donde la diversidad y la cualidad sumadas con la calidad hacen viable y sostenible la promoción y comercialización de un conjunto de productos distintos, estéticos, atractivos al gusto especial de la mujer y exclusivos en sus formas y material.

PALABRAS CLAVES

Competitividad, Artesanías, Mujeres, Rol, Propuesta, Estrategia.

ABSTRACT

In Colombia, there are different organizations and institutions working to promote and develop domestic and international trade of handicrafts made by women, among them are the work of the Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, with training programs and innovation within the National Program for the Integral Development of Women: Businesswoman-Expoempresaria among others, held for 5 consecutive years, to promote and support the commercialization of products from different economic sectors in which the craft is actively involved in it.

In addition to this, different companies and associations working to develop and market products handcrafted in Colombia and beyond. Within which, perform training, trade shows, conventions, however, few craftsmen are able to generate a comprehensive business insight, as they lack adequate knowledge and to market their products nationally and worldwide.

Women Artisans of Colombia, have no vision, knowledge, track record, ability and experience to develop their craft independently, as these are very low amount and the concept of quality is not raised awareness for them, so also are specially handmade and unique character of great interest for the public imported especially interested in European and U.S.

For the above can be carried out with a real social impact is only possible associations promoting women artisans interested in preparing and making their products more competitive nationally and especially internationally.

Since these products are not sold in quantities but require a special promotion, where diversity and quality coupled with quality make viable and sustainable promotion and marketing of a range of different products, esthetic, attractive special taste women and their unique shapes and material.

KEY WORDS

Competitiveness, Crafts, Women, Role, Proposal, Strategy

INTRODUCCION

Se conoce que el estado está interesado en promover las artesanías de mejor calidad, diversidad en materiales, innovación y mano de obra de acuerdo a la demanda de productos por medio de una promoción en las páginas Web, además que diferentes entidades e instituciones privadas y públicas se preocupan y tienen planes de desarrollo para el sector artesanal.

Se cuenta con programas que permiten promover la comercialización de los productos artesanales de las mujeres en Colombia, sin embargo son altos los precios de las inscripciones que de manera directa excluye a las mujeres artesanas, más vulnerables de Colombia, lo cual conduce entonces a que realmente exista una carencia de recursos necesarios para el acceso a herramientas que permitan una producción industrial y competitiva y a que efectivamente no todos los artesanas se dediquen a elaborar solamente este tipo de mercancías, ya que no les genera los ingresos suficientes para el sostenimiento de sus familias, y a ni siquiera conocer y a participar dentro de las diferentes programas que se desarrollan constantemente.

Hay muchas oportunidades para favorecer a las mujeres colombianas que elaboran este tipo de productos, sin embargo es importante desarrollar una propuesta social con conceptos del comercio internacional de modo, que se tengan en cuenta a las mujeres de bajos recursos.

Desarrollar una propuesta de apoyo económico y programa integrado a las mujeres artesanas de Colombia, que no cuentan con el musculo financiero indicado.

Se hará un análisis descriptivo de la información recolectada y los resultados arrojados por esta, para conocer la situación actual del contexto e identificar

cuáles son las acciones más apropiadas a seguir, para brindar un apoyo a las mujeres artesanas de manera incluyente y favorable en las mismas -dentro del sector de las artesanías-, de modo que el mejoramiento de las exportaciones de artesanías, muestre: una estructuración apropiada donde se manejen la calidad y la equidad con las mujeres artesanas donde: la falta de recursos y la capacitación se focalicen en las mujeres que más lo necesitan, procurado siempre proteger la imagen y la competitividad internacionales de las artesanías Colombianas.

Se hará una evaluación del rol actual de la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer y cuáles serían los aspectos que hay que articular para enfocarse en el mejoramiento de la competitividad de las mujeres en la producción de artesanías, la concientización sobre estas en la calidad, la necesidad de solicitar resultados de planes de capacitación empresarial y apoyo económico para estas empresas que asegure un crecimiento en este sector, y un asesoramiento nuevo y seguimiento en el mejoramiento de la calidad que ellas deben manejar a nivel internacional, la imagen de nuestro país en calidad e innovación.

MARCO TEORICO

PROBLEMA DE INVESTIGACION.

¿Es posible proponer un plan que brinde un apoyo a las mujeres artesanas de manera incluyente y favorable en las mismas -dentro del sector de las artesanías-, de modo que el mejoramiento de las exportaciones de artesanías, muestre: una estructuración apropiada donde se manejen la calidad y la equidad con las mujeres artesanas donde: la falta de recursos y la capacitación se focalicen en las mujeres que más lo necesitan, procurado siempre proteger la imagen y la competitividad internacionales de las artesanías Colombianas?

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Mejorar la competitividad de las artesanías que las realizan mujeres en Colombia y el rol que debería tener la Alta Consejería para la Equidad de la Mujer para brindarles un apoyo, asesoramiento y acompañamiento hacia el comercio internacional de sus productos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- I. Proponer el rol de la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer frente a la vinculación laboral desde una perspectiva de género.
- II. Definir las herramientas y estrategias para el mejoramiento de la competitividad de las artesanías de Colombia desde una perspectiva de género.
- III. Desarrollar estrategias incluyentes y participativas para las mujeres que se encuentran en situaciones más vulnerables.
- IV. Mejorar el plan actual de apoyo de asesoramiento y acompañamiento de las mujeres artesanas de Colombia hacia el comercio internacional

- V. Concientizar el concepto de calidad como elemento impulsor de la viabilidad exportadora de los productos.
- VI. Evaluar los planes desarrollados y actuales de las diferentes entidades en pro de apoyar a las mujeres artesanas de Colombia hacia el Comercio Internacional.

JUSTIFICACION/TEORICA, PRÁCTICA Y METODOLOGICA

Actualmente existen muchos tipos de producción Artesanal, entre ellas se destacan descritas en los tipos de material que se usan: Artesanías en madera, Joyería (en metales preciosos), Arte en Marroquinería (cuero), Bisutería (joyas en materiales no preciosos), Artesanías en material textil, Orfebrería (cerámica) y Artesanías producidas por culturas indígenas, las cuales reúnen una amplísima variedad de opciones para darse gusto en el tipo de materiales con que se quiere adquirir productos para lucir, para decorar, uso especial, lúdicos, etc. Que de manera indiferente permiten al sector artesanal ofrecer una amplia diversidad de opciones para fortalecer el mercadeo de las mismas dada la facilidad que reflejan para ofrecer productos que permitan satisfacer el gusto de cada consumidor.

Lo que hace a este sector una opción atractiva que refleja un alto nivel de importancia para la identidad comercial y cultural de Colombia a nivel internacional, porque permiten manejar una marca representativa de nuestro país. Pues constituyen una atracción importante que no solo favorece a la producción artesanal y la economía en general sino también al turismo internacional interesado en viajar hacia el interior del país.

En este sentido pasando de los tipos de producción a los tipos de artesanías se encuentra que la Galería artesanal de Colombia define los distintos tipos de artesanías de acuerdo al uso que se le da a estas, pues se trata de ofrecerlas como un conjunto de productos que satisfacen directamente las necesidades de uso para cada consumidor, lo cual constituye una interesante estrategia para tener

en cuenta en los aspectos importantes a enseñar a las mujeres artesanas para comercializar sus productos.

Esta importante empresa no deja reflejar una labor en la que se apoya a las mujeres artesanas, aunque no se puede ignorar que esta institución este enterada de la labor de la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, donde se apoya a las mujeres empresarias en general, en la cual una gran parte de ellas sobresalen en la producción y venta de artesanías Colombianas, por lo que se puede deducir que la labor de Galería Artesanal de Colombia está dedicada especialmente a promover especialmente las artesanías Colombianas como tal como una marca nacional e internacional, lo que indirectamente favorece la labor artesanal de las mujeres artesanas de Colombia.

Dada la situación de la mujer que normalmente vive una recarga laboral como trabajadora o empresaria por el común papel que desempeña como madre y por lo tanto se hace necesario que la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer construya, dirija, lidere, apoye y estimule la información existente a los programas de apoyo, asesoramiento y acompañamiento comercial de las mujeres artesanas que existen en todas las localidades del país, es decir focalizar más la labor en aquellas mujeres que no tienen la educación básica ni la capacitación para exportar y comercializar a nivel nacional e internacional, aprovechando las negociaciones prometedoras del Acuerdo de Libre Comercio, aprobado de Colombia y Estados Unidos, que permite una mejor proyección internacional de las artesanías de Colombia; pues si ello no se hace así, este trabajo quedara focalizado en las mujeres que tienen capital y capacitación para hacer de intermediarios (aquellas mujeres de estrato medio alto y alto) mientras se deja a un lado las mujeres que necesitan mejores ingresos desde su labor productiva (aquellas mujeres que hacen parte de estratos medio bajo y bajo), lo que pone una equidad sin igualdad y hace que se delate una equidad inexistente.

ASPECTOS METODOLOGICOS

TIPO DE ESTUDIO

Descriptiva

UNIVERSO, POBLACION Y MUESTRA

Colombia, Mujeres, Productores y exportadores de artesanías. Política pública, Proexport, Ministerios, Alta consejería, Artesanías de Colombia.

MÉTODOS Y TECNICAS DE RECOLECCION DE LA INFORMACION.

A través de fuentes secundarias (documentos, informes, revistas, libros, planes). Y fuentes primarias (instituciones relacionadas con el objeto de esta investigación).

ACERCAMIENTO A LA COMPETITIVIDAD

A continuación se dará a conocer los principales aspectos que describen el comercio de artesanías como perspectiva de género y competitividad como estrategia de la Alta Consejería para la Equidad de la Mujer para favorecer a la mujer, como población de mayor fragilidad entre ellos se dará a conocer la definición de la competitividad, definición de las artesanías, la situación actual de las artesanías a nivel mundial y en Colombia, propuesta del comercio de las artesanías, estrategia como solución, el rol de la Alta Consejería Presidencial para la Mujer, las conclusiones, las recomendaciones, con el propósito de brindar un aporte importante para la mujer, de modo que a la hora que se tomen decisiones sobre la mujer lo hagan de la forma más apropiada, ya que este es un grupo muy complejo, especialmente porque es muy discriminado en la sociedad y lo que se trata de que a las mujeres en sus horas laborales y sus esfuerzos en crear empresa se les trate igual que a los hombres de modo que la mujer se vea realmente favorecida.

Brindar un apoyo en términos de equidad de género es algo que requiere una compleja labor social y funcional donde se evidencie la eficiencia y sostenibilidad económica de la institución que lo hace y los beneficiarios que lo reciben; en este sentido, todo ello hace necesario que se procure una labor enfocada desde distintos aspectos como el aumentar el nivel de los ingresos económicos y el acceso a derechos sociales en la mujer; una de las formas que brinda un mayor aporte a ello es la promoción de la microempresa puesto que combate el desempleo, la marginación económica y apoya la creación de empresa, sumado a ello dada la escases de recursos y la gran necesidad de mostrar propuestas innovadoras hacia la economía exterior se destaca como de gran importancia el sector de las artesanías. Un sector donde vale la pena brindar un amplísimo, constante, diligente y fortalecido apoyo, para favorecer la economía de nuestro país a través de la promoción y creación de empresas de artesanías altamente competitivas, dirigidas y lideradas por la mujer y para el empleo de la mujer.

Seguido de lo anterior hay que destacar que actualmente las artesanías brindan un porcentaje significativo al PIB de todos los países del mundo, incluso en aquellos donde se brinda un apoyo significativo a la producción de las artesanías, dicha situación hace destacar la importancia de contar con una alta capacidad para competir con otros productos a nivel nacional e internacional. Lo que muestra la necesidad de resaltar el concepto de competitividad, bajo diferentes autores; especialmente cuando el libre comercio internacional obliga a competir con productos importados y exportar hacia el exterior para fortalecer la economía y justificar el apoyo a la producción de las artesanías, pues la capacidad de estas mismas será la que fortalezca la capacidad para apoyar el sector en el crecimiento del mismo dentro de la economía nacional.

