

VIII SEMINARIO IBEROAMERICANO DE COOPERACIÓN EN ARTESANÍAS

EL PAPEL DE LA MUJER EN LA ARTESANÍA DEL SIGLO XXI: TRADICIÓN,
INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD

POLÍTICAS DE DESARROLLO DE LA MUJER EMPRESARIA ARTESANA:
ORGANIZACIÓN, PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN

Cecilia Duque Duque
Gerente General Artesanías de Colombia

Panamá, Octubre 27-31 de 2003

POLÍTICAS DE DESARROLLO DE LA MUJER EMPRESARIA ARTESANA:
ORGANIZACIÓN, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

TABLA DE CONTENIDO

- A. Introducción
- B. La mujer en el contexto del desarrollo artesanal en América Latina
 - a. Las políticas de Estado y el Desarrollo de la Artesanía. Caso: Artesanías de Colombia
 - b. Emprendimientos sociales de las mujeres artesanas
 - c. La famiempresa y la creación de empresas artesanales
- C. Las cadenas productivas: estrategia para estabilizar la respuesta a la demanda comercial.
 - a. Actores de la cadena de valor
 - b. Las materias primas y los oficios: la producción
- D. Comercialización
 - a. El entorno
 - b. Los productos: diseño, calidad y precio
 - c. Las especialidades y los Segmentos
 - i. Las Ferias
 - ii. Los nichos de diseño y decoración
 - iii. La mesa y la cocina
 - iv. La Moda
 - v. El turismo
 - d. Desarrollo del concepto de imagen

INTRODUCCIÓN

Expreso los más sinceros agradecimientos al Ministerio de Ciencia y Tecnología de España y a la Fundación Española para la Artesanía, por su invitación para participar en este VIII Seminario Iberoamericano de Cooperación en Artesanías. Así mismo, a la Dirección General de Artesanías de Panamá su generosa hospitalidad con todos nosotros.

En la carta de invitación recibida de nuestro amigo Rafael para participar en el Seminario —a quien de antemano agradezco su deferencia y confianza—, hacía referencia a los muchos años que venimos reuniéndonos en estas jornadas. Y en todos ellos, es verdad que lindas y entrañables amistades se han forjado, muchas experiencias se han compartido, grandes debates se han dado para encontrar respuestas y salidas a la problemática artesanal y además, son estos encuentros oportunidades únicas para volver a vernos y estrecharnos en fraternal abrazo. Celebro pues, esta ocasión maravillosa y espero que aprovechemos al máximo sin igual oportunidad de nutrirnos unos de otros, de nuevos conocimientos y experiencias.

Las reuniones preparatorias para definir los contenidos de las ponencias que habrían de ser traídas al Seminario, obedecieron a **cuidadoso consenso de expertos en la materia. Los temas de “Mujer e innovación tecnológica”, “Mujer y competitividad” y “Mujer y Tradición”,** son de por sí atractivos y de mucho contenido, pero al mismo tiempo nada fácil de abordar, ya que día a día vamos encontrando mayor complejidad, por cuanto la brecha entre lo artesanal vs. lo industrial se hace cada vez más grande; al mismo tiempo presenta oportunidades que requieren conocimiento y experiencia saberlas abordar.

Me corresponde enfocar esta conferencia desde las Políticas de Desarrollo de la mujer empresaria artesana: su organización, producción y comercialización. Y con el fin de darle el enfoque que he pensado invertiré el orden iniciando primero por la producción, la comercialización y luego la organización.

B. La mujer en el contexto del desarrollo artesanal en América Latina

América es rica en tradiciones y en habilidades manuales, heredadas primordialmente de los ancestros aborígenes. La población artesanal se estima en 60 millones de personas aproximadamente. El 65% por ciento la constituyen mujeres provenientes en su mayoría de zonas indígenas y campesinas. La migración a las ciudades, ha ido

cambiando progresivamente el esquema productivo tradicional, aunque todavía se conservan muchas tradiciones.

Por milenios la mujer ha jugado un papel singular en las economías familiares rurales. Es quien ha mantenido la unidad del núcleo familiar, quien ha cuidado de la casa, quien ha educado y quien ha logrado sobrevivir con su trabajo en medios de los embates de inestabilidad que confrontan o han confrontado muchos pueblos de América.

