

INFORME SOBRE EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DE LÍNEA DE BASE PARA EL SISTEMA DE INFORMACIÓN ESTADÍSTICO (SIEAA) EN BOGOTÁ

Elaborado por Iván Mendivelso¹

Introducción

El Sistema de Información Estadística para la Actividad Artesanal (SIEAA) es un esfuerzo realizado por Artesanías de Colombia que tiene como fin entender y servir de herramienta para caracterizar el sector artesanal colombiano. Para este propósito se diseñó un cuestionario que capturara la información de diferentes aspectos de la vida de esta población. Se ha aplicado este cuestionario a personas autodeclaradas como artesanas y/o artistas manuales desde 2012 y hasta la fecha obteniendo alrededor de 27.000 personas registradas a lo largo y ancho del territorio nacional. Esta labor se encuentra todavía en desarrollo.

Metodología

Los datos utilizados en este análisis fueron recolectados con base en muestreo no probabilístico. La naturaleza itinerante de la población a estudiar (personas dedicadas a la actividad artesanal), además de la necesidad de tener el listado más completo posible de la población artesanal como otro principal objetivo de este esfuerzo, fueron determinantes para decidir qué metodología de recolección de información aplicar en este escenario. La forma de contacto de las personas pertenecientes al conjunto de datos fueron referenciadas inicialmente por la alcaldía local de cada municipio, para luego a través de muestreo bola de nieve conseguir artesanos que pudieran diligenciar la encuesta.

Por estas razones, a continuación se realizará un análisis exploratorio del conjunto de 2121 registros en el SIEAA como residentes en la ciudad de Bogotá. Se presentarán análisis univariados de variables sociodemográficas, además de poner especial foco en las que tuvieran relación con aspectos económicos del ejercicio artesanal.

¹ Estadístico, Magíster en Antropología Social.

Análisis de resultados

La migración es un factor importante dentro del ejercicio de caracterización porque ayuda a entender la composición de una población determinada. No es difícil encontrar testimonios de artesanos en Bogotá que provengan de diferentes sectores del país por factores asociados con la violencia: “... soy el gobernador de una comunidad de wownaan. Yo soy de una familia de desplazados por el problema de la violencia, en el 2004 primeramente en el departamento de Cúcuta y en el 2009 en la ciudad de Bogotá. Nosotros ya llevamos 6 años viviendo aquí en Ciudad Bolívar, la localidad, el barrio Arabia” (Cárdenas 2015). También se presenta como motivación el deseo y gusto de conocer nuevos sitios y establecer nuevas relaciones sociales: “... he podido viajar, he podido conocer un mundo, amistades” (Ordóñez 2015).

El cuestionario del SIEAA a través de la pregunta 1.15 realiza un acercamiento para dilucidar la proporción en que se da este fenómeno en términos de personas dedicadas a la actividad artesanal que inmigran hacia la capital del país. La pregunta puntual es “¿Antes de vivir en este municipio, vivió en otro municipio o lugar?”. Las respuestas a esta pregunta se pueden ver resumidas en el siguiente gráfico:



Gráfico 1. Lugar de procedencia. Base de respuestas (en adelante BR): 2098.

38% de las personas en la muestra provienen de algún lugar diferente a Bogotá. Pulido realiza un trabajo investigativo sobre población afrodescendiente dedicada a la actividad artesanal en Bogotá (Pulido 2003). Ésta, por ser la capital del país, recibe gran cantidad de personas provenientes de todos sus rincones.

Resulta de interés ver el comportamiento de la población vulnerable al interior del sector artesanal, puesto que es probable que los segmentos de población inmigrantes tengan una

mayor carga de vulnerabilidad debida a las problemáticas sociales y de orden público propias de las diferentes regiones del país:

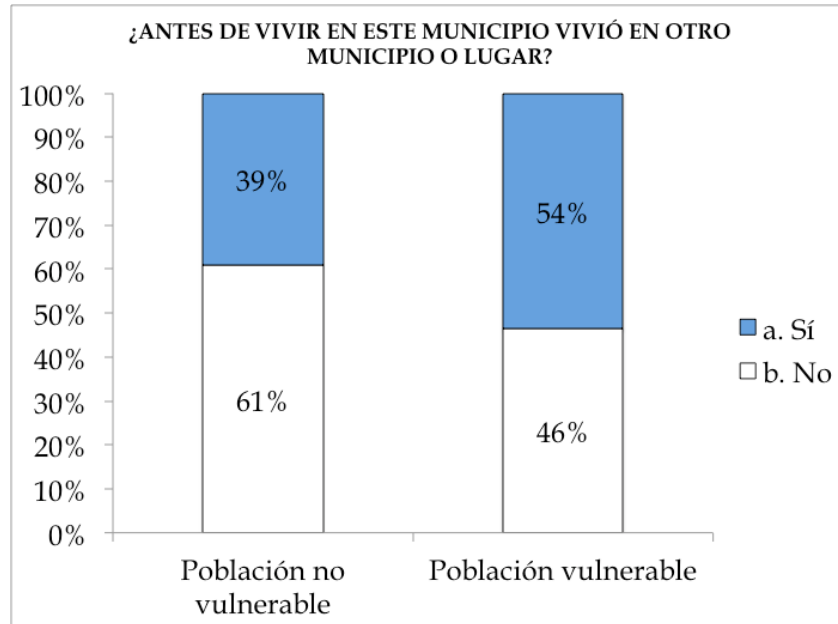


Gráfico 2. Vulnerabilidad según lugar de procedencia. BR “Población no vulnerable”: 1386; BR “Población vulnerable”: 682.

Al tener en cuenta los datos de género se puede observar que la actividad artesanal es un oficio mayoritariamente ejecutado por mujeres. El género según las variables diseñadas en el instrumento de medición del SIEAA está representado según las siguientes proporciones: 3 de cada 4 artesanos son mujeres (ver Gráfico 2a), lo que lo hace en alguna medida una labor feminizada:

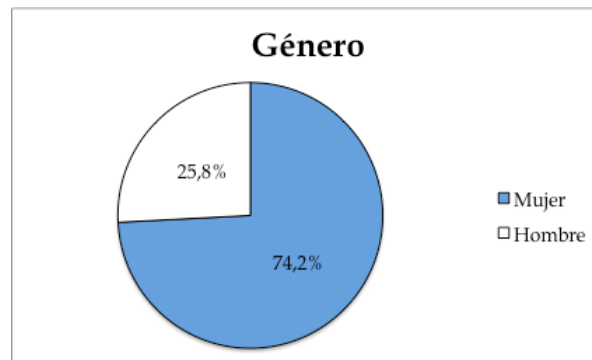


Gráfico 2a. Artesanado según género. BR: 2126.

Dado que el género predominante entre quienes se dedican a la actividad artesanal es el femenino, al poner el foco sobre la vulnerabilidad según género, se resalta que las mujeres presentan mayores niveles de esta característica, como se puede observar en el Gráfico 2b:

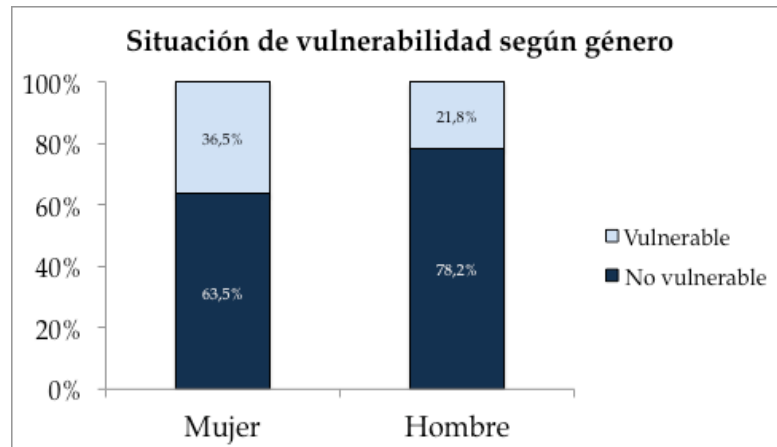


Gráfico 2b. Vulnerabilidad según género. BR “Mujer”: 1524; BR “Hombre”: 521.