En este sentido el término de competitividad, ha traspasado barreras y ha generado paradigmas e inquietudes, no solo en las empresas, sino también en términos de industria y naciones, a partir de lo cual “la competitividad ha pasado a ser una de las preocupaciones cardinales del Gobierno y la Industria de todas y cada una de las Naciones”¹, lo cual hace más importante resaltar el concepto de competitividad, para el estudio en cuestión.

Se trata de “la capacidad que tiene dicha economía y por lo tanto sus empresas, para abastecer y suministrar su mercado interno, y al tiempo exportar bienes y servicios al exterior”² es otra definición de competitividad de una economía frente al mundo.

La competitividad es “el producto de un patrón de interacción compleja y dinámica entre el Estado, las empresas, las instituciones intermedias y la capacidad

¹ PORTER, Michael E. La Ventaja Competitiva de las Naciones: La necesidad de un nuevo paradigma, Pàg 22.

² Perez Infante, J. (1994). Costes Laborales y Competitividad de la Economía Española. *Revista de Economía y Sociología del Trabajo*, Pág. 204-234.

organizativa de una sociedad”³, una definición acerca de la competitividad que se aproxima más a la relación entre el estado y las empresas, desde un punto de vista más nacional. Por ello cuando se habla en términos de empresa, “La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar”⁴, por lo cual “las empresas logran ventaja frente a los mejores competidores del mundo a causa de las presiones y los retos, se benefician de tener fuertes rivales nacionales, proveedores dinámicos radicados en el país y clientes nacionales exigentes”⁵, asegura Porter, sin embargo, insiste en que aún no se ha logrado definir claramente un concepto de competitividad como tal, ya que las que se encuentran actualmente están definidas bajo diferentes criterios, desde puntos de vista diferente a sus autores.

Por consiguiente, es importante resaltar que “en un mundo donde la competencia es cada vez más internacional”⁶ para contar con unas artesanías colombianas competitivas a nivel internacional, se requiere que el producto, su calidad, el precio, la promoción y la publicidad, permitan ofrecer el producto con unas condiciones favorables en el ingreso y las utilidades libres que arroja este; de modo que al menos permitan financiar, una mayor inversión: en tecnologías, mejoramiento de la calidad y ampliación de la capacidad de producción para mantener una ventaja competitiva. Además esta ventaja logra ser importante sobre el competidor siempre y cuando al menos le permita entrar fuertemente en los mercados que este ha conquistado para atraer ingresos hacia la producción y comercialización de las artesanías.

³ Esser, K., Hillerbrand, H., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1994). *Competitividad Internacional de las Empresas y Políticas Requeridas: Competitividad Sistémica*. Berlín.: Instituto Alemán de Desarrollo. Pág. 7.

⁴ PORTER, Michael E. Ser Competitivo. La Ventaja Competitiva de las Nacionales, Pág. 163

⁵ Ibid. Pág. 163

⁶ Ibid. Pág. 163

Con todo ello es posible tener presente que se trata de mantener definida la competitividad, y que “el único concepto significativo de la competitividad a nivel nacional es la productividad”⁷, especialmente cuando la competitividad de las artesanías están asociadas “tanto de la calidad y las característica de los productos, como de la eficiencia con que son producidos”⁸, y esto íntimamente relacionado con la productividad de las artesanías, siendo “el valor de la producción por unidad de mano de obra o de capital”⁹, lo que implica una planificación y organización productiva y estratégica que permita a las empresas proveedoras, productores y comercializadores trabajar en alianza para solidificar sus esfuerzos hacia la competencia internacional.

Sumado a lo anterior “el National Competitiveness Council adjunta en un anexo de su Informe Anual un resumen de las nociones de competitividad que se usan en la actualidad”¹⁰, desde la cual define que “el Foro Económico Mundial, que identifica la competitividad con la capacidad de un país, para lograr altas tasas de crecimiento del producto en forma sostenida hasta la del Ciampi Group, organismo asesor de la Comisión Europea, que la concibe como un medio de promoción del nivel de vida de los ciudadanos, de oferta de empleo a los desempleados y de erradicación de la pobreza”¹¹. Conceptos de competitividad, que están lineados bajo diferentes criterios, estos dependiendo así mismo de factores en estudio.

Lo anterior permite destacar que la competitividad no solamente se refiere a la capacidad para producir, sino también a la capacidad de diversificar, de producir con mayor mano de obra y mayor eficiencia y calidad, de modo que ello se refleje

⁷ Ibid. Pág. 168

⁸ Ibid. Pág. 168

⁹ Ibid. Pág. 168

¹⁰ REIS, Pualo & COELBO, Julio Miguel. La competitividad de las Ciudades Portuguesas. El Caso de las Capitales de Distrito. Revista de Economía Institucional, VOL II, No 21. Segundo Semestre 2009. Pág. 205-223.

¹¹ Ibid. Pág. 205-223.

en un aumento de los ingresos de los consumidores de la economía nacional, pues un país sin empresas que dinamicen el comercio en la economía no puede fortalecer la capacidad de comprar a bajos costos y vender a mayor valor para ganar ventaja a nivel nacional, ya que se trata de convertirse en una economía muy atractiva en el mercado nacional e internacional, donde la competencia nacional fortalezca la misma capacidad de salir a mercados internacionales, de modo que a la hora de vender los productos se tome ventaja en el mercado mostrando una competitividad fuerte y sostenible a corto mediano y largo plazo, pues, si un país deja de brindar empleo a su interior ello hará que el comercio se desfavorezca y las ventas de las empresas disminuyan y por lo tanto sus ingresos disminuyan y en consecuencia ello cree incertidumbre en quienes nos venden, compran e incluso inviertan, ya que se trata de producir mejor para una sociedad más dinámica.

Lo anterior hace necesario que se procure lograr un nivel de equilibrio que favorezca no solo a los grandes intermediarios de la industria de las artesanías sino también a los productores, especialmente cuando la producción es precaria y se procura una calidad y atractivo del producto, que, al gustar mucho y por lo tanto al ser muy demandado; cuando la capacidad de oferta no es suficiente, ello hace que el atractivo por las mismas artesanías Colombianas disminuya y su competitividad también, ya que la baja oferta crea una pérdida de interés en los clientes, y por lo tanto obliga a que se disminuyan los precios en el producto para poder ser vendidos.

Respondiendo a lo anterior y con el propósito de favorecer a la mujer y al sector de las artesanías, se hace necesario identificar, la materia en cuestión, que se trata de, la capacidad competitiva de las artesanías de Colombia y de las artesanías de las mujeres colombianas, haciendo un esfuerzo en conocer cuáles son esas artesanías, sus tendencias, su calidad, la organización del apoyo que se da a la producción de estas, el acompañamiento a la comercialización y las

asesorías para la imagen y mercadeo de las mismas, la situación del entorno competitivo del sector a nivel nacional e internacional de las artesanías. Sin embargo en términos del grado con que se brinda apoyo desde el nivel nacional y gubernamental Colombia aun tiene un reto muy grande para estar al nivel con que se apoyan y da importancia a las artesanías del propio país como actualmente lo pueden estar haciendo países especializados en ello como China, México, Japón e Italia, entre otros.

ACERCAMIENTO A LA DEFINICIÓN DE LAS ARTESANÍAS

Para adentrarse en la competitividad del sector de las artesanías, es importante tener claro la definición de las artesanías, por lo que se hace importante empezar por explorar el producto en cuestión, las artesanías, de las cuales se entiende que representan un valor agregado en el comercio internacional, pero dado que en nuestro país no se tiene una clara definición de las artesanías en términos de productividad y en ocasiones se confunde con otras formas de producir que en realidad excluyéndolas de su estatus de artesanía, se las considera industrial, cuando por el contrario la artesanía tiene un mayor valor, por ser hecha a mano de obra, no con herramientas; en este sentido ello hace ver que es necesario concientizar a los colombianos sobre el concepto de artesanía para fortalecer su valor cultural, social y productivo en la sociedad Colombiana, especialmente en la Mujer.

Respondiendo a lo anterior la mejor forma de definir las artesanías es acogándose a la que plantea la UNESCO ya que esta es la organización internacional más representativa de la educación, puesto que se trata de buscar formas de acercarse a una población en gran parte marginada con un bajo nivel de educación y capacitación laboral, cuando el primer problema a solucionar se orienta a fortalecer la capacidad de las mujeres artesanas y no artesanas, interesadas en aprender la producción de estas y en ofrecer productos de calidad, y en gran cantidad, puesto que solo garantizando esta base se podrá entrar a

fortalecer el mercado competitivo de las artesanías Colombianas a nivel internacional.

En este sentido se definen así, “los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas creativas. Vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente”¹². Aspectos que en su conjunto representan la calidad que los consumidores buscan en los mercados, en base a lo cual, como ya se entiende, hay que capacitar a las mujeres artesanas para que produzcan artesanías que tengan una amplia facilidad para ser comercializadas, especialmente por su utilidad, su creatividad, su atracción especial, naturaleza exótica y tradicional y su belleza.

Por lo anterior cabe resaltar, en relación al concepto, “el artesano representa la condición específicamente humana del compromiso”¹³, lo cual implica que el trabajo bien hecho se basa en la satisfacción de sí mismo, y en “la realización de las cosas bien hechas que se consideran importantes del ser, ya que la artesanía brinda con el logro de la habilidad es doble: el artesano se basa en la realidad tangible y puede sentirse orgulloso de su trabajo”¹⁴, es decir la calidad de los productos artesanales es única, altísima, de gran belleza e incluso buena para la salud y el bienestar espiritual, es especialmente adquirida para ambientar e

¹² Artesanía y Diseño. Definición adoptada por el Simposio UNESCO/CCI "La Artesanía y el Mercado Internacional: Comercio y Codificación Aduanera". http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-.URL_ID=35418&URL_DO=DO_TO PIC &URL_SECTION=201.html. Unesco. Manila. 1997. Pág. 1.

¹³ Richard sennet el artesano. El artesano atribulado. 2008. Pág. 1.

¹⁴ Ibid. Pág. 1.

irradiar una especial energía con lo que nos rodea; estas características permiten que las artesanías como tales tengan un alto nivel de competitividad ante otros productos, sin embargo estas crecen cada vez más en la oferta internacional por su atractivo innovador y su calidad, lo que está haciendo aun mas difícil para los productores de artesanías en los mercados ya que se ofrecen precios y calidades más competitivos.

Seguido a ello se hace necesario fortalecer la capacitación de los productores de las artesanías y a la vez brindar a los mismos mejores herramientas para aumentar su productividad, ya que cuando estas aumentan en la demanda requieren que se tenga una alta capacidad de respuesta para mantener el interés del comprador hacia las mismas artesanías, de lo contrario se tiende a perder espacio en el mercado, espacio cada vez más difícil de ganar, todo lo cual refleja que las artesanías también se pueden definir como un interesante sector productivo para disminuir el desempleo y la marginación económica, en los países especialmente en población es como la mujer, cuando se trata de garantizar la equidad de género, pues la producción de artesanías demanda mayor mano de obra y por lo tanto puede abrir muchas posibilidades de creación de empresa a la mujer y empleo a esta, y por lo tanto hay que destacar el sector de las artesanías como eje de gran importancia para garantizar la equidad en la mujer Colombiana.

SITUACIÓN ACTUAL DE LAS ARTESANÍAS A NIVEL MUNDIAL

Mirando hacia el entorno internacional a continuación se podrá ver que aun se tiene un gran reto por trazar, y vale la pena tener en cuenta que dicho reto responde no solo a la necesidad de apoyar a la mujer, sino también a los artesanos en general y nuestra economía, ya que Colombia es un país ampliamente atractivo para fortalecer el sector de la producción de artesanías, y a nivel internacional son muchos los productos artesanales que se venden y se compran, a la vez que es grandísimo el porcentaje que dominan algunos países en el sector en el mercado internacional. Igualmente ya que Colombia es un país

atractivo para fortalecer el sector de la producción de artesanías, ya que son muchas las personas interesadas en ello, pero, significativamente pocas las que cuentan con un apoyo necesario para entrar a competir a nivel internacional.