La mayoría de los artesanos desarrollan su actividad en unidades familiares. Todos los miembros del hogar, participan de diversa forma en la actividad económica, igual que en la agricultura.

Diferente a las unidades familiares de sectores urbanos, en los rurales, al participar todos los miembros de la familia en la economía de subsistencia, modela la estructura en pequeñas unidades productivas con alto valor agregado. Por un lado la producción tradicional ancestral y por otro, técnica primitivas cuya fabricación de objetos contribuye a la economía familiar. Son las unidades productivas para consumo local comunitario.

Puesto que la producción artesanal, constituye un sector económicamente activo, los gobiernos y numerosas organizaciones no gubernamentales, nacionales e internacionales, han venido prestando su contribución para fortalecerlo y hacer de él un motor de desarrollo económico de los países. Desde Chile hasta México, y toda el área caribeña desarrollan programas artesanales. No existe ningún país que en una u otra forma adelante actividades relacionadas con la promoción artesanal.

e. Las políticas de Estado y el Desarrollo de la Artesanía.

Desde hace más de tres décadas, los gobiernos de los países que nos encontramos aquí representados, han tomado conciencia del potencial que tiene el sector artesano en la sostenibilidad y generación de empleo. Es creciente la atención que tanto el Estado como los entes privados proporcionan a las comunidades artesanales.

Varios de los países americanos, en esta toma de conciencia, desde el legislativo han emitido leyes que propenden por proteger, promover y desarrollar la actividad artesanal, con mecanismos para la actuación como la creación de empresas de apoyo. Otros, desde el

ejecutivo han creado programas, vinculados al sector cultura o de desarrollo, dependiendo del enfoque estratégico de los mismos.

En uno o en otro sentido, y conociendo los avances que ha tenido la artesanía en países asiáticos y africanos, se puede comprender fácilmente la necesidad de abordar la artesanía en América como una oportunidad para desarrollar la capacidad de crear empresa a partir de las tradiciones en unos casos, y de la nueva artesanía en otros.

El estudio que tuvimos la oportunidad de adelantar para la UNESCO en el año 95, acerca del estado del sector en América Latina, indicaba que son pocos los países que tienen censos artesanales, que les permita, a partir de la información estadística, diseñar los proyectos y programas de apoyo al sector. La evaluación de la década arroja que no fue bueno el acopio de datos, lo que en contexto refleja la manera como se adelantaron programas y acciones en cada uno de los países, lo cual no siempre tiene relación con las necesidades del sector.

En dicho estudio se recomendaba hacia el futuro incluir dentro de los objetivos de política, el diseño y desarrollo de productos, la comercialización, el desarrollo tecnológico, y la organización de la producción, tema principal de mi intervención.

Conviene destacar la evolución económica del sector particularmente en el caso Cubano, el cual incrementó su producción en un 494% al crecer sus exportaciones en un 950% y al aumentar la generación de empleo en un 214%¹.

Hace aproximadamente un año tuvimos oportunidad de llevar a cabo en Bogotá el Primer Encuentro Artesanal Andino, que contó con el apoyo económico de la Corporación Andina de Fomento, CAF, y la participación de los gobiernos y de algunas entidades privadas de los cinco países. En esa oportunidad, tuve la ocasión de visitar en los cinco países andinos numerosas instituciones de gobierno y privadas así como artesanos; y conocer de primera mano el estado del sector, y los programas de desarrollo.²

Fue evidente el sentido de compromiso con el sector, tanto de los representantes de los organismos de gobierno como de los grupos artesanos e instituciones de apoyo. Algo que sobresalió en ese sin igual

¹ Plan de Acción para el Desarrollo de la Artesanía en el mundo. Una Evaluación del Presente, del pasado y su evolución al Futuro. Estudio de América Latina. 1995.

² Participaron 200 artesanos de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.

Encuentro, fue la avidez de los artesanos para conocerse como hermanos, y aprender de las experiencias de unos y otros.

Algo que los responsables de gobierno que trabajan en los programas de apoyo a la artesanía han aprendido, es la de ir de la mano con los artesanos, dejando de lado el paternalismo que imperó en décadas pasadas. Este cambio ha ocasionado incomprendiones en muchos y positivas reacciones en otros. Consideraban que el Estado **estaba llamado a "responder" por la situación de los artesanos, sin tener** en cuenta el aporte que los mismos debían propiciar para su desarrollo. Hoy, el acompañamiento es de tú a tú a través de estrategias diversas, como lo podré explicar más adelante. Este sentir lo compartimos los responsables de los programas en la Región Andina.