Las situaciones que definen “vulnerabilidad” según la propuesta del cuestionario del SIEAA resultan tener una mayor presencia entre quienes provienen de fuera de Bogotá que entre quienes siempre han sido residentes de la capital, mostrando un comportamiento que favorece la afirmación según la cual en el fenómeno de la migración se ven involucradas problemáticas de vulnerabilidad que pueden llegar a ser sus móviles.

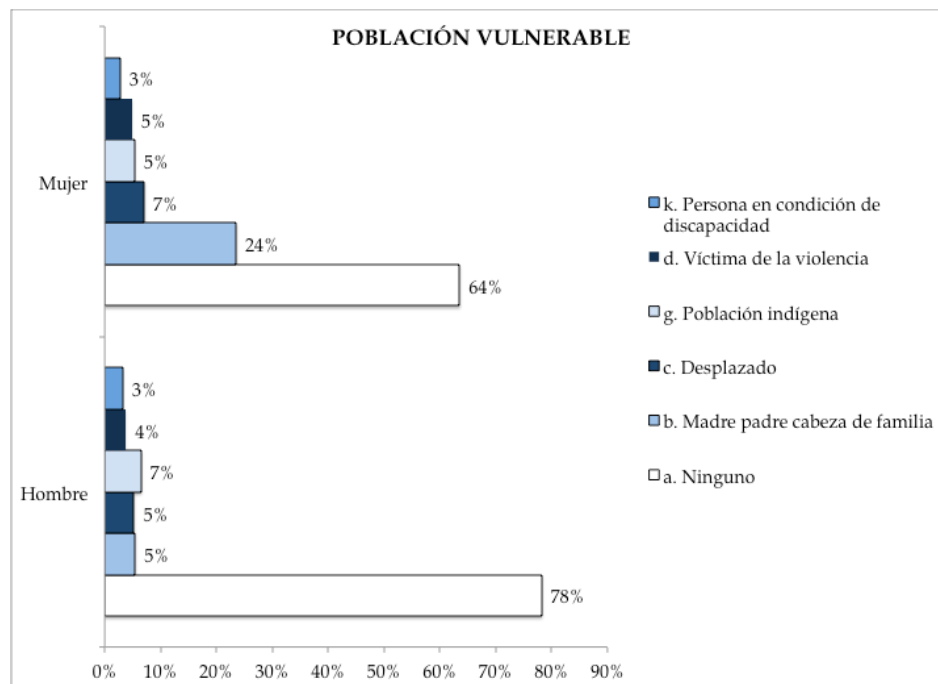


Gráfico 3. Situación de vulnerabilidad según género.

Del anterior gráfico se puede extraer que existe una condición puntual que afecta la población artesanal en términos de vulnerabilidad: ser madre cabeza de familia. Esto se puede deber a que el fenómeno de ser líder del hogar cuando se es una mujer sola encargada del sostenimiento familiar, la artesanía se muestra como un oficio de pocas complicaciones para su inicio pues se requiere de bajos niveles de inversión y permite flexibilidad de horarios: “No se requiere mucho dinero, sino paciencia y ganas” (Ordóñez 2015). Además de que la elaboración de artesanías es una actividad que se puede llevar a cabo en el mismo hogar, lo que presenta la ventaja de no tener que dejar solos hijos pequeños ni pagar por su cuidado para ejecutarla.

El número de horas dedicadas a estos oficios está representado en el siguiente diagrama, en donde se puede apreciar que en su mayoría (79%), a cada oficio es dedicado 30 horas o menos, mientras que, si se discrimina por el menor horario, esta cifra solo baja a 47%. El comportamiento de esta variable sugiere que la actividad artesanal sea desarrollada de manera paralela a otras actividades y debido a sus características de flexibilidad de horario y bajos costos de producción resultan atractivas para sectores como los de madres cabezas de familia.

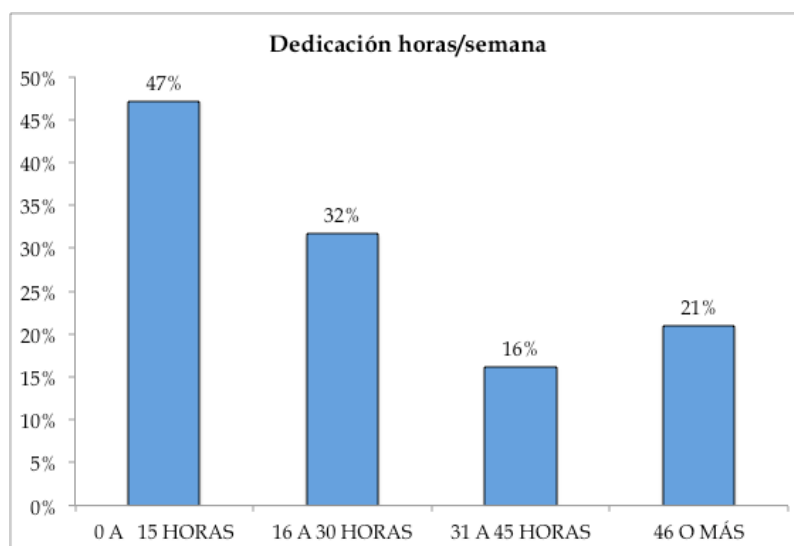


Gráfico 4. Dedicación semanal a la actividad artesanal. BR: 1972.

La violencia, en cambio, no es un atributo que sobresalga de entre los demás ni que haga diferencias de comportamiento según género.

Esto a su vez enmarca la actividad artesanal dentro de situaciones laborales asociadas con la informalidad laboral. Los niveles de formalidad no alcanzan a llegar al 2%, mientras que el porcentaje de personas con emprendimiento de microempresas alcanza el 4%. De manera general se puede hablar de que el sector artesanal está compuesto por personas que trabajan de manera independiente, con todos los matices que pueda tener esto en términos de aportes a seguridad social y afiliación a salud.

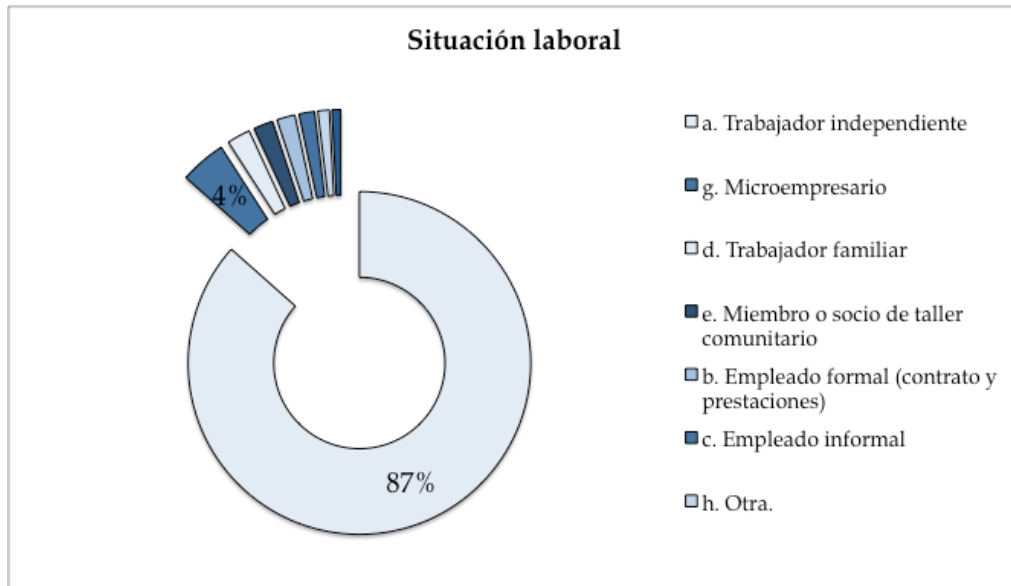


Gráfico 5. Situación laboral en el sector artesanal. BR: 2052.