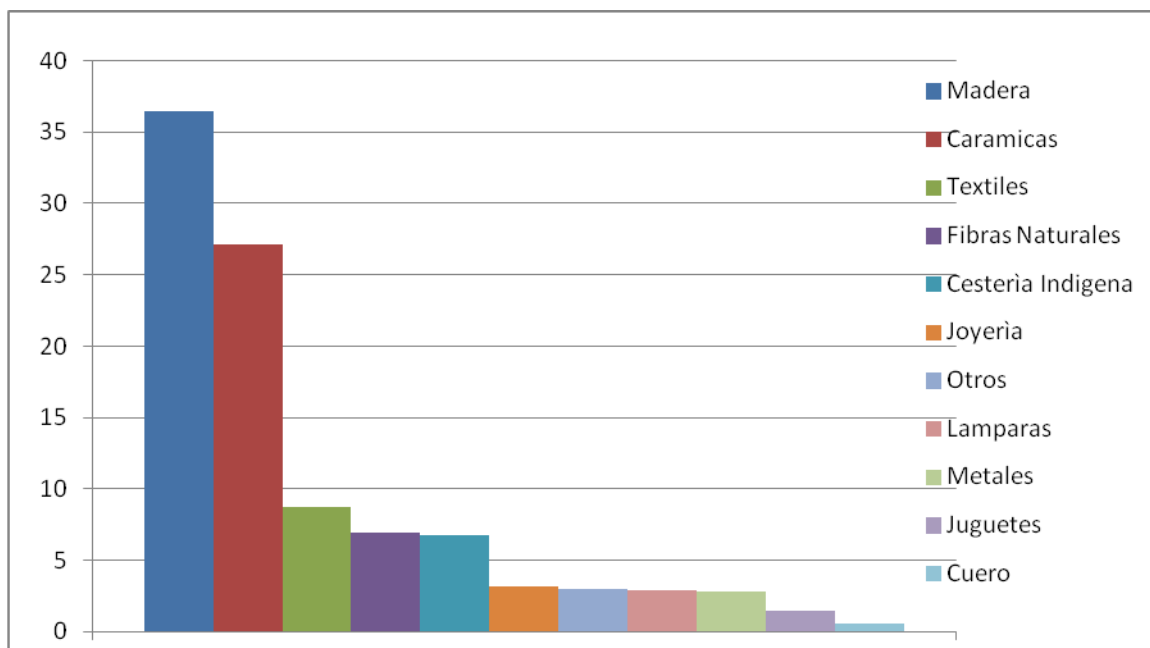
Ello hace que se requiera un apoyo bien focalizado y sectorizado a nivel nacional, especialmente porque las artesanías no son valoradas dentro de nuestro país, pero en el exterior por el contrario se les da un altísimo valor, aspecto bien ignorado entre los Colombianos pero poco apreciado por el sector político dado el desconocimiento que estos tiene de la dimensión que contiene el potencial del mismo.

Dadas estas circunstancias se podrá responder a dicha situación, 1. brindando planes de financiación muy favorables para aquellos que muestran el interés para lo mismo y viven de ello, pero necesitan recursos adicionales para lograr importantes metas que les permita ser productivamente competitivos, ante la demanda exterior, a la vez que se demanda 2. estimular la asociación de los artesanos y su organización integrada para que los mismos puedan unos con otros, apoyarse con la mano de obra para responder a las artesanías que mas son demandadas en el exterior, garantizando así el bienestar económico en los mismos por su talento y sus habilidades en la producción de las artesanías que resultan ser de alta calidad y excelencia. Todo lo cual requiere principalmente dar a conocer el potencial del sector de las artesanías a nivel internacional, tomando los últimos datos emitidos sobre ello.

Empezando por el entorno mundial es importante lograr una imagen de la posición que ocupa Colombia en el mundo o que aun tiene por ocupar, si en realidad no se destaca entre los países que más se conocen en la producción y venta de artesanías como tal, y más aún cuando “el nivel de vida de una nación depende de la capacidad de sus empresas para lograr altos niveles de

productividad y para aumentar ésta a lo largo del tiempo”¹⁵, por lo que se mostrara a que niveles puede llegar un país concentrado fuertemente en el sector de las artesanías y con ello hacerse una idea de los beneficios que se pueden captar para las mujeres artesanas si se las capacita y apoya adecuadamente para ello.

MODALIDADES DE VENTA INTERNACIONAL



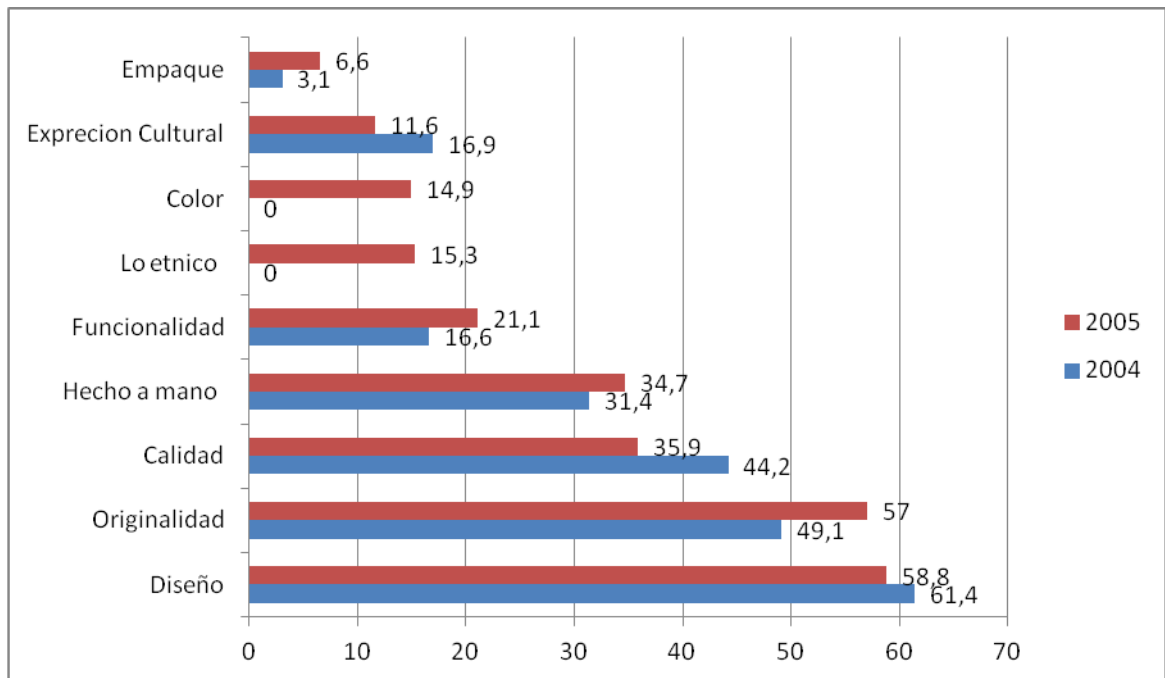
Fuente. Strous, Sandra. Artesanías de Colombia. Modalidades de venta Internacional. http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion_Sandra_Strouss.pdf. Ministerio de comercio industria y turismo. Bogotá. 2006. Pág. 31.

Este gráfico permite establecer que los productos artesanales que actualmente mas se demandan son los productos de madera, cerámica, textiles, fibra natural y cestería indígena, lo que permite identificar a los productos que son especialmente elaborados con materiales sostenibles y ecológicos (que protegen el medio ambiente), son aquellos que representan la oferta que se mas se puede disponer

¹⁵ Porter. ser competitivo. Pag. 168.

a nivel internacional, ya que constituyen el mercado más atractivo y favorable para ofrecer artesanías con altas posibilidades de comercializar, lo cual representa un índice positivo porque hace que los materiales para elaborar artesanías sean más económicos y menos contaminantes, ya que se trata de favorecer con agilidad a las artesanas Colombianas y los recursos naturales de donde provienen; así pues se encuentra que muchas de las mujeres artesanas están dedicadas a los textiles y la producción de artesanías producidas, con base en, materiales exóticos, lo que deja ver un escenario internacional prometedor para Colombia.

CARACTERÍSTICAS TENIDAS EN CUENTA PARA LA COMPRA DE ARTESANÍAS



Fuente. Strous, Sandra. Artesanías de Colombia. Características Tenidas en cuenta para la compra de Artesanías. http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion_Sandra_Strouss.pdf. Ministerio de comercio industria y turismo. Bogotá. 2006. Pág. 32.

Como se ha podido conocer las artesanías dejan muy buenas expectativas para la economía Colombiana y el apoyo a las mujeres para promover y garantizar la equidad de género en Colombia, lo cual sumado a la información de la grafica anterior, se puede destacar que esta permite conocer los aspectos a que mayor importancia y cuidado, debe tener toda artesana y/o artesano; datos que permiten encontrar que el mayor valor y esfuerzo productivo está en procurar que estos sean diseñados con mucha creatividad y belleza, muestren una estética y forma del uso del material muy auténtica y original donde se evidencie un alto grado de exclusividad, se procure un altísimo nivel de calidad, se procure en lo más posible que sea hechos totalmente a mano, tengan un alto grado de utilidad y/o funcionalidad, ya que estos son los que más tienden a ser tenidos en cuenta por los consumidores, pues sin ello se hará muy difícil venderlos, sin embargo el empaque debe al menos transmitir la misma impresión del diseño y la originalidad y garantizar la protección que requiere el producto, lo cual en muchas ocasiones los artesanos no tienen en cuenta por falta de recursos y desconocimiento, ya que ello garantiza la integridad del producto y de la satisfacción del cliente en la venta del mismo. Pues si el cliente no queda satisfecho no es posible plantearse una labor que permita soluciones de carácter empresarial a nivel internacional, lo que permite conocer que para promover la equidad de género, a partir de las artesanías hay que asegurarse de que estas se sean producidas siempre preocupándose por satisfacer al cliente, a partir de lo cual si será posible presentar soluciones más directas a las reales existentes en las necesidades de la mujer (capacitación, empleo, empresa, progreso e incluso realización personal) aspectos importantes que caracterizan una calidad de vida, ya que este principio permite que la mujer ame su trabajo y los buenos resultados de este a través de un aprendizaje constante y un mejoramiento en la producción, la imagen y presentación del producto que se vende a la demanda internacional.

PRINCIPALES MERCADOS MUNDIALES DE ARTESANÍA (80 % DEL VOLUMEN TOTAL)

América del Norte	Europa	Asia continental y sudeste asiático	Medio Oriente	Oceanía
USA, Canadá, México	Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, Bélgica, Países Bajos, Polonia, España, Suiza, Portugal, Dinamarca, Austria, Federación Rusa, Turquía, Suecia, Noruega	Japón, Hong Kong, Taiwán, Corea del Sur, Singapur, Malasia, Tailandia, Filipinas, China	Arabia Saudita, Emiratos, Árabes Unidos, Israel, Kuwait	Australia

Fuente: Strous, Sandra. Artesanías de Colombia. Principales mercados mundiales de artesanía (80 % del volumen total). http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion_Sandra_Strouss.pdf. Ministerio de comercio industria y turismo. Bogotá. 2006. Pág. 37.