- f. Emprendimientos sociales de las mujeres artesanas

- c. La famiempresa y la creación de empresas artesanales

- E. Las cadenas productivas: estrategia para estabilizar la respuesta a la demanda comercial.
 - a. Actores de la cadena de valor

 - b. Las materias primas y los oficios: la producción

- F. Comercialización

El mundo global se mueve cada vez más en el campo de las tendencias. El estudio que tuve la oportunidad de adelantar para la UNESCO en el año 95, acerca del estado del sector en América indicaba que son muy pocos los censos realizados

Del análisis del contexto, se podría recomendar que hacia el futuro se incluya dentro de los objetivos de política el diseño y desarrollo de productos, la comercialización, el desarrollo tecnológico, y la organización de la producción.

El acopio de datos tiene que ver con la información que los países requieren tener para la adecuada toma de decisiones. La evaluación de la década arroja que no fue bueno el acopio de datos, lo que en contexto refleja la manera como se adelantaron programas y acciones en cada uno de los países, lo cual no siempre tiene relación con las necesidades del sector.

Conviene destacar que en este capítulo se refleja la evolución económica del sector particularmente en el caso Cubano quien incrementó su producción en un 494% al crecer sus exportaciones en un 950% y al aumentar la generación de empleo en un 214%.

- a. El entorno
- b. Los productos: diseño, calidad y precio
- c. Las especialidades y los Segmentos
 - i. Las Ferias
 - ii. Los nichos de diseño y decoración
 - iii. La mesa y la cocina
 - iv. La Moda
 - v. El turismo

Desarrollo del concepto de imagen



PROTECTION OF TRADITIONAL CULTURAL EXPRESSIONS UNDER SUI GENERIS SYSTEMS

Cecilia Duque Duque
General Manager
Artesanías de Colombia

Isfahan, Iran, June 2003





Handicrafts and Intellectual Property International Context

UNESCO / WTC Technical Criteria for the classification of artisanal products.
Kyoto, Japan. 1997.

UNESCO / WTC International Symposium: Handcrafts and International
Market: Commerce and Customs Codification. Manila, Philippines. 1997

WIPO / WTC / UNESCO Technical Journeys about legal protection for handicrafts,
La Habana, Cuba. 2001

WIPO / International Seminar about Preservation, Promotion and Protection of
Folklore and Traditional Knowledge.
San Luis do Maranhao, Brazil. 2002.