Como consecuencia de este comportamiento, el apoyo recibido desde diferentes sectores, tanto privados como estatales, resulta insuficiente. Más cuando existe la percepción entre las personas dedicadas a la actividad artesanal de que el apoyo del Estado únicamente va dirigido hacia las asociaciones formalmente constituidas (Contreras & Ferro 2003). Los apoyos financieros recibidos alcanzan apenas el 10%:

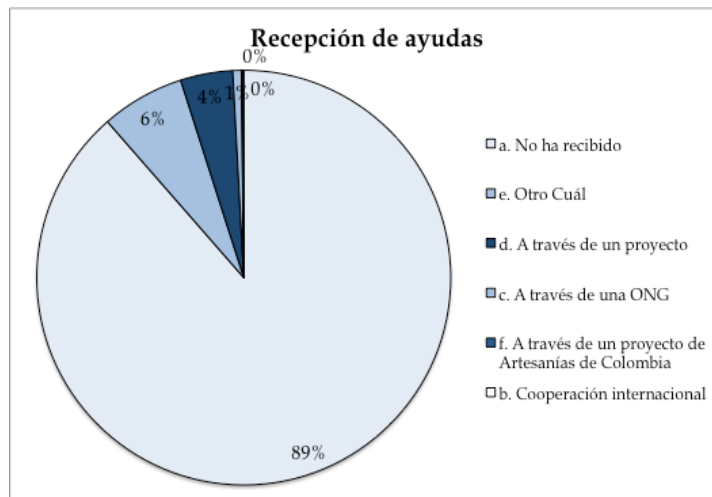


Gráfico 6. Tipos de apoyos financieros recibidos. BR: 2085.

Ante este panorama, es necesario revisar los niveles de asociatividad del artesanado bogotano, los cuales están apenas en el 23% (Gráfico 7).

Este fenómeno contrasta con la fragmentación de la clase artesanal de finales del siglo XIX y principios del XX. Según Sowell, los procesos de industrialización asociados al momento de desarrollo del país, redundaron en la desintegración de las asociaciones artesanales y de su representación política como un segmento importante de la población. Los procesos de industrialización de la producción que paulatinamente irían reemplazando los oficios artesanales, redundaron en cambios en la organización social y política del sector artesanal. Las grandes iniciativas políticas ya no iban a tener en cuenta a estos grupos a causa de una obsolescencia inevitable. La artesanía aquí se encuentra de nuevo ligada entonces al desarrollo económico de un pueblo, en donde la industrialización golpea de manera directa al sector. Esta desintegración hizo que la población artesanal perdiera prerrogativas viendo afectados su modo y calidad de vida (Sowell 2006).

Estos enfoques coinciden pues con los datos históricos sobre comunidades artesanales en Bogotá. Según Sowell, la clase artesana de finales del Siglo XIX y principios del XX tuvo un cambio sustancial de status social.

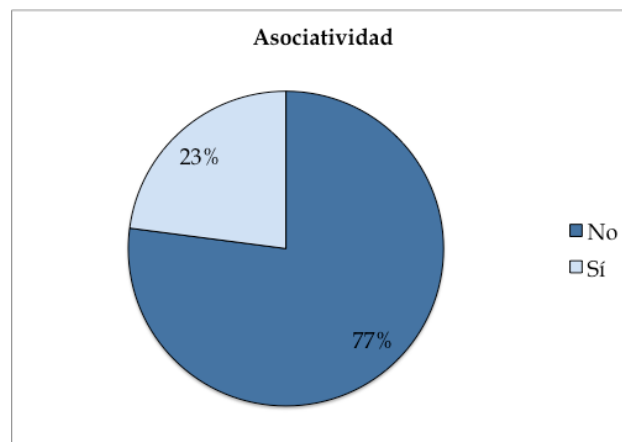


Gráfico 7. Pertenencia a asociaciones artesanales.
BR: 2094.

La causa principal de no asociación (Gráfico 8) es la falta de información respecto a estas iniciativas. Aparentemente si existiera mayor acceso a información sobre las actuales organizaciones existentes o sobre una forma efectiva y eficiente de organización, los niveles de asociatividad podrían subir, y consecuentemente se haría más fácil el acceso a apoyos de tipo privado o estatal.



Gráfico 8. Razones para no pertenecer a organizaciones. BR Total: 1599. BR “Mujer”: 1203. BR “Hombre”: 396.

La no asociatividad, sumada a la no formalidad laboral, redunda en prácticas ineficientes para el desarrollo de la cadena productiva, afectando las ventas. El acceso a prácticas adecuadas para el desarrollo de productos a nivel comercial es mermado debido a la falta de organización del sector. Una respuesta a estas dinámicas resulta ser la emergencia de intermediarios, que juegan el importante papel de comercializadores pero también permean las tendencias de mercados potenciales: “De esta manera, realizan doble trabajo, uno de los cuales es la acción misma de la comercialización y la otra es alrededor de la difusión de elementos modernos de la civilización”. Describe Herrera: “Los inconvenientes comienzan cuando, más que prestantes de un servicio, se convierten en un sistema de explotación y limitación de las posibilidades de desarrollo de los sectores primario y secundario de la economía, especialmente, cuando manejan arbitraria y/o artificialmente los precios de los bienes producidos por los artesanos que, en ocasiones, los pagan con especies encarecidas” (Herrera 1992).

Por su parte, Pulido Londoño quien estudia el rastro de la *africanidad* en la artesanía en búsqueda de una *identidad étnica*, concibe su trabajo como una contribución a problemáticas como el uso de “culinaria, religiosidad, estética corporal, desplazamiento, socialización en la ciudad...”, manifiesta respecto a las problemáticas más importantes del sector a que se encuentran expuestos:

La brecha más importante es la que disocia la producción propiamente dicha de los procesos de distribución y comercialización de objetos acabados. En este punto se instalan una serie de intermediarios individuales e institucionales que refuerzan el exotismo de las obras para convertirlas en mercancías asimilables por parte de los compradores. Además, aprovechan los saberes sobre materias primas, técnicas y diseños de los artesanos y que estos han desarrollado por cuenta propia sin que los intermediarios hayan intervenido en su formación. De esta manera, los trabajadores

tienden a convertirse en obreros cualificados cuyo conocimiento deja de pertenecerles, pasando a ser un mero valor agregado de las obras vistas como mercancías. (Pulido 2003, p. 8).

Según Herrera, el sector artesanal se encuentra volcado hacia la producción, bien sea que se trate de sectores rurales o urbanos. Esto da mayor protagonismo a los intermediarios en términos de influencia en el diseño del producto artesanal. Según Margulis, la creación cultural se da desde las necesidades económicas en interacción con las dinámicas sociales, que cada vez presentan mayor dependencia de la clase que hemos llamado intermediaria. Los intermediarios no solo intervienen de manera comercial, sino que también se ven envueltos en las negociaciones creativas que son base del diseño de las piezas o productos artesanales y que marcan las tendencias del mercado al servir de transmisores de las restricciones y exigencias de una clase “dominante” respecto a la artesanía:

La cultura dominante ha monopolizado los medios de fabricación y difusión de productos culturales en la época contemporánea, generando una transformación hacia la conformación de una cultura de masas, que va homogeneizando, propiciando hábitos comunes y configurando una cultura para el consumo... <<la creación de la cultura popular supone la actividad de un grupo, que colocado frente a carencias comunes las enfrenta en forma solidaria, generando productos útiles al grupo y reconocibles por éste como su creación>> (Margulis 1984).