Los anteriores datos permiten encontrar los mercados más atractivos para empezar un trabajo de comercio internacional de artesanías a nivel mundial progresivamente exitoso, en este sentido se puede destacar que el mercado en que mayor viabilidad hay para emprender una labor para conquista los mercados, es: en norte América USA, Canadá y México, por la cercanía de estos con Colombia, seguido a ello a los países mas destacados son los de Europa y Oceanía, por no ser tan lejanos a Colombia e involucrar una tendencia cultural muy occidental, y finalmente hacia el medio oriente, Asia continental y el sur este asiático, ya que se encuentran a mayor distancia de Colombia y se viven estilos de vida muy distintos a los Colombianos, lo que hace destacar que, la atracción de estos hacia las artesanías Colombianas, será un proceso mucho más largo, que requerirá de mucha más inversión y una labor diplomática más compleja para abrir mercados con estos países, ya que normalmente se manejan culturas muy herméticas hacia el mundo occidental. Así pues habrá que identificar con el tiempo

que tipo de ofertas (en diseño, originalidad y calidad) son más atractivas para cada continente y cada país en especial. Con todo ello se puede decir que queda un conjunto de mercados muy amplios y diversos, lo que deja revelar que hay un largo camino para tomar mayor empoderamiento del ámbito competitivo en la oferta y demanda de artesanías a nivel internacional, especialmente en la forma como en cada continente o nación seleccionan la calidad y cualidad de los productos y cuáles son los aspectos que mayor importancia le dan.

PRINCIPALES PROVEEDORES DEL MERCADO NORTEAMERICANO

Línea Artesanal	Principal Proveedor	& Participación
Artículos de yeso	Canadá	63%
Joyería de oro y plata		
Manufactura de madera	India e Italia	20% y 19%
	Canadá	38%
Manufactura de cuero y peletería	Italia	5%
Orfebrería	Italia	29%
Prendas de vestir y complementos de lana o pelo fino	Italia	29%
Tejidos planos	Italia	34%

Fuente: Strous, Sandra. Artesanías de Colombia. Principales proveedores del mercado norteamericano. http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion_Sandra_Strouss.pdf. Ministerio de comercio industria y turismo. Bogotá. 2006. Pág. 38.

En cuanto a la competencia inicial en el mercado directamente más atractivo USA, se puede destacar que los países más significativos son India, Italia y Canadá, los cuales ocupan una amplísima parte de estos mercados, sumado a lo cual se puede destacar que entre los mercados, donde mayor posibilidad de participación para las empresas productoras de artesanías Colombianas, es con aquellas que tienen un importante potencial productivo en la joyería, la manufactura de madera, manufactura de cuero y peletería, la orfebrería, las prendas de vestir y complementos de lana o pelo fino y los tejidos planos, por el potencial productivo y

creativo que muestra Colombia en este ámbito, dejando a los artículos de yeso un espacio más pequeño pero también posible de explorar dado que no es mucha la capacidad productiva al resto, la calidad no es muy alta pero la creatividad y exclusividad de los de carácter tradicional resultan muy atractivos en este país; a ello se agrega que en este mercado se tiene una ventaja comparativa frente a India e Italia por la cercanía de Colombia hacia USA, lo que abre grandes posibilidades para las artesanías de las mujeres Colombianas. Con todo ello los otros tipos de artesanías como que involucran un carácter más funcional y exótico podrán entrar en este mercado siempre que hagan un esfuerzo mucho mayor en la creatividad y calidad de dichos productos.

PRINCIPALES PROVEEDORES DEL MERCADO EUROPEO

Línea Artesanal	Principal Mercado	Principal Proveedor	% de participación
<ul style="list-style-type: none"> • Tejidos Planos. • Prendas de vestir y complementos de lana o pelo fino. • Calzado de cuero natural. • Accesorio de cuero natural o regenerado. • Muebles de fibras vegetales. • Artículos en cestería. • Joyería de oro y plata. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Alemania e Italia ➤ Alemania ➤ Francia, Reino Unido ➤ Italia ➤ Alemania y Reino Unido ➤ Francia ➤ Alemania y Reino Unido ➤ Alemania e Italia ➤ Reino Unido 	<ul style="list-style-type: none"> - Irán - Turquía - Italia - Rumania - China - Italia 	<ul style="list-style-type: none"> 37% y 29% 15% 52% y 41% 22% 33%, 16% 23%

		- Indonesia e Italia	4% y 39%
		- China	52% y 64%
		- Suiza y Liechtenstein	21%

Fuente: Strous, Sandra. Artesanías de Colombia. Principales proveedores del mercado europeo. http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion_Sandra_Strouss.pdf. Ministerio de comercio industria y turismo. Bogotá. 2006. Pág. 38.

Como se puede ver las artesanías en Europa resultan más seleccionadas por su carácter exótico, que por su carácter funcional, lo que despierta importantes expectativas en la exploración de dicho mercado. En este sentido hay que resaltar que de la anterior gráfica se puede encontrar que los principales proveedores de Europa están ubicados en medio oriente y Asia. Sumado a lo cual hay que destacar todo tipo de artículos que más se compran en este mercado son artículos que también se producen en Colombia, lo que hace destacar un mercado potencial para ser explorado en un proceso lento pero ampliamente prometedor. Ya que actualmente los productos artesanales de Latinoamérica, tienden a ser cada vez mas atractivos.

PRINCIPALES PROVEEDORES DEL MERCADO

Línea Artesanal	Principal Mercado	Principal Proveedor	% de Participación
Prendas de vestir y complementos de punto	Japón y Hong Kong	China	74% y 94%
Prendas de vestir y complementos Japón China 73% de lana o pelo fino	Japón	China	73%
Artículos y accesorios de peletería	Japón y Hong Kong	China	66% y 94%
Artículos de cuero natural	Japón	China e Italia	30% y 30%
Artículos de cuero natural	Hong Kong	China	70%
Manufactura de madera	Japón	China	36%
Materias trenzables	Japón	China	94%
Artículos en cestería	Japón y Hong Kong	China	65% y 99%
Flores, follajes, frutos y artículos de fibras vegetales	Hong Kong	China	100%

Fuente. Strous, Sandra. Artesanías de Colombia. Principales proveedores del mercado Asiático. http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion_Sandra_Strouss.pdf. Ministerio de comercio industria y turismo. Bogotá. 2006. Pág. 40.

En lo que respecta al mercado asiático se destaca que China tiene casi acaparado el mercado, lo que deja evidenciar un importante reto que hace necesario conocer más a fondo estas culturas y cuáles son los criterios con que califican y adquieren un producto artesanal, ya que resulta muy particular que sea China el gran líder del mercado artesanal en Asia, pero a la vez llama la atención saber que China es un país desarrollado, lo cual permite deducir que las artesanías no solo representan una solución de empleo y empresa, sino también de desarrollo económico, lo que permite hacer un llamado para darle mucha importancia a la necesidad de apoyar de manera especial la producción artesanal en Colombia y con ello brindarle un mayor reconocimiento a las mujeres en su esfuerzo por encontrar en las artesanías una alternativa de empleo, valorando su labor, apoyándolas económicamente y en la labor comercializadora, pues ello permite brindar un importante aporte para generar mayor progreso en el sector artesanal y

equidad de género para la mujer, acompañándola con esta alternativa productiva y eliminando la cadena intermediaria que subvalora el trabajo de las artesanas cuando se trata de exportar la marca de artesanías de Colombia hacia el mundo. Labor que corresponde gestionarla con las instituciones públicas encargadas de la industria, el comercio y las exportaciones.

MERCADO MUNDIAL DE ARTESANÍA – RANKING DE LAS LÍNEAS

N ^o	Línea Artesanal	Miles de US \$	% Participación
1	Madera - Muebles de madera	34,528,514	263%
2	Joyería oro – plata	18, 783, 581	14. 3%
3	Madera - Manufactura de madera	9, 217, 524	7. 0%
4	Textil - Prendas de vestir y complementos de punto	8, 620, 784	6. 6%
5	Manufacturas de cuero y peletería - Accesorios de cuero natural o regenerado	6, 937, 708	5. 3%
6	Metalistería	6, 838, 435	5. 2%
7	Textil – Accesorios textiles	6, 703, 492	5. 1%
8	Fibras Vegetales – Muebles	6, 318, 679	4. 8%
9	Manufacturas de cuero y peletería - Artículos de cuero natural	5, 281, 582	4 .0%
10	Cerámica – Alfarería	4, 064, 202	3 .1%
11	Manufacturas de cuero y peletería - Calzado de cuero natural	4, 061, 315	3.1%
12	Textil - Prendas de vestir y complementos de lana o pelo fino	3, 850, 057	2. 9%
13	Bisutería	3, 203, 585	2. 4%
14	Textil - Tejidos planos	2, 383, 156	1. 8%
15	Artículos en piedra - Piedra artificial	1, 956, 942	1. 5%
16	Artículos en piedra – Mármol	1, 813, 309	1. 4%

17	Fibras Vegetales - Flores , follajes , frutas y artículos	1, 609, 233	1. 2%
18	Manufacturas de cuero y peletería - Artículos y accesorios de peletería	1, 235, 306	0. 9%
19	Fibras Vegetales – Cestería	1, 233, 805	0. 9%
20	Instrumentos musicales	939, 723	0. 7%
21	Fibras Vegetales - Materia trenzables	752, 251	0. 6%
22	Manufacturas de cuero y peletería -Artículos de talabartería	605, 768	0. 5%
23	Artículos en piedra – Yeso	308, 659	0. 2%
24	Orfebrería	156, 146	0. 1%
		131, 403, 756	100. 0%

Fuente: Strous, Sandra. Artesanías de Colombia. Mercado mundial de artesanía - ranking de las líneas artesanales. http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion_Sandra_Strouss.pdf. Ministerio de comercio industria y turismo. Bogotá. 2006. Pág. 41.

A partir de ello se puede destacar que actualmente los productos que tienen mayor posibilidad de ser comercializados en el mundo son los muebles de madera, la joyería, la manufactura de madera, los textiles y el cuero, los accesorios textiles, y las fibras vegetales, las manufacturas de cuero, la cerámica, las prendas textiles exóticas y la bisutería. Artículos que en su totalidad se producen en nuestro país, pero aun hace falta estimular aun más la producción de los mismos y apoyar la comercialización internacional de estos permanentemente. Pues de dicho apoyo depende el éxito del sector a nivel internacional, para el cual se demanda una gran infraestructura productiva nacional de Artesanos y Artesanas Colombianas, las cuales se verán muy estimuladas para ello si se valora su labor y se hacen esfuerzos para fortalecer las fuentes proveedoras de los materiales necesarios y eliminar las cadenas intermediarias que subvaloran su trabajo, ya que sin estas, la producción se hace insostenible, subvalora el estímulo económico, y por lo tanto, disminuye mucho la calidad de las artesanías

Colombianas y puede poner en riesgo su atractivo a nivel internacional y en consecuencia afecta a las mujeres artesanas en su necesidad de empleo y crecimiento empresarial, ya que disminuye las posibilidades de apoyarlas.

SITUACIÓN ACTUAL DE LAS ARTESANÍAS EN COLOMBIA

La situación actual de las artesanías en Colombia, no representa únicamente mirar la capacidad para producirlas con calidad, creatividad e imagen en el mercado, sino también la forma como mas se puede hacer sostenible y con impacto social las artesanías Colombianas, en este sentido ello implica enseñarles a las mujeres como producirlas, cual es su utilidad y beneficio, cómo venderlas y promover la imagen o marca de estas, cómo valorarlas (especialmente como algo representativamente cultural) y cómo proveerse de los materiales más adecuados, económicos y sostenibles para estas, ello implica un camino muy largo que deja decir que las artesanías en Colombia no han sido suficientemente valoradas como merece, especialmente cuando el potencial a nivel internacional de estas ha sido muy ignorado por los bajos estratos de nuestro país. Con todo ello se puede entender la importancia que tiene comprender lo que sucede en la propia nación, especialmente porque ello es muy crucial para determinar la capacidad de esta, o incapacidad de la misma, en su conocimiento, organización e infraestructura para crear y mantener una significativa ventaja competitiva en términos internacionales, a partir de lo mismo se hace aún más importante realizar un análisis del panorama internacional para las artesanas Colombianas, como empresarias como tal y los aspectos que necesitan mejorar.