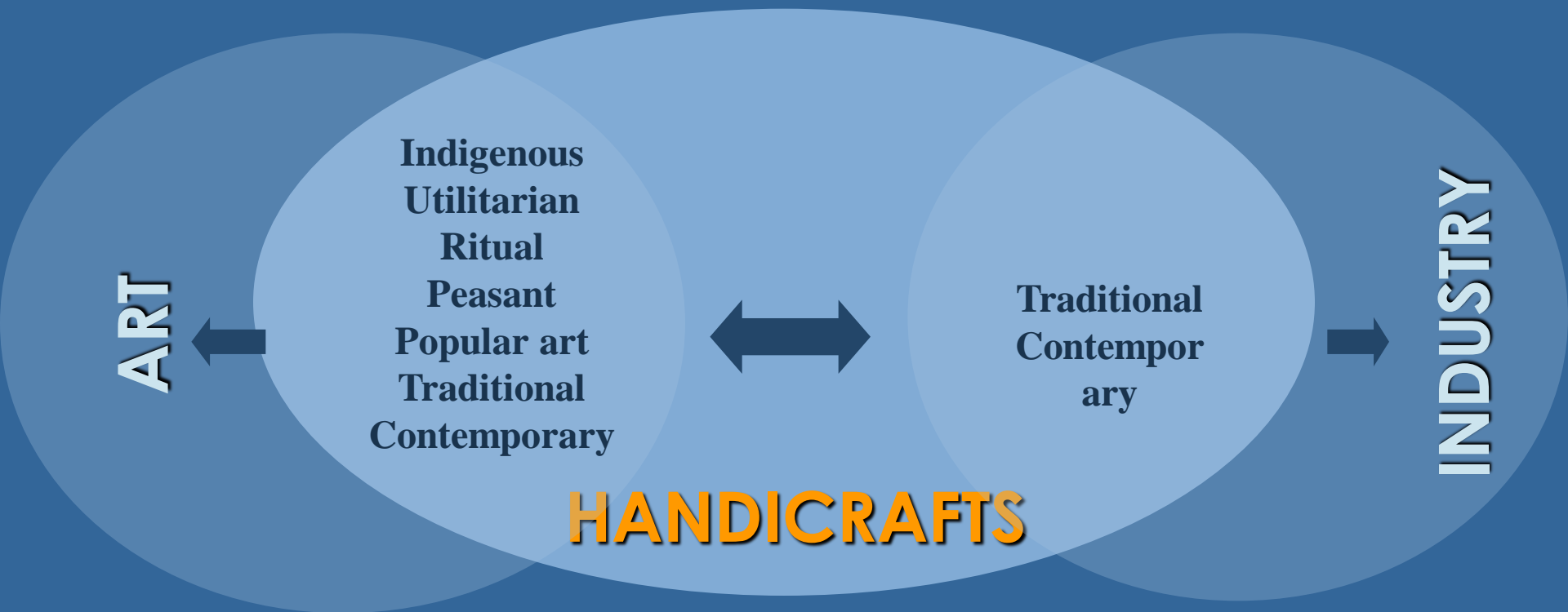


Protection Scopes

	Artistic	Traditional	Contemporary
Artisanal Product		- Craft skill - Traditional technique	- Labor division - Use of machines
Artisan and Community	- Indigenous - Rural - Urban	- Indigenous - Rural - Urban	- Indigenous - Rural - Urban
Production Process (Crafts Workshop)	- Individualized	- Communitarian	- Individualized - Communitarian