De esta forma, tanto Margulis como Rodolfo Stavenhagen y Guillermo Bonfil Batalla coinciden al caracterizar las relaciones inherentes a grupos de personas dedicadas a la elaboración de artesanías, como grupos subalternos bajo el yugo de una clase dominante (Margulis 1984, Stavenhagen 1979, Bonfil 1984).

La creación cultural, según Bonfil, radica en la libertad que tienen los grupos oprimidos para generar elementos que tienen dimensión material y simbólica pero hasta el punto que la clase dominante lo permita, dependiendo de posiciones políticas (Bonfil 1984).

Dentro del análisis que realizan Quiñones y Barrera sobre la propuesta teórica de Bonfil, cabe rescatar las siguientes categorizaciones de cultura que definen los elementos a tener en cuenta en la creación cultural:

“1. La cultura autónoma, aquella donde el grupo social tiene la capacidad de decisión sobre sus propios elementos culturales, de producirlos, usarlos y reproducirlos.

2. La cultura apropiada, aquella donde los elementos culturales son ajenos, pero las decisiones de usarlos y adaptarlos para un propósito específico son propias del grupo social.

3. La cultura impuesta, en la cual ni los elementos culturales, ni las decisiones de usarlos son propias del grupo social, sin embargo, por la imposición se incorporan a la cultura permaneciendo de una u otra forma ajenos.

4. La cultura enajenada, en la cual los elementos culturales son propios del grupo social, pero las decisiones sobre ellos ha sido expropiada, el otro grupo decide qué hacer con ellos.

Su trabajo explica también como a partir de la dinámica de la cultura, de los contactos interculturales y del control cultural, se desarrollan procesos de resistencia de la cultura autónoma, de apropiación de elementos culturales ajenos, de imposición de la cultura ajena y de enajenación o pérdida de la capacidad de decisión sobre elementos culturales propios de un grupo social, abordando el problema de los límites del control cultural, cita casos en que un grupo social posee la capacidad de decisión, pero dentro de una gama limitada de posibilidades, donde la limitación puede haber sido impuesta por la sociedad dominante (Quiñones & Barrera 2003).

Las tensiones que se dan respecto a la creación cultural referente a las artesanías entre sectores conservadores y los sectores tecnócratas y desarrollistas, posiciones radicales y extremas que no asumen la existencia de puntos medios, llevan a proponer posiciones eclécticas, como reorientar las políticas y redefinir lo que sus productos y producción deben ser, son las personas dedicadas al oficio artesanal (García 1990).

Es así como las imágenes permiten entender el pasado de manera explícita, pero además, y quizás más importante, dichas representaciones de manera oculta nos hablan mucho más del presente... [Los Kuna] una cultura relativamente pequeña que ha logrado evolucionar, manteniendo relaciones con Occidente –desde los tiempos de la conquista– gracias a un intercambio que ha llevado a una hibridación entre tradición e innovación, es decir, a una capacidad para mantener una identidad cultural y para enriquecer su propia cultura con innovaciones derivadas del mundo externo... Una revolución victoriosa contra el Estado de Panamá (1925) y el reconocimiento oficial de la Comarca de San Blas como territorio kuna (1953), constituyen las etapas políticas que han llevado a este grupo al reconocimiento de su propia identidad y a la transformación de su propio territorio en reserva independiente (Sánchez Zárate 2015, p. 61).

Por su parte, las prácticas llevadas a cabo por la comunidad artesanal en la capital del país se caracterizan por estar enfocadas en métodos tradicionales como el voz a voz o la impresión de tarjetas para el establecimiento de contactos comerciales.

La forma como se aplican algunos conceptos del mercadeo al ejercicio de comercialización del producto final se ve reflejada, según el cuestionario del SIEAA, en una pregunta que hace referencia a los signos distintivos que puede presentar el producto que está siendo elaborado por la persona encuestada. En el Gráfico 10 se puede observar el comportamiento de esta variable:

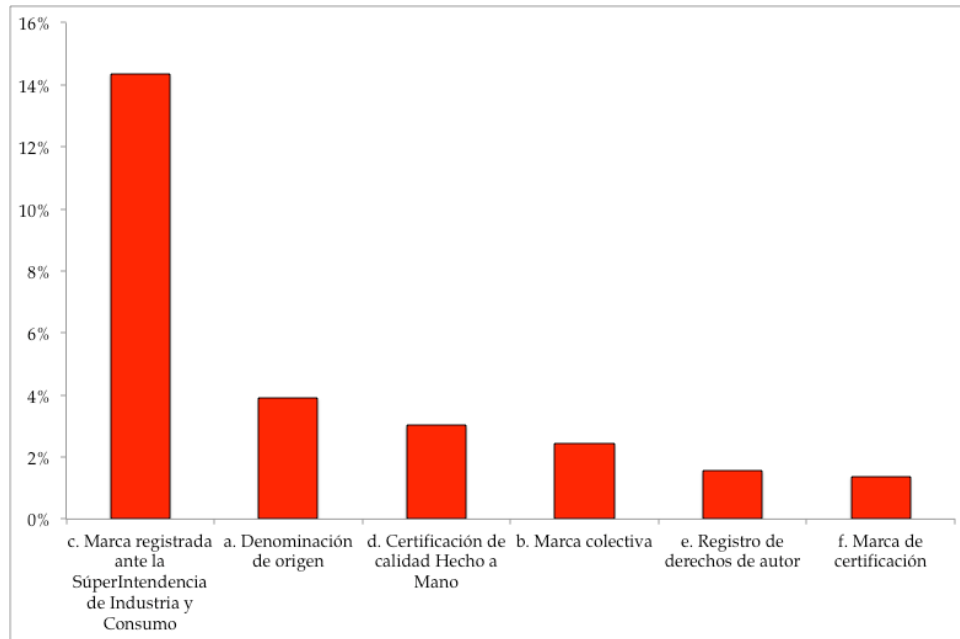


Gráfico 10. Signos distintivos. BR: 2048

Menos del 4% de la población artesanal encuestada en la ciudad de Bogotá resulta realizar productos que tienen certificado de denominación de origen. 14% han creado y registrado su marca ante las entidades públicas encargadas de estos asuntos, siendo la categoría que más presenta prevalencia en lo que a signos distintivos respecta.

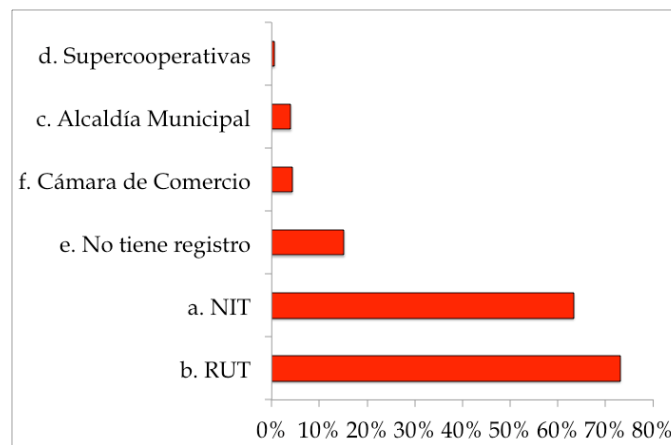


Gráfico 10a. Registros comerciales de los negocios establecidos formalmente. BR: 349.