Siguiendo lo anterior el sector de las empresas de artesanías apenas empieza a tener significativas oportunidades a nivel internacional, ya que anteriormente el desconocimiento de las posibilidades internacionales de fortalecer el mercado no permitía despertar esfuerzos por favorecer la microempresa, entre ellas al sector de las artesanías. En este sentido se destaca “La IV Feria Nacional de la Mujer Empresaria, organizada en Corferias por la Alta Consejería Presidencial para la

Equidad de la Mujer, con el apoyo de Confecámaras y la Comunidad de Madrid, se lanzó como balance de los anteriores eventos con la generación de 3.282 empleos, lo que demuestra la contribución de la mujer empresaria al desarrollo económico del país. En los cuales, la primera feria fue visitada por 7.615 personas que hicieron compras por 406 millones de pesos. En la segunda versión se logró un consolidado en ventas de 480 millones, correspondientes a 8.121 visitantes. Para la tercera versión 15000 personas asistieron al evento, generando ventas por 669 millones de pesos”¹⁶. Dichos eventos promovidos por Expoempresaria, especialmente ferias que promueven el apoyo a las mujeres empresarias, a partir de lo cual se puede identificar un amplio panorama del actual reconocimiento en *el liderazgo de la mujer* con el desarrollo del país, que como tal, requiere apoyo e incentivación por sus importantes contribuciones al desarrollo empresarial. En este sentido hay que destacar que gran cantidad de los productos de microempresas hechos por mujeres en su gran parte eran artesanías y significaron un importante atractivo internacional, en este sentido, para el 7 de Diciembre de 2011 se lanza un evento internacional en corferias dedicado a exponer artesanías a nivel internacional, lo cual deja revelar que se está empezando a valorar con mayor importancia a las artesanías como una posibilidad de estimular mejores aportes para lograr mayor equidad de género en beneficio de la mujer.

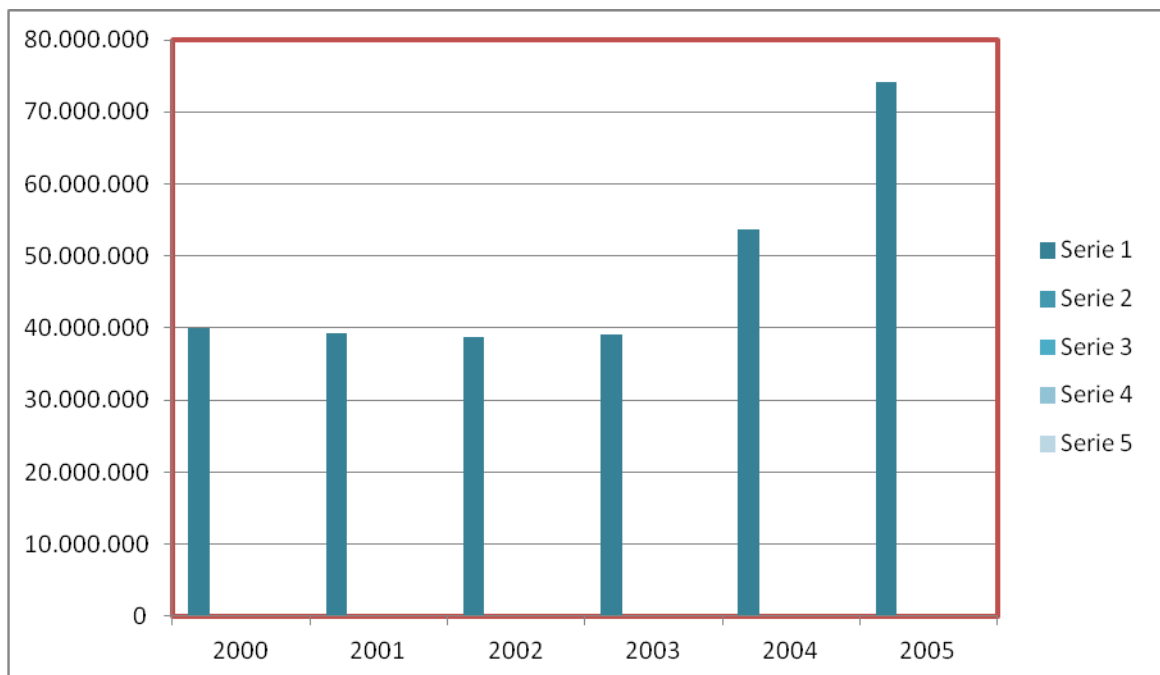
Las anteriores cifras dejan evidenciado un acelerado aumento en el número de visitantes y un aumento en las ventas de nivel nacional e internacional sobre los productos artesanales, ello permite evidenciar que existe un potencial muy importante, pero, también una promoción no suficiente, ya que dichos eventos permiten comercializar, pero si no se promueve y fortalece una producción a nivel nacional de amplia calidad y capacidad productiva, las demandas internacionales no podrán ser abastecidas, dejando dichos eventos casi sin un impacto importante para beneficiar a las mujeres, sin embargo, se puede promover por medio de ellos

¹⁶ Expoempresaria. <http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=651>. Bogotá. 2009.

un llamado mas significativo, para que, el sector político logre captar una mejor idea de su importancia, y entender una dimensión más precisa de los grandes beneficios que preceden sobre las oportunidades que brinda para beneficiar a muchos Colombianos, especialmente a las mujeres, y por lo tanto de las artesanías producidas por ellas, puesto que estos normalmente se realizan en ciudades periféricas donde la mayoría asisten de la misma ciudad donde se realizan, en cambio los que vienen de otras ciudades solo representan grupos de empresarias artesanas, las cuales cuentan con suficientes o altos recursos para transportarse con sus propuestas en estos mercados, donde se hace posible abrir importantes negocios, es decir aun hace falta fortalecer esta labor en los sectores municipales distantes de dichas ciudades, donde el bienestar social aun es muy precario.

En este sentido se puede exponer un análisis nacional de las artesanías Colombianas, del cual se encuentran las siguientes cifras:

EXPORTACIONES DE ARTESANÍA COLOMBIANA PRECIO F.O.B. US \$ 2000 – 2005



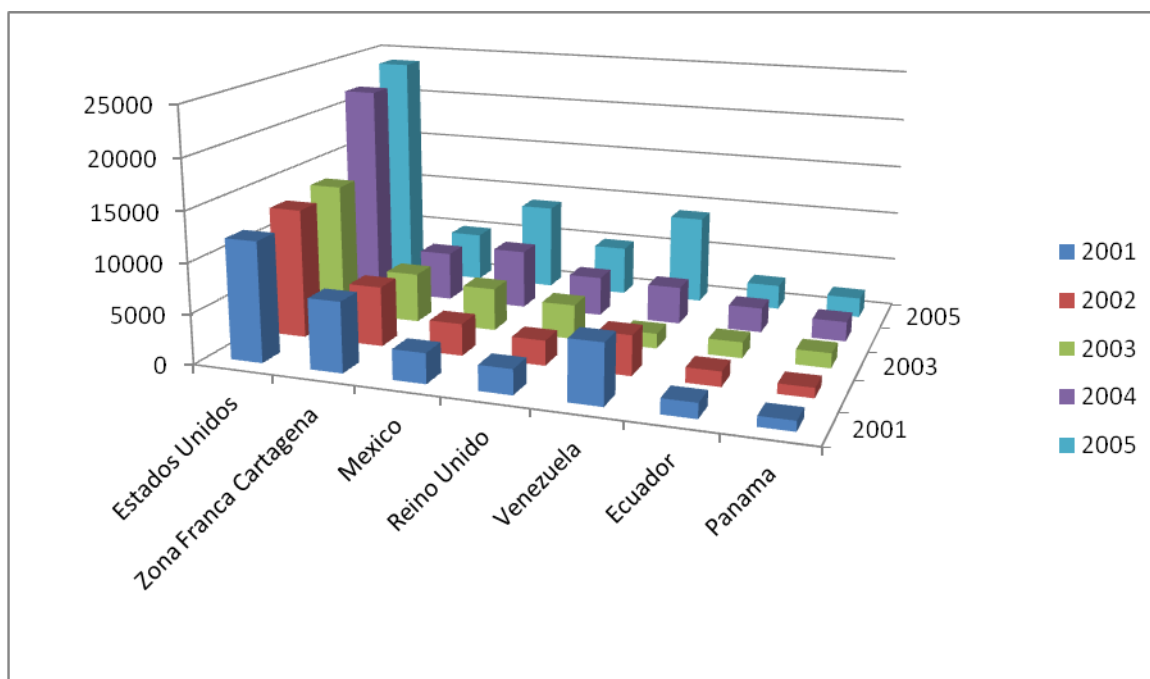
Fuente: Sandra Strouss. Artesanías de Colombia. Colombianas precio F.O.B. US\$ 2000 – 2005. http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion_Sandra_Strouss.pdf. Ministerio de comercio industria y turismo. Bogotá. 2006. Pág. 34.

Actualmente la información de las Exportaciones de Artesanías Colombianas es muy amplia, pero se puede encontrar que es un mercado importante que no se puede demeritar y que resulta un mercado muy importante para estimular y aprovechar con fuerza, ya que representa importantes soluciones para el desempleo, la desigualdad, la inequidad y el subdesarrollo económico.

Siguiendo la anterior gráfica se puede ver que en el 2004 y el 2005 se mostró un aumento consecutivo de las exportaciones de artesanías, lo que evidencia que: los eventos internacionales de exposición empresarial brindan un aporte al crecimiento de las exportaciones en productos netamente Colombianos, sin embargo, estos no constituyen la forma más adecuada de hacerlo para productos donde, la mano de obra es totalmente o en su mayor parte manual, ya que quienes se dedican a la producción de ellos, las artesanas y los artesanos, requieren de mucho tiempo en la producción de estas, dejando para estos menores posibilidades en tiempo y recursos de dedicarse a comercializarlos, lo que hace necesario promover eventos internacionales exclusivamente para la promoción, comercialización y venta de artesanías y la construcción de escenarios centrales, dedicados únicamente a la comercialización de las artesanías Colombianas. Pues se trata de valorar los productos de los artesanos Colombianos y no convertir estos escenarios, en espacios exclusivos para los intermediarios. Pues si no hay tal apoyo a los productores, el aumento de la demanda se hará en un momento imposible cubrir al mediano plazo, lo que afectara la venta en general de artesanías Colombianas, ya que comercializarlas, es hacerlas atractivas y comerciadas con una capacidad al menos superior al 50% de la demanda. Pues el aumento de la demanda y la baja de la oferta aumentará los precios y ello alejara los clientes de los productos y los hará menos competitivos con las artesanías de otros países del mundo. Lo que se convertirá

en una gran dificultad para brindar mayor equidad en las mujeres, a partir de la producción de artesanías.

EXPORTACIONES DE ARTESANÍAS COLOMBIANAS POR PAÍS



Fuente. Sandra Strous. Artesanías de Colombia. Exportaciones de artesanías colombianas por país. http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion_Sandra_Strouss.pdf. Ministerio de comercio industria y turismo. Bogotá. 2006. Pág. 36.

Como se puede ver, de las exportaciones de artesanías más destacadas, existe un efecto inverso interesante, pues hacia Estados Unidos eran muy altas, pero con el tiempo han venido disminuyendo, lo cual indica que el aumento de controles en este país han resultado una gran limitante para nuestro país, en la zona franca de Cartagena por el contrario han mostrado un aumento paulatino, seguido a ello en México se muestra una disminución paulatina de las exportaciones, en cambio en Venezuela se muestra una disminución sucesiva y después un repunte paulatino, lo que evidencia que la exportación de artesanías Colombianas es en realidad atractivo para los consumidores internacionales como lo evidencia la zona franca

de Cartagena, pero las disminuciones y dificultades presentadas en los países que más compran artesanías a Colombia muestran básicamente una baja en las exportaciones, que puede atribuirse especialmente a la falta de conocimiento en exportaciones del sector artesanal y los dificultosos trámites de exportación creados por problemas contra el narcotráfico en los EUA y políticos con Venezuela, en cambio en México se trata de una disminución muy leve que puede responder especialmente a una dificultad de responder a la demanda y la falta de conocimiento para hacer exportaciones como se ha señalado.