Handicrafts Characteristics

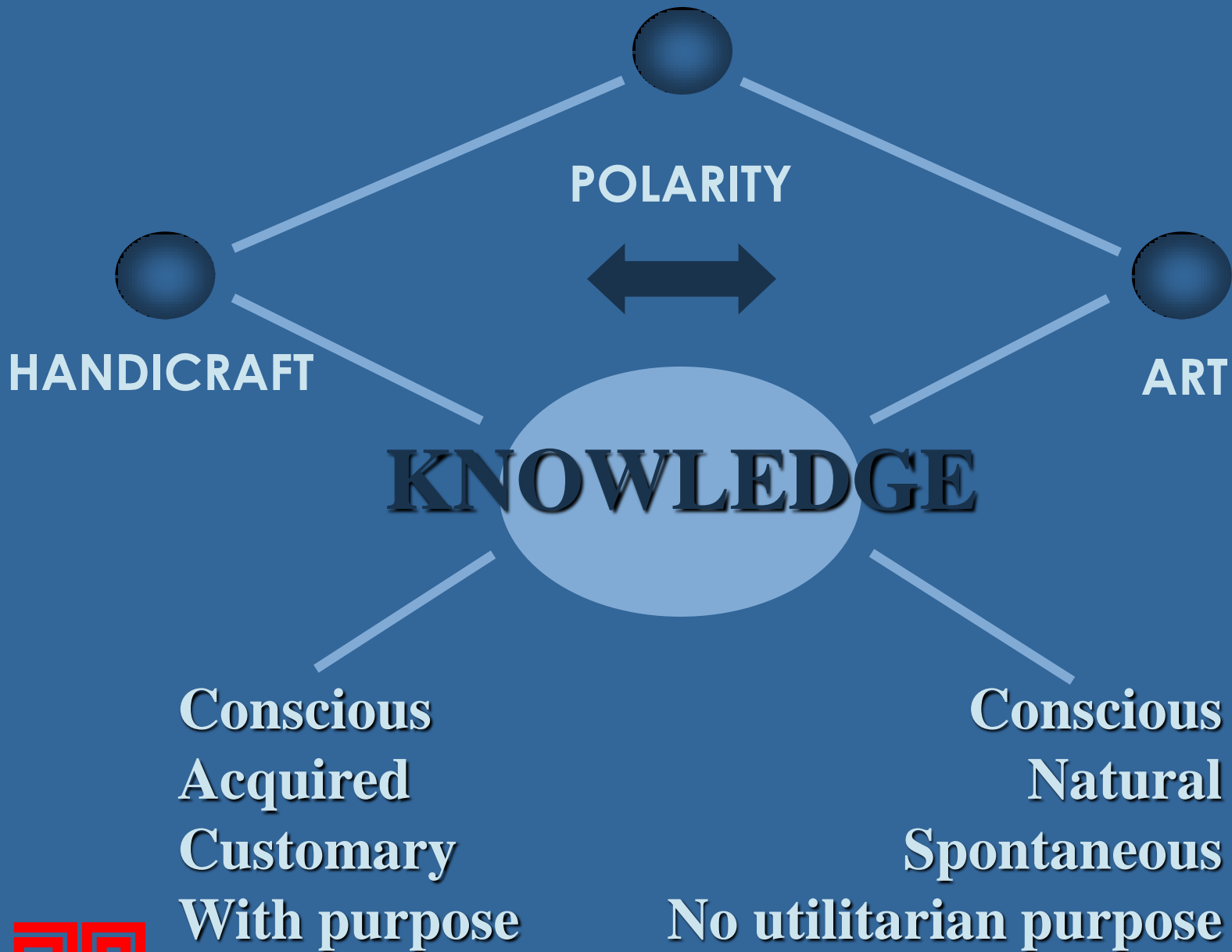
Category	Producer Classification	Design and Style Control	Creativity Component	Education * There may be in each category	Aesthetic Component	Means of Production	Economic Impact, in terms of wages and occupancy
Fine Handicrafts	Designer / Artisan	Total	Total	Art and / or Handicraft Professional	Highly, individualized expression	Limited, including manual & electric equipment	Full time activity as designer / artisan, entrepreneur or educator
Handicrafts	Artificer and Artisan	Partial	Partial	Training and / or Technical Education	Partial and may be personal and individualized	Mainly manual tools and equipment that may be complemented with electrical ones. Many people may be involved in the making of one product.	Work available, though income is the result of a part – time job; generally as complementary activity.
Traditional, popular Handicrafts	Artisan not Artificer (creator – author)	Scarce	Scarce	Local apprenticeship influenced by tradition and environment	Partial with the purpose of preserving traditional	Manual tools and techniques, but product is generally handmade. Many people may be involved.	Work available, though income is the result of a part – time job; generally as complementary activity
Serial Products	Qualified Worker	None	None	School of Arts and Crafts and / or trained at work	None	Assembling, construction and series production techniques, Electric tools and machinery involved; occasionally, the products are manually completed.	Full time job, with income as a result of the job.