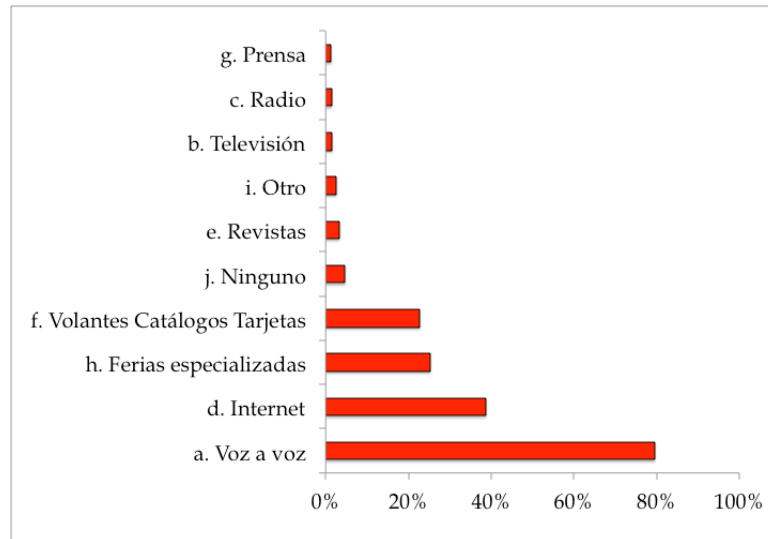


Gráfico 10b. Estrategias publicitarias. BR: 1993.

Sus iniciativas comerciales son apoyadas en estrategias que no implican altos costos ni publicidad de tipo masivo. Esto es contraevidente dado el tipo de dinámica comercial que se presenta en el sector, donde las unidades productivas son pequeñas y no presentan altos índices de rentabilidad. Resulta de interés profundizar en el conocimiento de procesos artesanales de producción y comercialización que sean considerados como “exitosos” con el fin de caracterizar este tipo de prácticas.

Entrando en el terreno de la comercialización del producto artesanal, la mayoría realiza ventas directamente al consumidor final. De lejos, el segundo comportamiento más frecuente es a través de un intermediario, seguido de “en consignación” (Gráfico 11). Dentro de estos intermediarios, el más popular es el de puestos de venta en ferias artesanales, seguido de almacenes de artesanías y luego otros artesanos comerciantes (Gráfico 12).



Gráfico 11. Comercialización de productos. BR: 2107.

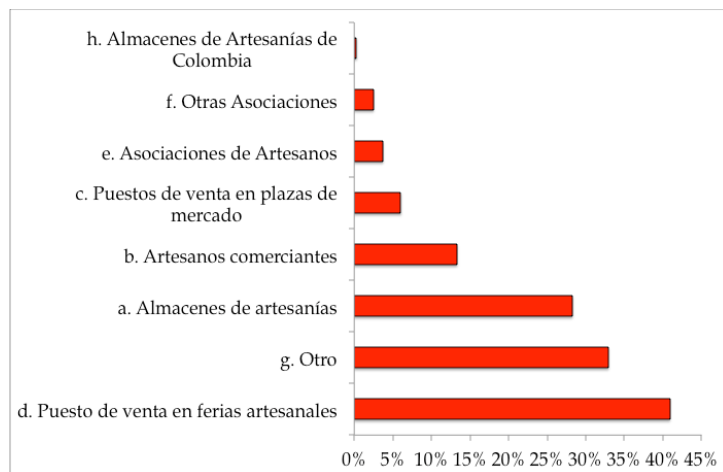


Gráfico 12. Intermediarios utilizados para comercializar. BR: 729.

La producción artesanal, en términos de cantidad, está determinada por una dinámica de pedidos y encargos. Normalmente no se tiene una producción fija sino que depende de las negociaciones con quienes intermedian en el proceso de comercialización entre el artesano que es productor y el cliente o consumidor final del producto artesanal (ver Gráfico 13).

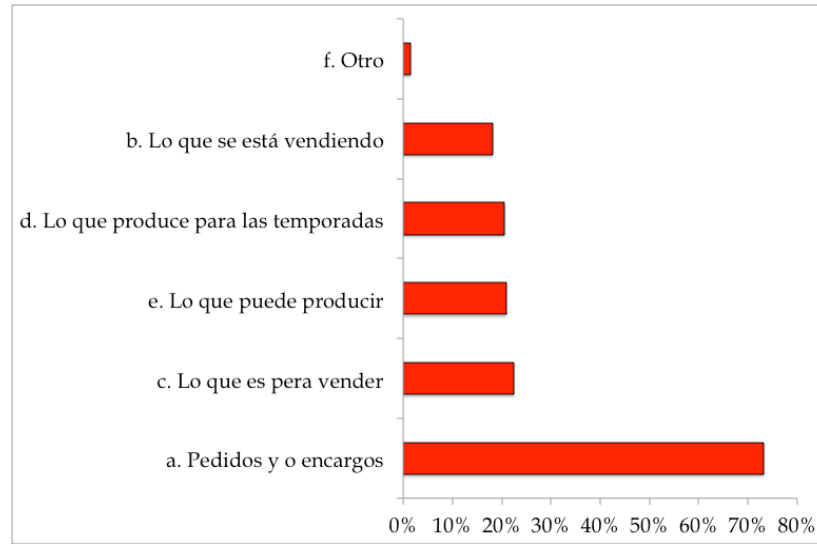


Gráfico 13. Cómo determina la cantidad de producción de sus productos. BR: 1987.

Esta situación, sumada al hecho de que la mayor parte de las ventas se realicen en el mismo lugar de vivienda del artesano, sugiere que la labor artesanal de alguna manera construye lazos, si se quiere comerciales, entre la comunidad alrededor de la vivienda.



Gráfico 14. Lugares de venta de la producción. BR: 1996.

Asimismo, las modalidades de pago más frecuentes son al contado, seguido de lejos por el crédito.

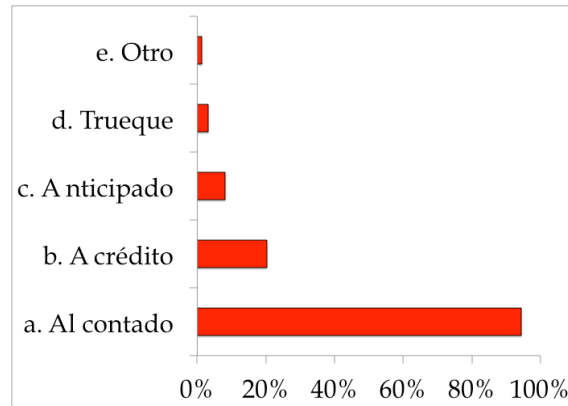


Gráfico 15. Modalidades de pago utilizadas.
BR: 1997.

Remarcan como uno de los principales problemas que enfrentan al momento de comercializar sus productos artesanales, que existe un desconocimiento general del mercado al cual van dirigidos sus productos (Gráfico 16).



Gráfico 16. Principales problemas para la comercialización.
BR: 1985.

También manifiestan que existe una fuerte competencia en ventas y en precios.

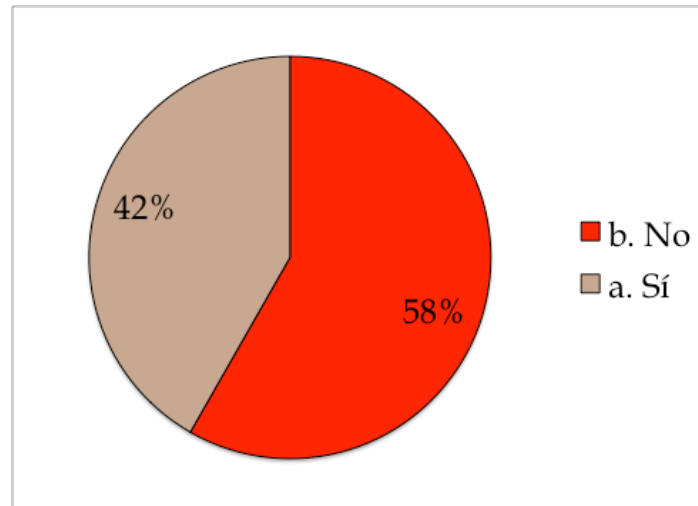


Gráfico 17. Fácil acceso a transporte para llevar mercancía a comercializar. BR: 1979.