En respuesta a ello en los últimos años, el panorama de abandono del sector de las Artesanías de Colombia, ha cambiado, mostrándose un leve aumento en el apoyo hacia este, debido entre otros factores, a “una gran demanda de mano de obra, que se ubica con una participación de un 15% en la ocupación en el sector manufacturero con 350.000 personas aproximadamente, lo que ha favorecido las políticas de empleo nacionales, generación de nuevos puestos de trabajo a los artesanos colombianos. En dichos términos según estimaciones de Artesanías de Colombia, 260.000 personas producen artesanías, cifra que representa un 15% de la población de la industria manufacturera”¹⁷. Lo cual hace un llamado a darle gran importancia al sector de artesanías como alternativa de empleo y creación de empresa para mejorar las condiciones de vida de la mujer y hacer con ello un impacto social y económico con equidad de género en el país, aspectos que en su conjunto hacen más importante la necesidad de comercializar a nivel internacional con una labor nacional, enfocada en el fortalecimiento de la producción en el sector, como base para responder productiva y competitivamente a la demanda.

En la actualidad, “se encuentran proyectos para el mejoramiento de la competitividad, actividades anuales, implantación de centros de desarrollos artesanales, mejoramientos de la comercialización de la artesanía a nivel nacional

¹⁷ Artesanías Colombianas. [http://www.productosdecolombia.com/main/ Colombia/Artesanias.asp](http://www.productosdecolombia.com/main/Colombia/Artesanias.asp). 2011.

e internacional; proyectos que se enfrentan a estas principales situaciones en el sector artesanal en Colombia:

- Desconocimiento de la importancia socioeconómica y cultural del sector.
- Deficiencias en calidad
- Falta de innovación en los productos
- Baja capacidad de respuesta a pedidos de volumen.
- Debilidades en la organización para la producción y la comercialización”.¹⁸

Dichas problemáticas evidentemente, no promueven la comercialización competitiva nacional e internacional de los productos artesanales de Colombia, para lo cual se hace aun más necesario la promoción, capacitación y asesoría de toda la cadena de valor de la comercialización de estos productos, buscando finalmente una asociación de artesanos con el objetivo de aumentar su competitividad a través de las anteriores variables.

A ello es importante sumar la importancia internacional de la “apertura económica, ya que la oferta tradicional del sector artesanal ha requerido asumir el reto de desarrollar condiciones de competitividad necesarias para poder mantener o ampliar su participación en un mercado competido, con una oferta fuerte y creciente de China y Taiwan, México, India, Indonesia, Tailandia y África, entre otros. Sumado a ello se destaca que la crisis, originada por el choque entre una oferta tradicional estancada y las nuevas demandas, ha enfrentado a la artesanía colombiana al dilema de su desarrollo o desaparición, que pone en riesgo la supervivencia de la mayoría de artesanos que aún no han podido adaptar sus formas de producción a las exigencias de productividad y competitividad actuales”¹⁹, y en consecuencia de las mujeres artesanas y el sector artesanal de nuestro país, lo cual deja en evidencia que las exportaciones Colombianas no están muy bien para entrar a competir a nivel mundial a pesar de ser tan

¹⁸ Artesanías de Colombia. http://www.galeriaartesanaldecolombia.com/nuestras_articulos.html. 2011.

¹⁹ Artesanías de Colombia. http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Movil/Publicacion.jsf?conteni_dold=727. Oficina de Planeación. Bogotá. 2011. Pág. 1.

apetecidas, a partir de lo que se puede corroborar que el apoyo en la creación de empresas productoras de artesanías es fundamental para pensar en comercializarlas a nivel internacional de forma competitiva y sostenible.

EL COMERCIO DE LAS ARTESANÍAS

Siguiendo los anteriores análisis de las exportaciones de artesanías y por cantidad y por países se puede encontrar que para lograr comercializar artesanías a nivel nacional e internacional se requiere pensar una infraestructura integral de la producción, el crecimiento del sector y el comercio nacional e internacional, de modo que se reconozca la belleza y el potencial de las artesanías Colombianas dentro de los Colombianos y así mismo se las produzca y exporte con entusiasmo, ya que ellas constituyen una importantísima fortaleza del crecimiento de la economía nacional y la disminución del desempleo. Siendo todo ello la forma en que se puede aprovechar el potencial económico y social de las artesanías para favorecer con equidad de género a las mujeres, pues sin su competitividad internacional la consejería presidencial para la equidad de la mujer poco podrá apoyar para evitar tantos aspectos que desfavorecen a la mujer como el mal pago de los sueldos, cuando se debiera promover empresarias para que den empleo a mujeres y estas mismas paguen a la mujer sueldos integrales que reflejen equidad e igualdad en las oportunidades y la calidad de vida para las mismas. En este sentido se necesita garantizar que crezca un cumulo de mujeres capaces con visión empresarial, con altos conocimientos sobre la creación de empresa, competitividad en el comercio internacional y las artesanías para que sean ellas mismas las que emprenda grandes proyectos de empresa hacia el sector y sea la consejería presidencial para la mujer la que supervise el progreso de las mismas y verifique el apoyo de la mujer donde la equidad se encuentra palpable, tangible y real.

Para entrar en este proceso se requiere tener en cuenta “El informe Nacional de Competitividad 2010-2011, como una valiosa herramienta que proporciona

información útil sobre el estado actual de temas relevantes para el crecimiento del país, además de ser un instrumento para hacer seguimiento a las políticas de competitividad y un motor generador de nuevas ideas y propuestas para mejorar la productividad de Colombia²⁰, el cual, permite “reconocer cuales son los problemas que enfrenta el crecimiento económico del país, entre los cuales se destaca la informalidad, contra el cual se requiere de una labor de acompañamiento y apoyo a dichas empresas que permitan desarrollar su potencial”²¹, pues se trata de capacitar personas que en su mayoría son de un nivel de educación medio y bajo, que cuentan con un potencial importante para entrar al sector de la producción de artesanías.

Seguido a lo anterior resulta importante promover y “Crear nuevas formas de organizar, gestionar, entregar, comercializar, vender y relacionarse con clientes y proveedores, logrando, en ultima instancia, generar valor agregando a través de toda la cadena productiva”²², no solo proyectos o programas dedicados a la competitividad, sino también programas nacionales como el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 (Prosperidad para Todos), que tratan de desarrollar estrategias que permita el crecimiento integral de las principales problemáticas en el país, con apoyo de pilares y estrategias, basadas también en generar una cultura de innovación y emprendimiento. Principalmente, con “apoyos transversales a la competitividad tales como: un ambiente de negocios sencillo y predecible con reglas de juego claras que incentive la generación y el desarrollo de negocios, un fácil acceso a un sistema financiero competitivo y profundo, unas alianzas público-privadas sólidas”²³, que resultan muy favorables para la propuesta que se quiere destacar en el estudio.

²⁰ Informe nacional de competitividad. 2010-2011 resumen ejecutivo

²¹ Ibid. Pág. 7.

²² Ibid. Pág. 7.

²³ Ibid. Pág. 10

PROPUESTA COMERCIO DE ARTESANÍAS DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Dada la importante necesidad de responder a las demandas de millones de mujeres por que se les trate con equidad de género, y al mismo tiempo cumpliendo con la Constitución Política Nacional de 1991 y el DIH, centradas en que se garantice, la igualdad social y la equidad de género, es importante aclarar que si no se promueve en un proyecto social donde la igualdad de oportunidades entre estratos dentro del género de las mujeres, no es posible garantizar la equidad de género, ya que siempre tenderá a persistir el pago disminuido de sueldos a las mujeres, de hecho son muchas las mujeres de estratos altos, sin importar su color las que pagan mal o menos de el mínimo a las mujeres. Dicho criterio es importante resaltar para que la alta consejería presidencial para la equidad de la mujer y la presidencia de la república tengan en cuenta a favor de nuestro país que demanda tanto apoyo en los grupos sociales más débiles de la sociedad, especialmente cuando son millones de Colombianas en el país las que demandan la equidad de género, sobre todo porque se les brinde empleo, posibilidades de crear empresa y se les brinde sueldos dignos e integrales.

Sumado a lo anterior se ha evidenciado en muchas formas que el sector de las artesanías constituye una amplísima posibilidad y el mejor medio para promover la empresa y aumentar las posibilidades de empleo para las mujeres, especialmente a ser versátil en el ámbito económico y comercial, de baja inversión comparativamente para los beneficios sociales que brinda además que económica y ecológicamente sostenible, ya que se puede manejar con proyectos transversales de turismo, cultura, agroindustria, medio ambiente, emprendimiento empresarial, creación de empresa y comercio exterior; sin embargo, es de clave importancia explicar que dicho sector brinda oportunidades más cercanas en el tiempo para mejorar y ampliar los niveles de equidad en la mujer, ya que son muchos los hombres que se desempeñan en el ámbito tecnológico y profesional, escenario que solo en décadas podrá lograr una equidad total.

En cuanto a los hombres y mujeres con preparación técnica y tecnológica es importante comprender que ello ya constituye ya constituye una problemática de igualdad de clases sociales donde la igualdad de oportunidades sea abierta tanto para los altos estratos como los bajos estratos, aspecto en el cual solo se puede pensar una equidad dentro de las poblaciones de mujeres que se apoyen, de modo que se garantice la igualdad de oportunidades para todas las mujeres, sin diferenciar ni discriminar su estrato, nivel de educación y color, y por lo tanto a cada una de ellas brindarles el apoyo que necesiten en capacitación, financiación, acompañamiento y asesoramiento que requieran hasta garantizar que todas puedan participar en el sector de artesanías con igualdad de condiciones económicas, y de capacitación necesaria para que la equidad que se busca para la mujer tenga sentido y refleje un verdadero impacto social.

Respondiendo a estos criterios básicos, se propone seguir los siguientes principios en la propuesta, especialmente porque describen el contexto a tener en cuenta:

1. Dar respuesta administrativa desde la alta consejería presidencial para la equidad de la mujer, siempre responda en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, “implementar estrategias para apoyar el emprendimiento cultural: identificar y desarrollar procesos de emprendimiento cultural, elaborar estrategias para la promoción de inversiones en las industrias culturales, apoyar técnica y financieramente a las empresas culturales de mejor tamaño y desarrollar programas de formación del sector artístico y cultural”²⁴, lo cual constituye la base legal de lo que se gestione y desarrolle.

2. Como ya se ha visto, dicho plan (PND) deja evidencia de la necesidad de hacer mayores esfuerzos para promocionar eventos internacionales, que le

²⁴ Ibid. Pág. 22

permitan a la mujer especialmente a las que se dedican a las artesanías a ser más competitivas en la oferta de sus productos.

3. A la vez que se requiere que **se las asesore y guie para ejecutar sus negocios internacionales para que los realicen adecuadamente sin muchas dificultades, por su falta de conocimiento y capacitación en el comercio internacional**, pues habrá que cumplir un proceso para que estas puedan por sí mismas realizar los trámites de ventas internacionales que requieran.

4. Sumado a ello **se las capacite, asesore y guie especialmente en su capacidad para ofrecer amplias cantidades con mayor calidad**, ya que actualmente las artesanías se han convertido en una alternativa mundial de empleo en todos los países del mundo, para poder atraer mayores visitantes y compradores a la exhibición, ofrecimiento y venta de estos productos.

También resulta importante recordar que según cifras ya destacadas, “260.000 personas producen artesanías, cifra que representa un 15% de la población de la industria manufacturera”²⁵, lo cual sumado a los resultados de “La primera feria de expoempresaria fue visitada por 7.615 personas que hicieron compras por 406 millones de pesos. En la segunda versión se logró un consolidado en ventas de 480 millones, correspondientes a 8.121 visitantes. Para la tercera versión 15000 personas asistieron al evento, generando ventas por 669 millones de pesos”²⁶, se puede ver cómo el apoyo a la mujer se evidencia en otras maneras, pero destacada la importancia de las artesanías en la economía se puede evidenciar que realmente la participación de las mujeres artesanas, ha sido ampliamente llamativa.

²⁵ Artesanías Colombianas. [http://www.productosdecolombia.com/main/ Colombia/Artesanias.asp](http://www.productosdecolombia.com/main/Colombia/Artesanias.asp). 2011. Pág. 1.