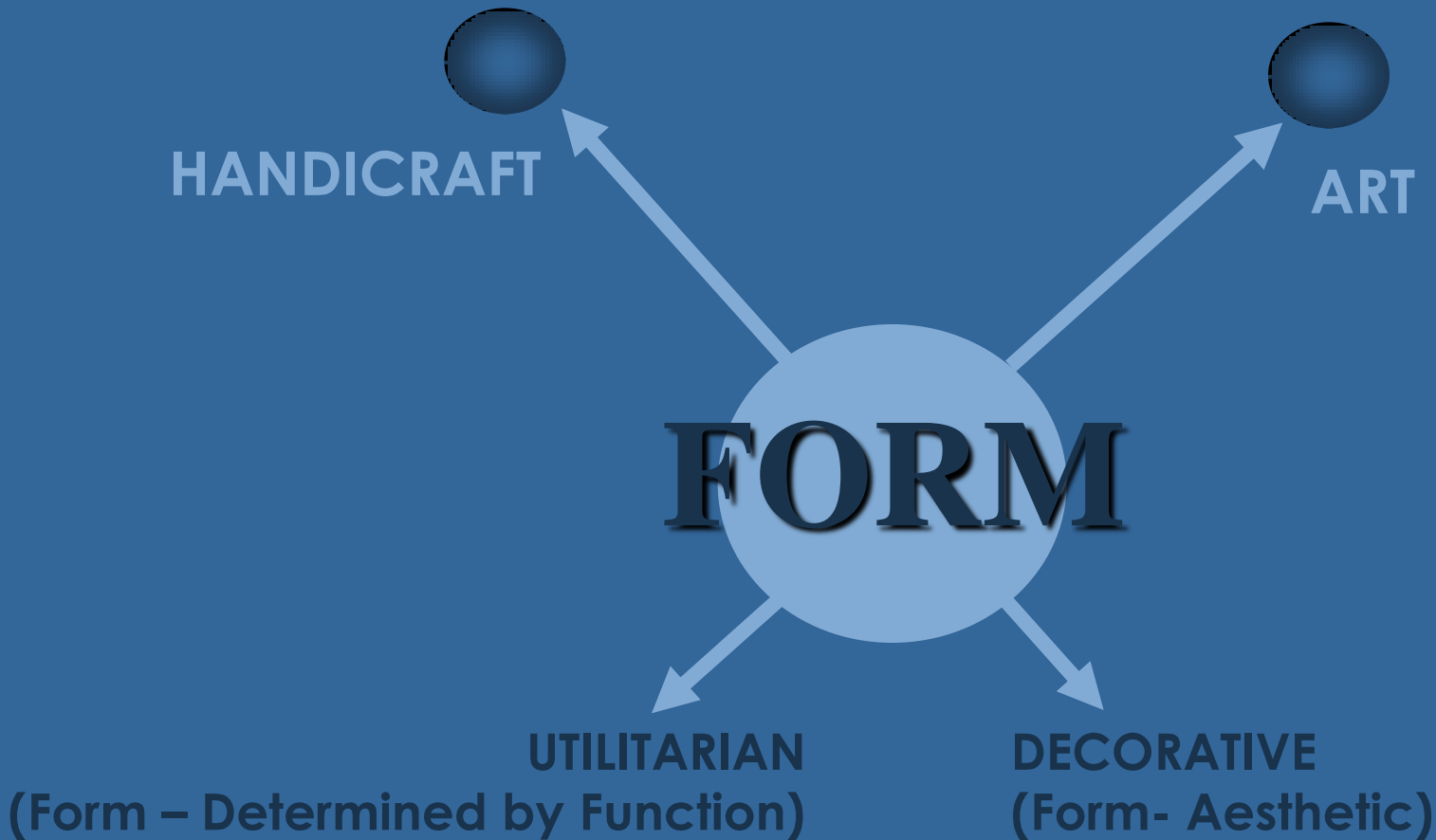


It is inserted in cultural heritage
 It participates in the socio-economic
 geographic niche
 Limited production
 Representative
 Subjective

Intervenes and modifies cultural
 heritage
 Participates in the social economy of the
 micro environment







The beauty of an object by itself is a useless shape.
Utility consists of a shape with a function.



HANDICRAFT

ART

COMPLETION

OBJECTIVE

IMAGINATIVE



Industrial Design

Work of art applied
to Industry

Requirements

1. Shape
2. Visibility
3. Utilitarian purpose
4. Special or different appearance.

1. Artistic creation
2. Utilitarian functions
3. Incorporated in a useful object
 - Handicraft
 - Industrial Product
4. Includes Forms:
 - Bi-dimensional = Drawings
 - Three-dimensional = Prototypes

Industrial Design

Work of art applied to Industry

Differences

1. It is protected by the sole act of creation.
2. The destination of the work is not important.
3. Innovation is not required.
4. Legality is not required.
5. Moral rights.
6. Heritage rights.
7. Protection for use.
8. Protection periods.

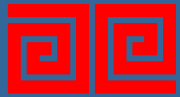
1. Register is necessary.
2. It should have a defined final user.
3. Innovation is required.
4. Legality is required.
5. Limited moral rights.
6. Limited heritage rights.
7. Product protection.
8. Protection periods.

Industrial
Design

Work of art applied
to Industry

Common elements

1. Creations of form
2. Utilitarian purpose
3. A work of applied art can be considered at the same time, an industrial design.



Certificate of Quality Hand Made Products



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia s.a.



ICONTEC



Hecho a Mano



Certificate of Quality Hand Made Products

Agreement between Artesanías de Colombia and the Colombian Institute of Technical Standards ICONTEC

The Certificate has a permanent character, it is granted to artisanal products which guarantee authenticity and quality, according to standards that differentiate them from Industrial products and recognize their traditional and cultural values.