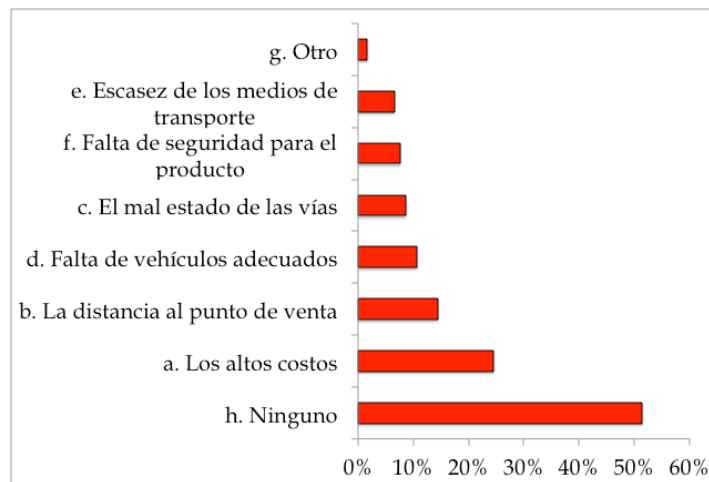


Gráfico 18. Principales problemas para transportar mercancía. BR: 2126.

Un 58% de las personas encuestadas manifiestan tener dificultades para llevar sus productos artesanales a sus lugares de comercialización (ver Gráfico 17). La queja principal ante esta problemática referente a la movilidad entre quienes tienen problemas para transportar su mercancía, es que los costos de transporte les resultan elevados (ver Gráfico 18).

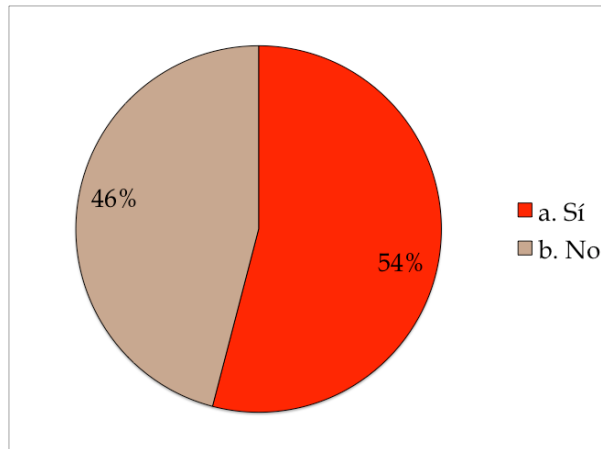


Gráfico 19. Participación en eventos feriales. BR: 1994.

Del total de las personas entrevistadas, algo más de la mitad (54%) manifiesta haber participado en ferias artesanales con anterioridad. Y entre quienes han participado en estas ferias resaltan como inconvenientes de este tipo de iniciativas comerciales, los principales problemas que enfrentan son la baja asistencia de compradores, lo que se relaciona con baja presencia de promoción publicitaria y sumado todo esto a unos altos costos del stand (Gráfico 20). En la ciudad, la feria más importante se realiza en diciembre de cada año, con 80000 visitantes y 782 expositoras y expositores. Su nombre es Expoartesanías y generó ventas en su edición de 2017 por \$16000000 (dieciséis mil pesos) (Artesanías de Colombia 2018).

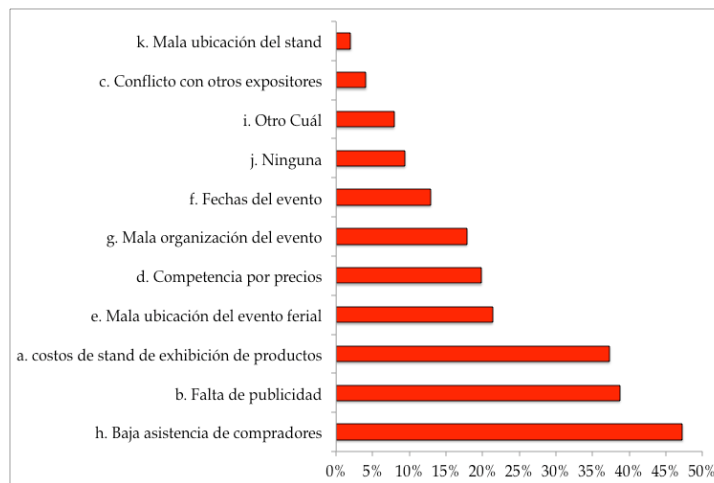


Gráfico 20. Problemas durante los eventos feriales. BR: 863.

También se encontró que apenas un 20% de los encuestados ha logrado llevar o comercializar sus productos en el exterior.

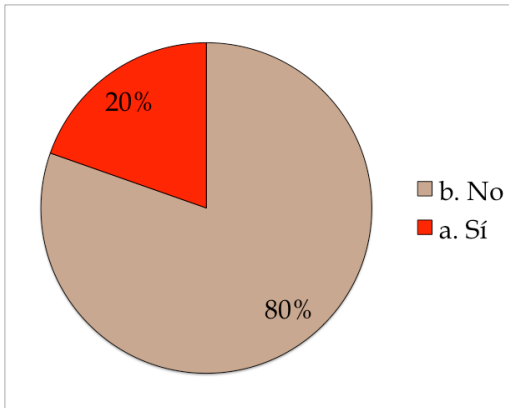


Gráfico 21. Exportaciones. BR: 1989.

Frente a los oficios más preponderantes dentro de la comunidad artesanal bogotana, es deseable entender las dinámicas relacionadas con las materias primas utilizadas en la actividad artesanal. El Gráfico 22 indica la forma como se consigue: son materiales que son comprados a intermediarios o en mercados locales.

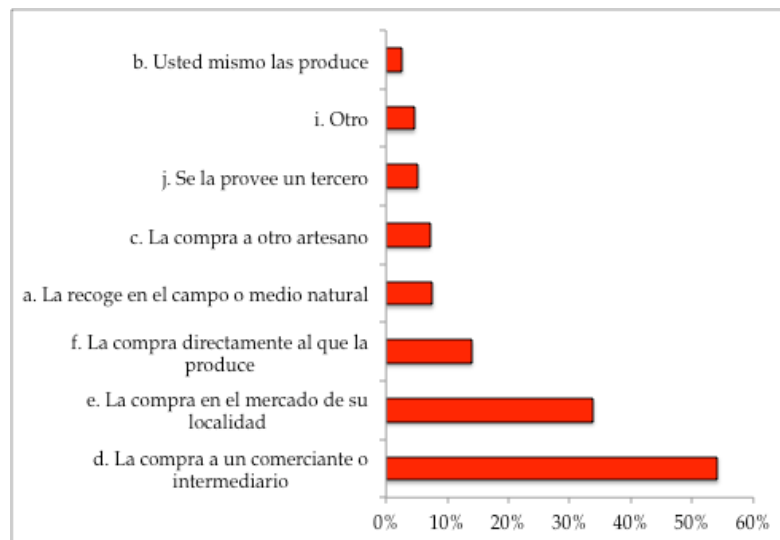


Gráfico 22. Cómo consigue las materias primas. BR: 2049.

Al menos un 73% de artesanos compra al detal o en pequeñas cantidades los materiales necesarios para el desarrollo de la actividad artesanal (Gráfico 23) y un 93% realizan el pago de la materia prima en efectivo (Gráfico 24).

