



**ENCUENTRO INTERDISCIPLINARIO SOBRE LA PRODUCCIÓN, LA
COMERCIALIZACIÓN Y EL CONSUMO DE PRODUCTOS ARTESANALES EN
COLOMBIA**

Abril 19 y 20 de 2012

Conclusiones de la mesa de trabajo que se realizó al cierre del encuentro

En esta última sesión participaron practicantes de oficios reconocidos como artesanales y otros catalogados como manualidades y personas representantes de entidades del orden público y privado, interesados en el fortalecimiento del sector artesanal, desde ámbitos como el diseño, la organización, el manejo de la oferta ambiental y, en general, la capacitación.

Al inicio de la sesión, los participantes pusieron de manifiesto las preocupaciones que se exponen a continuación, acerca de Artesanías de Colombia como entidad rectora del sector¹:

1. Las expectativas de los artesanos con respecto a la comercialización no se logran ver cristalizadas, ni en términos de espacios, ni de posibilidades para concretar la oferta de los productos, ni tampoco de capacitación para concretar ventas.
2. La prioridad de brindar apoyo y fortalecimiento a la producción en comunidades indígenas, en detrimento de los artesanos urbanos.
3. Hacen falta canales efectivos de comunicación entre Artesanías de Colombia y los artesanos, puesto que las comunidades, en su mayoría, desconocen los programas y proyectos de capacitación, fortalecimiento y fomento que realiza, así como el impacto de los mismos en las comunidades.
4. Los artesanos no perciben en la institución claridad acerca de lo que ésta, como entidad estatal, entiende por artesano, artesanías y en general por sector de la economía, puesto que a esta entidad direccionan a personas muy diversas que requieren desarrollar alguna actividad económica como alternativa productivas para la generación de ingresos.
5. Los artesanos no conocen políticas públicas para el fortalecimiento del sector artesanal y consideran que las capacitaciones que ofrece la empresa para la cualificación de la mano de obra no son acordes con las demandas del mercado,
6. puesto que éstas parten de la aplicación de tendencias de la moda y no de las necesidades del consumidor y los diferentes nichos de mercado.
7. Artesanías de Colombia reiteradamente plantea la innovación en términos de calidad del producto, dejando de lado la innovación social que atañe directamente a las comunidades de artesanos, y a los artesanos en particular vinculados con los diferentes componentes de la cadena de valor de la artesanía.

¹ La reconstrucción de las preocupaciones y conclusiones se hizo a partir de las notas que se tomaron durante la sesión, las cuales esperamos precisar y ampliar, una vez se haga la transcripción del evento y el análisis de su contenido.



Las conclusiones que se exponen a continuación fueron planteadas por los asistentes de la mesa de trabajo como resultado del encuentro y como fundamento del derrotero temático a tener en cuenta para el próximo evento, que esperamos se constituya en factor importante para la consolidación del observatorio del sector artesanal, que ha sido el objetivo más ambicioso del proyecto de investigación y gestión del conocimiento y para el cual este encuentro fue apenas una apuesta inicial.

1. Se requiere una construcción participativa de políticas públicas para el sector artesanal que se centren en la superación de las necesidades concretas del mismo y posibiliten su potenciación.
2. Crear los mecanismos necesarios para definir a plenitud los oficios artesanales, de manera que éstos sean de comprensión de todos los actores que participan de la cadena de valor del sector, evitando que los oficios se reduzcan a producir sólo bienes de consumo; es decir, sin dejar de lado los servicios.
3. Conocer la totalidad de la cadena de valor y lo que ésta involucra para poder determinar las especificidades y posibilidades del mercado.
4. Crear un observatorio interinstitucional e interdisciplinario que esté en capacidad de entender y medir las características y posibilidades del sector y, a su vez, promover la capacidad de producir valor agregado al trabajo artesanal desde la transferencia de conocimiento.
5. Hacer partícipes a los artesanos de la definición de acciones que se vayan a implementar en el sector, en relación con los diferentes componentes de la cadena de valor de la artesanía y fomentar en los artesanos la importancia de que ellos mismos generen espacios y dinámicas en los que se constituyan en actores activos del sector y no sólo en beneficiarios.
6. Contribuir con la búsqueda de estrategias de organización de los artesanos, bien sea mediante la constitución de gremios o la realización de alianzas que les permitan mayor competitividad en el mercado.
7. Trabajar en procura del equilibrio entre oferta y demanda del producto artesanal para evitar la saturación del mercado, puesto que desde el punto de vista de la comercialización se percibe un gran desfase entre la fuerza de trabajo disponible en el país y el bajo consumo interno del producto.
8. Propiciar espacios de capacitación en los que se fortalezcan todas las capacidades de los actores en los distintos eslabones de la cadena de valor, entendiendo que se debe conocer el mercado para poder competir plenamente en éste.
9. Contemplar políticas que promuevan el comercio justo y eviten la competencia desleal que puede darse entre los mismos artesanos o entre los productores y los intermediarios.
10. Sensibilizar a los jóvenes, promover su inclusión en el sector y su participación activa en la definición y puesta en marcha de programas, proyectos y actividades de fortalecimiento.



Por último, se planteó la pertinencia de realizar un segundo encuentro, en un lapso no mayor a tres meses, en el que los asistentes tengan la posibilidad de interactuar más con los ponentes, en un escenario que podría ser diferente a las instalaciones de Artesanías de Colombia, de manera que se pueda contar con la participación virtual de artesanos de las diferentes regiones del país.

El SENA ofreció su infraestructura mediática y la Facultad de Diseño de la Universidad El Bosque su respaldo y apoyo.

Asistentes al Encuentro

Los datos que se presentan a continuación responden al total de personas que dejaron registrados sus datos, a la entrada del salón de Los Espejos, durante los dos días del encuentro.

ASISTENCIA POR SEXO		
SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mujeres	44	62,9%
Hombres	25	35,7%
NS/NR	1	1,4%
Total	70	100%

ASISTENCIA SEGÚN OCUPACIÓN POR SEXO				
OCUPACIÓN	SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	subtotal
Artesanos	Mujeres	7	10%	20%
	Hombres	7	10%	
Diseñadores	Mujeres	6	8,6%	17,2%
	Hombres	6	8,6%	
Comerciantes/vendedores	Mujeres	3	4,3%	7,1%
	Hombres	2	2,8%	
Ciencias Sociales	Mujeres	10	14,3%	17,1%
	Hombres	2	2,8%	
Otros	Mujeres	18	25,7%	38,5%
	Hombres	9	12,8%	
Total		70		100%



ASISTENCIA SEGÚN TIPO DE ENTIDAD			
TIPO	FRECUENCIA ²	PORCENTAJE	ENTIDADES
Públicas	6	8,6%	Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) Universidad Nacional de Colombia Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH) Ministerio de Ambiente-PNUD
Privadas	15	21,4%	Universidad El Bosque Escuela de Artes y Oficios Santo Domingo Universidad Javeriana Macralá Anaida Artesanías El Balay Galería Deimos
Mixtas	31	44,3%	Artesanías de Colombia
Particulares-Indeterminadas	18	25,7	
Total	70	100%	

ASISTENCIA POR DÍA	
DÍA	ASISTENTES
19 de abril	53
20 de abril	44 ³
	17 ⁴

Abril 26 de 2012

² Corresponde al número de personas, no al número de entidades.

³ Corresponde a las personas que diligenciaron el formato para la sesión de la mañana.

⁴ Corresponde a las personas que participaron en la mesa de trabajo.