Requirements:

- Natural raw materials
- No use of toxic materials
- Adequate treatment of raw materials
- Quality in production process
- Authentic and high quality products



Certificate of Quality Hand Made Products

Advantages of Product Certification:

GOVERNMENT

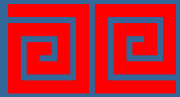
As a control organism, guarantees that crafts fulfill the standards of authenticity and quality

CRAFTSMAN

Guarantee of fulfillment of the required standards

BUYER

Certification that the acquired product is Hand Made



Certificate of Quality Hand Made Products

Certification for Handicrafts

For the first time in history five colombian artisans received the certificate.

Craft Trade = Ceramics

Craft Community = La
Chamba, Tolima





Certificate of Origin

It is the official document for Registration of exports:

Unique and differentiated form of Register for Determination of Origin for artisanal products.

Technical Card- It includes the concept of artisanal craft, and describes the raw materials used, the production technique and the cultural context.

Objective

To promote and facilitate export of Colombian Crafts to world markets, with preferential treatments.

Intellectual Property and Innovation and Product Development



DESIGN CENTERS FOR HANDICRAFTS AND SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

Objective.

- To improve the quality of crafts production through innovation and technological development. The interaction between designers and craftsmen aims at giving a response to the requirements of the global market.
- The objective of the area is to contribute to the development of the sector, linked to the programs in areas as production organization, marketing, training and rational use of natural resources.
- The Design Department was created in 1973. The Design Laboratory was established in 1995 in Bogotá, Armenia and Pasto.



Strategies

**Innovation and
Technological Development**

**Research and Product
Development**

**Development of Human
Talent**



Methodology

Interactive work between Designer and - Craftsman

RESEARCH

RESCUE

REDESIGN

INNOVATION

PRODUCT DEVELOPMENT

TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT



Sui Generis Systems for the Protection of Crafts

Special mechanisms are needed for the protection and preservation of traditional handicrafts and collective knowledge of communities.

Intellectual Property
Author's Rights

Limited protection period for
Traditional Crafts which endure
across time.

Sui Generis Systems as an adequate means of protection.



Study Case

Tuchín, Córdoba

Traditional Product: Vueltiao Hat
Raw Material: Straw – “Caña Flecha”
Artisanal Population: 300 families

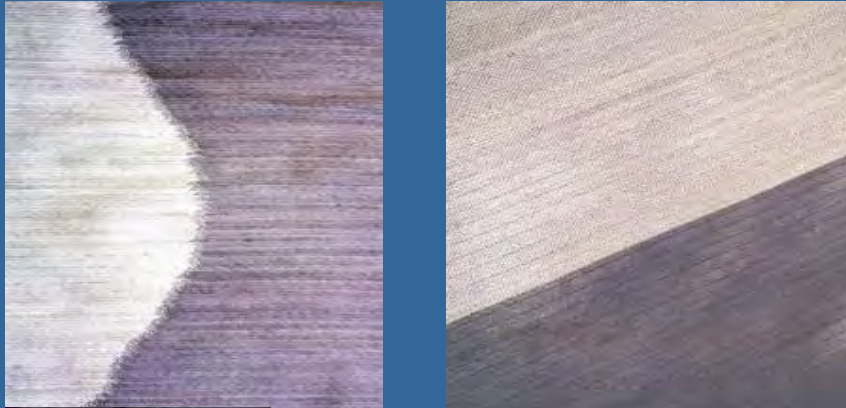
Based on a traditional object as the hat, an innovation process is carried out, preserving the designs and the production systems. With variations in textures and shapes, new products are developed as fashion accessories and objects for interior decoration.





Study Case

Tuchín, Córdoba





Study Case

Tuchín, Córdoba





Study Case

Expoartesanías

International Trade Fair

Strategy: Based on Innovation and Product Development



Strategic Commercial Alliance between Artesanías de Colombia and the Trade Fair Corporation

Artisans must exhibit each year 3 new products. 2850 products are developed through Design advisory.

Participants: 860 Indigenous, Traditional and Contemporary Craftsmen.
Visitors: 100.000

Expoartesanías 2003 reaches its 13 th version.