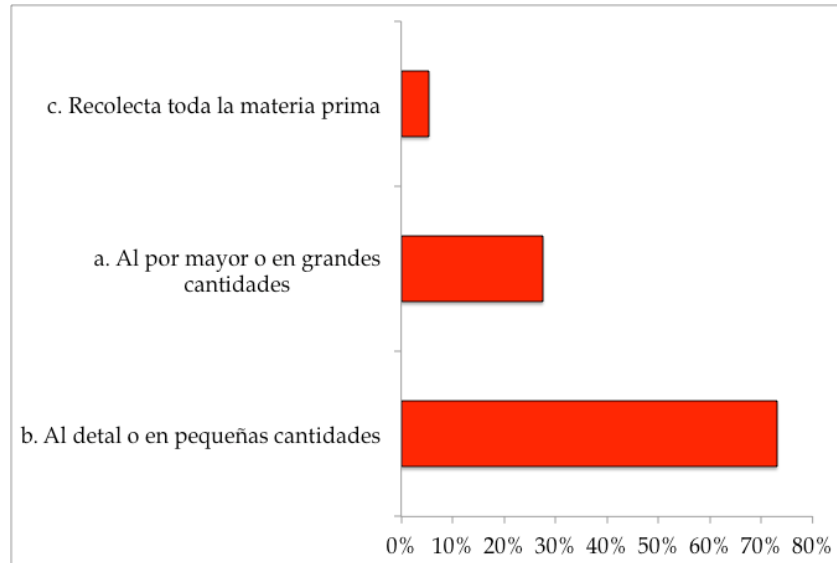


Gráfico 23. Cómo adquiere la materia prima. BR: 1817.

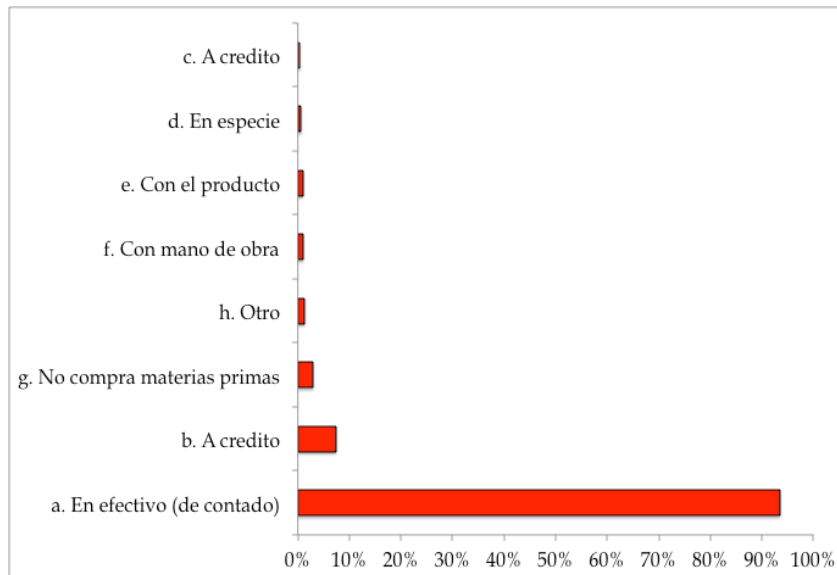


Gráfico 24. Forma de pago de las materias primas. BR: 2049.

Los principales problemas para la compra de materia prima están referidos a la escasez de dinero o altos costos de la materia prima. Ambos hacen referencia a factores financieros.

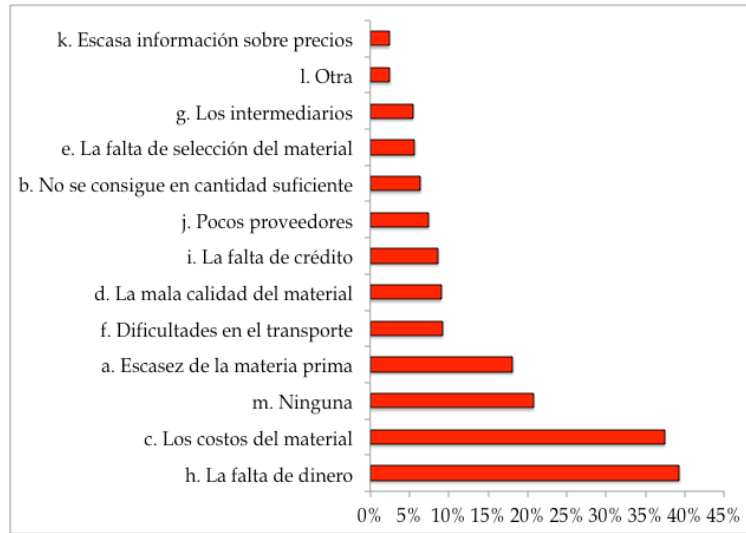


Gráfico 25. Principales problemas para la adquisición de materias primas. BR: 2045.

La forma de actualización preferida por la comunidad artesanal es internet, seguida por talleres o clases informales, pero también es importante la consulta de textos.

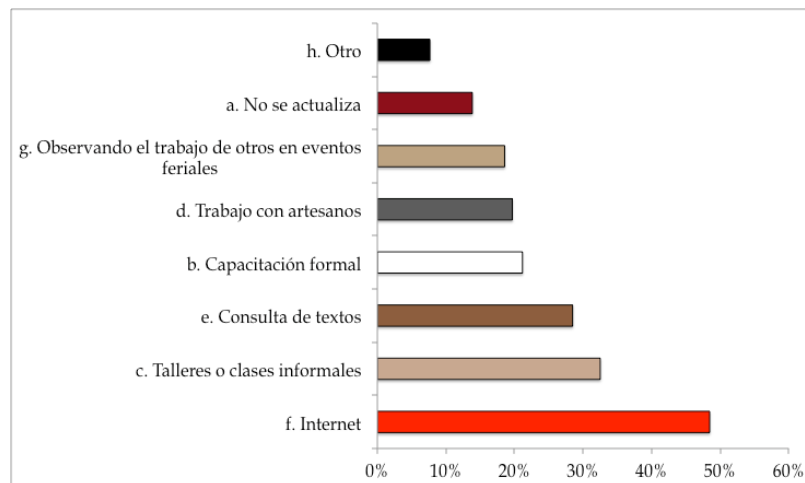


Gráfico 26. Formas de actualización. BR: 2037.

Existe un alto desconocimiento sobre créditos diseñados para el desarrollo de la actividad artesanal (Gráfico 27). Es aún menor la proporción de personas que piden créditos con fines laborales relacionados con producción de artesanías. Sin embargo el porcentaje de aprobación de estos créditos alcanza a superar el 80% de respuestas positivas ante la totalidad de solicitudes de préstamos.

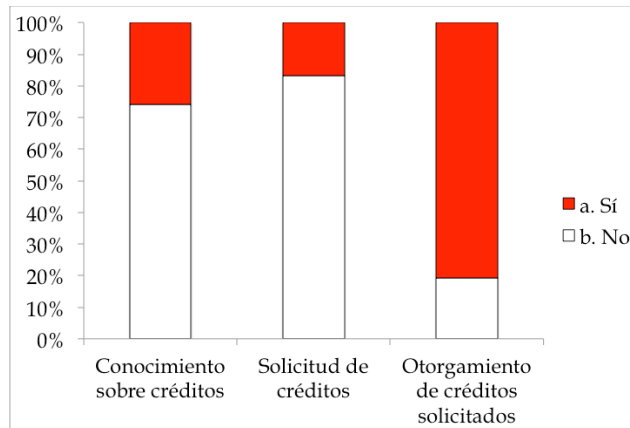


Gráfico 27. Créditos. BR “Conocimiento”: 2097; BR “Solicitud”: 2091; BR “Otorgamiento”: 355.

Cuando el crédito ha sido otorgado, la mayoría de artesanos (85%) manifestaron haber realizado inversiones en materia prima, seguido de maquinaria o herramientas para el desarrollo de la actividad artesanal (Gráfico 28). En tercer lugar se ubicó la asistencia a ferias, que como ya se mencionó antes, genera percepción de ciertos inconvenientes que no permiten garantizar el éxito comercial al ser partícipe de eventos feriales.