²⁶ Expoempresaria. <http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=651>. Bogotá. 2009. Pág. 1.

5. Dadas las anteriores cifras se evidencia un acelerado aumento en el número de visitantes y un aumento en las ventas de nivel nacional e internacional sobre los productos artesanales, ello permite demostrar que existe un potencial muy importante, pero a la vez encontrar una promoción insuficiente de dichos eventos, **aspectos que en su conjunto hacen un llamado para brindar al sector de las artesanías especialmente enfocado en el apoyo a las mujeres reciba un apoyo más sistemático, donde el compromiso del estado se refleje desde un control nacional, sobre los municipios y gobernaciones (de modo que cada localidad maneje un proyecto transversal, completamente integral de apoyo a las artesanías y especialmente a las mujeres artesanas), para que el mercado y la comercialización nacional e internacional de las artesanías crezca y logre abarcar una gran capacidad internacional, para beneficiar íntegramente a la mujer como lo requiere.**

6. Sumado a lo anterior hay que destacar que el sector empresarial en general, el de las mujeres, y por lo tanto de las artesanías producidas por ellas, el apoyo que se les brinda normalmente se realizan en ciudades periféricas donde la mayoría asisten de la misma ciudad donde se realizan, en cambio los que vienen de otras ciudades solo representan grupos de empresarias artesanas de suficientes o altos recursos para transportarse con sus propuestas en estos mercados, donde se hace posible abrir importantes negocios, es decir aun hace falta fortalecer esta labor en los sectores municipales distantes de dichas ciudades. **Dicha situación evidencia la necesidad de hacer mayores esfuerzos para promocionar eventos internacionales, que le permitan a la mujer especialmente a las que se dedican a la producción de las artesanías a ser más competitivas en la oferta de sus productos, especialmente en su capacidad para ofrecer amplias cantidades con mayor calidad,** ya que actualmente las artesanías se han convertido en una alternativa mundial de empleo en todos los países del mundo, para poder atraer mayores visitantes y compradores a la exhibición, ofrecimiento y venta de estos productos. Pues sin dichos eventos y sin asesoría

en el comercio nacional e internacional de sus productos resulta difícil para las mismas promover sus productos, pues si no se hace así no se está valorando sus productos ni el sector de las artesanías, ya que dependería de los meros comerciantes, ya que ellos pueden comerciar artesanías de todo el mundo y muchos productos más.

7. En los anteriores términos resulta fundamental destacar la importancia que tiene, el hacer una mirada a lo que en principio, representan las artesanías en el mundo si se pretende brindar un apoyo, para comercializar *internacionalmente los productos que ofrecen las mujeres artesanas de Colombia, pues si no se tiene una visión de la importancia y trascendencia de las artesanías como tal a nivel Internacional y de estas en Colombia, no será posible lograr una labor en la que se apoye a las artesanías y dentro de ello se abra un espacio para brindar un apoyo en el que se valoren cultural y económicamente las artesanías de las Mujeres Colombianas*. Pues si bien resulta para cualquier persona -maravilloso imaginar cómo fueron elaboradas todas las artesanías que se exponen en el museo de oro-, también lo es para muchos compradores internacionales tener el privilegio de contar con artesanías de gran belleza y calidad hechas a mano con laboriosidad de una persona especialmente dedicada en Colombia.

8. Debe por lo tanto quedar comprendido para la alta consejería presidencial para la equidad de la mujer, que *el elemento más importantes para pensarse un apoyo de impacto especial con equidad de género para las mujeres y claridad en la labor de apoyo que hay que orientar el apoyo privilegiándolo hacia las más necesitadas (estratos bajos), donde se requiere tener conciencia desde la labor institucional y gubernamental, de valorar de forma directa y solida las artesanías y la producción de estas*.

9. Lo anterior requiere en consecuencia de hacer mayores esfuerzos para que, **el estado dentro de su Plan de desarrollo, que incluya un plan integral de**

apoyo especial a los empresarios y empresarias de menores posibilidades para: fortalecer el emprendimiento y desarrollo de sus empresas, valorando no solo su capacidad de ingresos adicionales, sino su valor cultural y representativo de los artículos Colombianos. De hecho en la mayoría de empresas se fabrican productos a mano, por los bajos recursos que las poblaciones de dichos estratos tienen para hacerlo, **lo que representa un mayor potencial en la diversidad de artesanías Colombianas,** lo cual da un **valor agregado a la producción de los pequeños empresarios, gran parte de ellos mujeres.** Lo que hace reflejar una condición especial para estimular empresa productoras de artesanías, sobre todo cuando en la actualidad la microempresa requiere emprender proyectos de menor inversión y más facilidad de pago, condición que brindan las artesanías solo si se garantiza el comercio internacional de estas, y se pone a las mujeres artesanas como símbolo de emprendimiento, pues en su mayoría, son personas de bajos estratos con un bajo nivel de educación y pocos ingresos, siempre dispuestas a trabajar y progresar.

10. En concreto ello deja claro que **se trata de brindar un apoyo subsidiado en el que la capacitación y el aporte económico para fortalecer las empresas, lo brinde el estado y se recupere dicho aporte, a partir de: un porcentaje asumido a partir de los recursos que dejen la preventa de cada artículo y la venta consecutiva de los productos exclusivos de cada artesana o artesano a nivel internacional, lo cual se favorecería en un fondo rotatorio para las mujeres microempresarias dedicadas a la producción de artesanías Colombianas.** Pues si se prende un comercio internacional exitoso de las artesanías, el estado deberá ponerse manos a la obra para que las ventas de los artículos de las artesanas se garantice capacitándolas y acompañándolas en las exportaciones de sus productos, ya que será un potencial de las utilidades libres de estos los que subsidiaran el pago de los aportes económicos para estimular la creación y el crecimiento de la microempresa en las mujeres artesanas.

Pues si ello no se hace así resulta casi imposible para la artesana y el artesano en general poder comercializar a nivel internacional sus productos, cuando no tiene ni siquiera los ingresos suficientes para fortalecer su empresa y hacer que crezca, viendo apenas la posibilidad de aprovechar la artesanía para la supervivencia, lo que resulta una realidad triste y poco representativa a nivel mundial, si lo que se pretende es ofrecer una marca digna de ser apoyada para Colombia.

En complemento de los anteriores puntos y entendiendo que las artesanías son el resultado del potencial, el talento y la creatividad humana que llega a ser rescatada, respaldada y apoyada, económica y técnicamente para suplir la gran demanda de empleo, equidad y progreso que presentan los países subdesarrollados e incluso desarrollados del mundo en la actualidad, se hace muy importante estudiar características significativas para evaluar los aspectos más recurrentes para mejorar dicha propuesta sobre la labor que se requiere para las mujeres artesanas, como son:

11. La capacidad, el compromiso y la permanencia con que se requiere hacer un trabajo de apoyo, asesoramiento y acompañamiento de las mujeres artesanas de Colombia hacia el comercio internacional.

12. Ello además requiere garantizar administrativa, estructurada y organizadamente el apoyo, acompañamiento y seguimiento de los artesanos en su labor productiva en cada una de las regiones y localidades tradicionales.

13. A partir de lo anterior se requiere ampliar el conocimiento, brindar apoyos económicos necesarios e invertir en labores de seguimiento y promoción de los productos de los artesanos.

14. También es importante fortalecer la calidad y capacidad de los productos de estas de mujeres Colombianas hacia la demanda mundial.

15. Respondiendo a lo anterior se requiere crear Escenarios abiertos para la capacitación, el apoyo económico, la exhibición y la venta de las artesanías de Colombia, donde siempre se procure, refleje y garantice una equidad ejemplar con el apoyo hacia la mujer, especialmente por ser un género más frágil en su participación dentro de los mercados económicos.

Dada la importancia de los 5 anteriores puntos, se destaca como ejemplo de caso, el existente en la actualidad, un caso ejemplar de apoyo, el cual se da en la **“asociación de mujeres artesanas de las regiones de Oaxaca,** que fue fundada el 10 de diciembre de 1992 por un grupo de Mujeres Artesanas Oaxaqueñas que **tuvieron la inquietud de vender sus productos de forma directa y sin intermediarios.** Dirigida por la Sra. H. María Aurora Martínez Ríos, pionera y fundadora de la Asociación, esta agrupación inicio con 81 artesanos asociados, mismos que administraban y coordinaban la asociación. La forma de operar los productos de los artesanos es por un sistema de Consignación, el cual consiste en que las Artesanas que desean vender los productos los dejan y a los 15 o 20 días regresen. Ellas se cuentan sus productos y si durante ese lapso se vendieron, rompieron, o perdieron, de inmediato se les hace entrega del dinero del monto total de esos productos, de los cuales se incrementa un porcentaje, el cual es destinado a los gastos operativos de la Asociación, siendo esta cantidad mínima, ya que no podemos encarecer el producto de nuestros Artesanos. De esta forma y con la filosofía de apoyo al Artesano nos formamos y seguimos trabajando superando todas las contrariedades por más de 15 años”²⁷. Ello permite evidenciar que en esta asociación se hace un gran esfuerzo, en el cual, el verdadero interés es, apoyar las artesanías como tal, es decir a sus productores.

²⁷ Mujeres artesanas de las regiones de Oaxaca A.C. <http://maroaxaca.blogspot.com/>. México. 2010. Pág. 1.

Pues si las mujeres que las producen, no logran vender sus productos a buenos precios sin que la venta directa al consumidor sea sin intermediarios, no podrán lograr un ingreso sostenible, para ellas lograr fortalecer su labor y hacer mayores esfuerzos en mejorar la calidad de sus productos y aumentar su productividad, pues cuando sus productos gustan mucho, la demanda aumenta grandemente, pero cuando hay intermediarios no es posible hablar de la generación de ingresos beneficios que brinden calidad de vida a las mujeres en su labor, ni garantizar que se les valore su labor como tal, a partir de lo cual **no se puede hablar de equidad para las mujeres artesanas, ni para los artesanos, lo que revela que hay un desplazamiento del ingreso comercial en el sector, y puede haber una discriminación con las madres cabeza de familia y otras aun de menores ingresos que no pueden garantizar el pago de un préstamo para mejorar su empresa o actividad económica y productiva.**

16. En consecuencia a lo anterior se puede evidenciar que para ninguna entidad internacional interesada en brindar un apoyo integral para la equidad de género, es posible lograr un impacto social tangible en las mujeres, si no se proponen proyectos de creación de microempresa y pequeña empresa, y que la mejor forma de hacerlo es por medio del sector de las artesanías, dentro del cual la mujeres requieren que la consejería presidencial para la mujer diseñe programas para, **garantizar un comercio internacional que maneje criterios de exclusividad en la venta del producto.**

17. También que se diseñe un plan integral estructurado para asegurar la venta buenos productos a buenos precios, evitando siempre que la venta **hayan intermediarios que pretendan acaparar recursos del mercado**, ya que con ello no es posible para mas mujeres artesanas ni para ningún microempresario de las artesanías es posible lograr un ingreso sostenible, que

permita fortalecer su labor, hacer mayores acciones para mejorar la calidad de sus productos y aumentar su productividad.

18. También es importante tener claro que cuando los productos gustan mucho, la demanda aumenta grandemente, para lo que se requiere de una gran capacidad de producción, frente a la cual se necesita **contar con planes focales para aumentar el apoyo a las microempresas de artesanías donde la producción sea necesario aumentarla, de modo que al no tenerse la capacidad para responder a la demanda aumentada, se tengan la posibilidad financiada de enfocarlos en la producción**, pues solo así será posible no dejar perder las posibilidades de una demanda que se puede entusiasmar, en la demanda de los productos, ya que la escases de estos, frente a la demanda hace que suban muchos sus precios y no resulte viables seguirlos vendiendo.