Study Case

Expoartesanías

International Trade Fair





Study Case

Expoartesanías

International Trade Fair

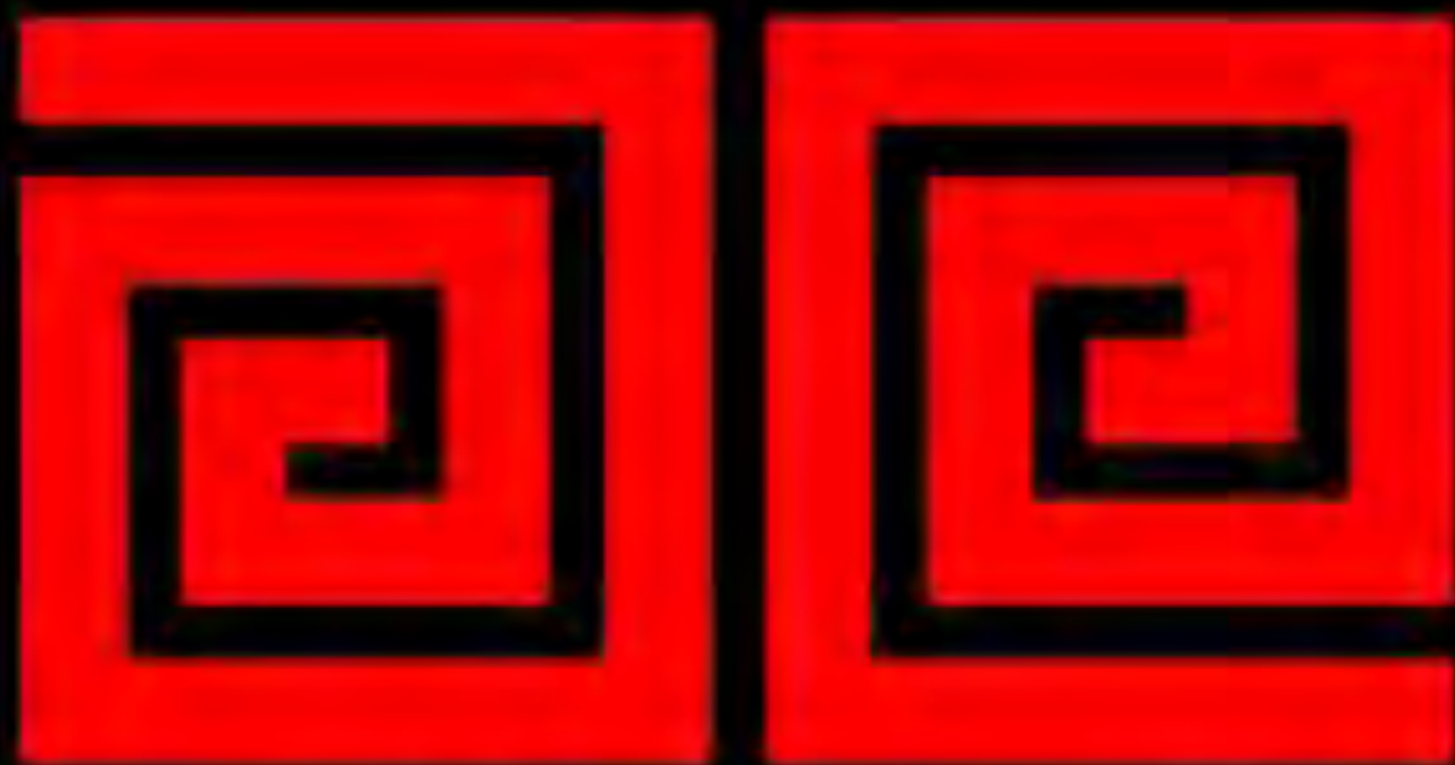




A Distinctive Image for Crafts

Image Building

- Design and product development
- Creating a distinctive colombian look
- Design oriented products
- Communications Strategy



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesañas de colombia.s.a.



Brand Name

Artesanías de Colombia

Proposal:

To use Artesanías de Colombia's institutional name and image as a symbol for the protection of artisanal products and for the preservation of traditional knowledge of crafts communities.

Thank you.



Producto Tradicional:

El Rosario



Nuevos Desarrollos a partir
de las cuentas del Rosario

Thank you.

Nuevos Desarrollos a partir de las cuentas del Rosario



Producto Tradicional



Nuevos Desarrollos a partir de
las cuentas del Rosario

Thank you.