Seguido a lo anterior también en el ejemplo del caso en México, en uno de los aspectos que de allí se destaca, su orgullo por el apoyo a las mujeres artesanas, de hecho resaltan: “en la actualidad la Asociación sigue en pie con 12 socias constituidas, recibiendo a mas de 200 artesanas y artesanos de todas las Regiones del Estado de Oaxaca. Contando con más de 4000 variedades de productos, exhibidas en más de 18 salas, de las cuales contienen Artesanías como Mantelería y Tapetes elaborados en telares de pedal, Barro Negro, Verde, Rojo y Vidriado, figuras en Hoja de Lata, Talabartería, Textil, Figuras de Madera, Alebrijes, Juguetes de madera, Zompantle, Figuras de Totomoxtle, Jarcería, Bisutería, Trajes Originales y Típicos de las Regiones. Al mismo tiempo, la demanda nos ha llevado apoyar Artesanas de otros Estados como Chiapas, Morelos, Puebla, Michoacán, México, integrándose a nuestro sistema, por la honestidad y valor que le damos a su Trabajo”²⁸. Como se puede ver todo ello es un contexto social que permite identificar el progreso de una institución que ha hecho meritos en su apoyo a los artesanos, especialmente por la forma de valorar

²⁸ Ibid.

sus productos y promoverlos, lo que ha atraído mucha demanda de los consumidores y gran confianza en los artesanos, dado el prestigio y reconocimiento que se da por delante a las artesanías como tal, llegando al punto de mostrar un altísimo nivel en la demanda de productos, lo que los ha llevado a apoyar a otros artesanos del país México.

En este sentido el empeño que se ponga desde la alta consejería presidencial para la equidad de la mujer será altamente reconocido y apoyado a nivel internacional según el interés y empeño que estas demuestre en su forma de coordinar con los gobiernos municipales y departamentales del país para impulsar grades proyectos de inversión para el empleo y la microempresa en apoyo a las mujeres más necesitadas, especialmente enfocándose en las artesanías como la forma más versátil para brindar grandes avances en la equidad de género.

ESTRATEGIA FUNDAMENTAL

Todo lo anterior permite plantear que una estrategia fundamental para el apoyo de los artesanos, debe ser **la construcción de un centro comercial especializado en cada ciudad capital y/o ciudad periférica, con el propósito de convertirlo en el escenario principal y tradicional para la promoción y venta de artesanías de cada una de estas ciudades, es decir hacer de ello un centro de artesanías para despertar un gusto nacional e internacional por estas**, pues solo así será posible hacer del lugar el más representativo de la venta y exhibición de artesanías, en cada uno de los distintos departamentos de Colombia; de modo que en dichos centros comerciales **se incluya como política principal el apoyo privilegiado a la producción de artesanías en las mujeres Colombianas (por ser un genero más frágil) y un apoyo especial a la comercialización de las producidas por Mujeres artesanas y hombres artesanos**, para crear un escenario de competitividad y diversidad, en pro de fortalecer el sector en Colombia (en pro del fortalecimiento de una equidad de género); a ello se suma **la construcción de pequeñas edificaciones en los**

pueblos y municipios especializadas únicamente para la venta de productos que sean el resultado del desarrollo microempresarial de estas poblaciones donde se privilegie a la mujer en la distribución de espacios esencialmente dispuestos para las artesanías de mujeres Colombianas.

ROL DE LA ALTA CONSEJERÍA PARA LA EQUIDAD DE LA MUJER

En efecto se concluye como principal propuesta que el apoyo para la equidad de género en la mujer sea administrado y liderado por la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer, guiado y apoyado por todas las instituciones que apoyen a la mujer, las artesanías y la microempresa como tal, para brindar un apoyo en capacitación y espacios para comercializar orientado para exhibir productos de calidad que permitan vender la marca Colombia es pasión y todas las marcas internacionales que ha emprendido el estado alrededor de las artesanías y la mujer.

Pues solo a partir de ello, se podrá contar con un contexto que permita garantizar el crecimiento en calidad y competitividad que demandan los mercados mundiales de artesanías, de lo contrario dicha propuesta se perderá en el tiempo cada que en la consejería presidencial para la mujer, creada en Julio de 1995 mediante la Ley 188, y en el gobierno Colombiano se cambie de presidente y administrado, ya que se trata de hacer del apoyo a las artesanías una política de desarrollo económico para la nación y de disminución de pobreza y desempleo en el país, pues equidad de género sin equidad social, no permite que haya credibilidad para lograr la sostenibilidad de una idea que progresa a nivel internacional convertida en ingresos para las colombianas y los colombianos.

Finalmente es importante que la alta consejería presidencial para la equidad de la mujer, se concentre en evaluar el pago equitativo e integral de los salarios de las mujeres que trabajen en las empresas que participen en el sector de las artesanías y en todas las empresas en general. Sumado a lo cual dicha institución

debe asegurarse siempre de que no existan intermediarios comerciales para las empresas y personas productoras de artesanías, ya que sin ello no es posible hablar de la generación de ingresos beneficios que brinden calidad de vida a las mujeres en su labor, ni garantizar que se valoren las artesanías ni se valore su labor como tal.

De hecho sin ello no se puede hablar de equidad para las mujeres artesanas, ni para los artesanos, ya que dicho problema siempre hará que se desplace el ingreso comercial en el sector de los productores minoristas a los comerciantes y mayoristas, lo cual puede causar una discriminación con las madres cabeza de familia y otras mujeres aun de menores ingresos que no pueden garantizar el pago de un préstamo para mejorar su empresa o actividad económica y productiva.

Se hace necesario que dicha institución haga un gran esfuerzo para el cumplimiento de dichos objetivos respondiendo siempre al el Artículo 2. del **DECRETO** No.0003445 **DE 2010**. Por el cual se crean unas Altas Consejerías en el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República, el cual dice: La Alta Consejería Presidencial para la Gestión Pública y Privada, tendrá las siguientes **funciones legales**.

Dentro de tales funciones se sugiere que se responda con un amplio enfoque de transversalidad de modo que se asesore al presidente para que este lidere en los municipios, los departamentos y las empresas, políticas de apoyo a la producción y comercialización de artesanías, especialmente enfocados en la equidad de género, garantizando el favorecimiento integral de la mujer empresaria y la mujer trabajadora, de modo que todas estas estén enteradas de las posibilidades que brinda el estado para crear empresa y para invertir en el crecimiento de las empresas dentro del sector de producción de las artesanías.

Siguiendo estos parámetros se recomienda hacer mayores esfuerzos en la alta consejería presidencial para la mujer teniendo en cuenta las anteriores 20 propuestas como criterios estratégicos para administrar exitosamente el apoyo para la equidad de género especialmente enfocado la mujer como población desfavorecida del país.

También se recomienda tener en cuenta que “la expansión del comercio ha estado asociada con el aumento del empleo femenino en las industrias de exportación de Asia y América Latina y el Caribe, y de bienes agrícolas en África. En forma similar los servicios comerciales, de informática, financieros y turismos, son sectores frecuentemente feminizados”²⁹, lo cual resulta recurrente en Colombia como país latinoamericano, a ello hay que agregar que “la fuerza de trabajo femenina puede ser objeto más fácilmente de mayor explotación como fuente de competitividad, porque percibe menores salarios, en promedio, está sujeta a restricciones para acceder a determinados puestos, suele concentrarse en micro y pequeñas unidades de producción y carece de conocimientos acerca de los derechos de las trabajadoras y de las leyes protectoras”³⁰. Pues teniendo en cuenta todo ello es posible tomar las acciones necesarias para favorecer a la mujer en los contextos laborales que no lo es.

CONCLUSIONES

En efecto las mujeres artesanas requieren de un apoyo en capacitación y un apoyo financiero, a la vez que un acompañamiento y una asesoría en la comercialización de las artesanías, a ello hay que sumar que se debe evitar en lo máximo que hayan intermediarios en la venta de las artesanías ya que estos estarían absorbiendo las ganancias de las artesanías, pues sin ello los artesanos no podrán lograr un ingreso sostenible que les permita fortalecer su labor y hacer inversiones significativas para mejorar la calidad de sus productos y aumentar su

²⁹ Equidad de género y comercio Internacional. Red Internacional de género y comercio. Alma Espino. 2011. Pág. 40, 41.

³⁰ Ibid. Pág. 40, 41.

productividad, en cuanto a la alta consejería presidencial para la equidad de la mujer se encuentra que para que esta logre brindar un aporte estratégico para el sector de la artesanías a favor de la mujer, se encuentra considera oportuno hacer una importante campaña de promoción del sector, su importancia socio económica y cultural, a la vez que una labor constante de mejoramiento de la calidad, promoción y mejoramiento de la imagen de los productos, un apoyo económico para aumentar la capacidad de respuesta a los pedidos de volumen y apoyo a las artesanas con campañas de comercialización a nivel nacional e internacional. En conclusión lo más adecuado es gestionar una labor transversal con los municipios y las gobernaciones para que apoyen la creación de empresa de modo que a la hora de apoyar la comercialización internacional de los productos de las artesanas Colombianas, estas tengan la capacidad para atender la demanda aumentada de artesanas Colombianas y de este modo surta un beneficio apoyar a las mujeres por medio del asesoramiento, acompañamiento y seguimiento de la comercialización internacional de las artesanías Colombianas.

RECOMENDACIONES

Se recomienda hacer un seguimiento constante no solamente a las mujeres artesanas, sino también a los que comercializan las artesanías para evitar que estos monopolicen el sector, sumado a ello también se sugiere hacer grandes esfuerzos para informar a los productores de artesanías del apoyo que se les brinda y hacer un seguimiento constante al apoyo que los municipios y las gobernaciones brindan a los artesanos procurando una coordinación permanente de la alta consejería presidencial para la equidad de la mujer con estas instituciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alta Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer. Presidencia de la República de Colombia. http://equidad.presidencia.gov.co/Consejeria/Paginas/O_bjetivos-Metas-Funciones.aspx. 2010.
2. Artesanía y Diseño. Definición adoptada por el Simposio UNESCO/CCI "La Artesanía y el Mercado Internacional: Comercio y Codificación Aduanera". http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=35418&URL_DO=DO_TO_PIC&URL_SECTION=201.html. Unesco. Manila. 1997.
3. Artesanías Colombianas. <http://www.productosdecolombia.com/main/Colombia/Artesanias.asp>. 2011.
4. Chudnovsky, D y F. Porta. "La competitividad internacional principales cuestiones conceptuales y metodológicas", Documento de Trabajo CENIT 3, 1990.
5. Definición Artesanías y Diseño por la UNESCO. http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=...
6. Esser, K., Hillerbrand, H., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1994). *Competitividad Internacional de las Empresas y Políticas Requeridas: Competitividad Sistémica*. Berlín.: Instituto Alemán de Desarrollo.
7. Equidad de Género y Comercio Internacional. Red Internacional de género y comercio. Alma Espino. 2011.
8. Expoempresaria. <http://www.businesscol.com/noticias/fullnews.php?id=651>. Bogotá.
9. Informe Nacional de Competitividad. 2010-2011 Resumen Ejecutivo
10. Mujeres Artesanas de las Regiones de Oaxaca A.C. <http://maroaxaca.blogspot.com/>. México. 2010.

11. Perez Infante, J. (1994). Costes Laborales y Competitividad de la Economía Española. *Revista de Economía y Sociología del Trabajo*.
12. PORTER, Michael E. La Ventaja Competitiva de las Naciones: La Necesidad de un Nuevo Paradigma.
13. PORTER, Michael E. Ser Competitivo. La Ventaja Competitiva de las Naciones.
14. Porter. Ser Competitivo.
15. REIS, Pualo & COELBO, Julio Miguel. La competitividad de las Ciudades Portu guesas. El Caso de las Capitales de Distrito. *Revista de Economía Institucional*, VOL II, No 21. Segundo Semestre 2009.
16. Richard Sennet el Artesano. El Artesano Atribulado. 2008.
17. Strous, Sandra. Artesanías de Colombia. Modalidades de venta Internacional.
http://www.clac.cl/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion_San dra_Strouss.pdf. Ministerio de comercio industria y turismo. Bogotá. 2006.