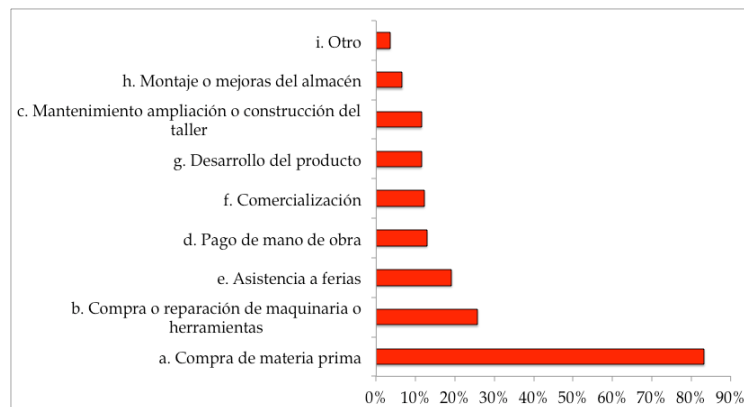


Gráfico 28. Uso de crédito otorgado. BR: 287.

Un 17% de la población artesanal encuestada en Bogotá presenta relación con un espacio donde realizar las ventas de su producción (Gráfico 29).

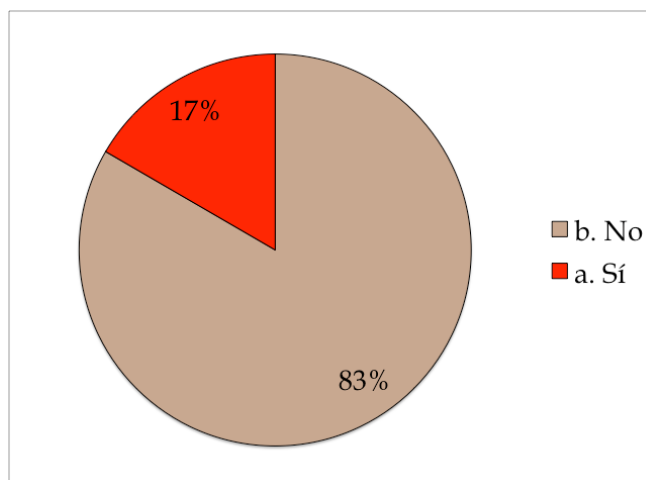


Gráfico 29. Tenencia de local para ventas. BR: 2099.

Según se ha mencionado con anterioridad, esta labor es realizada principalmente en el hogar, por lo que resulta ser una actividad de orden familiar, relacionado con las dinámicas cotidianas de grupos de personas entendidos como familias, en la mayoría de sus casos (Gráfico 30). Al ser éste un oficio familiar, es normal que se dé que los miembros de la familia que participen en la producción de piezas artesanales no tengan una remuneración en dinero directamente sino que las dinámicas laborales se manejan de una forma diferente a lo que haría una empresa.

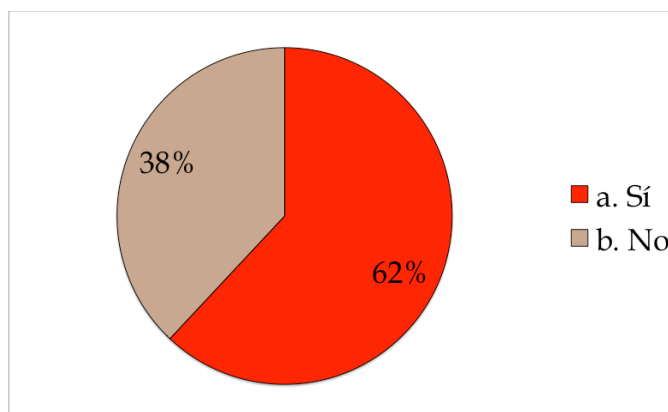


Gráfico 30. Remuneración miembros de la familia y de socios en caso de tener un negocio o local para las ventas. BR: 350.

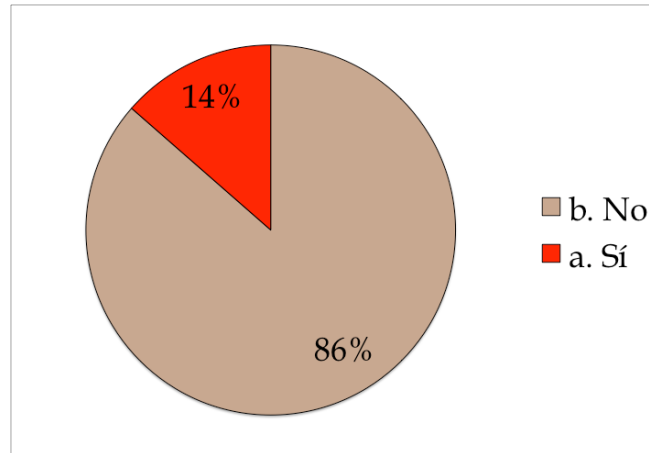


Gráfico 31. Proyectos de apoyo a su actividad artesanal. BR: 2100.

Lo que a su vez refleja el bajo nivel de apoyo a participación en proyectos relacionados con esta actividad económica (Gráfico 31).

Los oficios desarrollados se muestran en la siguiente infografía, en donde el tamaño es proporcional al número de registros en el conjunto de datos y que manifiestan practicar los oficios asociados con la actividad artesanal:



Gráfico 6. Oficios.

Puntualmente, los oficios que son practicados por más del 5% de la población artesanal son:

Oficio	Porcentaje
Tejidos	25%
Joyería	15%
Bisutería	14%
Trabajos decorativos	10%
Marroquinería	7%
Pintura	5%
Carpintería	5%

Tabla 1. Porcentaje de personas dedicadas al oficio. BR: 1972.

Conclusiones

Son muchos los aspectos en los que la comunidad productora de artesanías en Bogotá puede ser impactada de manera positiva. Entre ellos están las condiciones económicas de las personas pertenecientes al sector artesanal, que son susceptibles de mejoras en términos de comercialización. Evidencia de esta afirmación son los bajos ingresos debidos a esta actividad, las dificultades para adquisición de materias primas, así como los problemas que se presentan en la comercialización de sus productos y la situación de informalidad laboral del sector.

Ante la baja utilización de herramientas tecnológicas para la realización de las ventas (el uso de tecnología se limita al uso de internet) la tecnificación de medios de pago como la implementación de plataformas como RBMóvil® (El Universal 2013), una aplicación para Android o IOS que permite realizar pagos con tarjeta de crédito o débito, por lo que puede llegar a ser una alternativa con potencial de aumento en ventas así como de ayuda en la formalización de la comercialización de su producto artesanal.

Las herramientas utilizadas para dar a conocer sus productos (elementos pertenecientes a la publicidad y el mercadeo) también representan oportunidades de acompañamiento y capacitación para lograr acercarse más a una cadena de producción más estructurada en términos administrativos.

El turismo, que también se erige como potencial pilar de la economía artesanal, puede convertirse en el principal aliado del comercio artesanal. Iniciativas que se enfoquen en fomentar la artesanía como parte inherente a la cultura colombiana, así como facilitar espacios o corredores artesanales dentro de zonas típicamente turísticas permitirían que el público extranjero tenga acceso de primera mano al producto artesanal, así como también permitiría el contacto directo de artesanos con la población objetivo a la cual estarían dirigidas sus ventas. Esto proporcionaría conocimiento del mercado directamente a los artesanos con base en la interacción en el punto de venta, entendiendo las ventajas y desventajas de las artesanías que están produciendo.

BIBLIOGRAFÍA

Artesanías de Colombia. “Resultados de la edición anterior”. <https://expoartesanias.com/?d=sub&s=2119&p=13403&i=1> (Consultado el 5 de mayo de 2018)

Bonfil Batalla, Guillermo. La cultura popular: Lo propio y lo ajeno. Ensayo. Puebla, México, Premiá Editora S.A., 1984, pág. 82.

Cárdenas, Juan Camilo, 2015, *Entrevista artesanos Bogotá*, <https://www.youtube.com/watch?v=oZYGbWoaULM&t=304s>

Contreras Henao, Juan Eduardo, Ferro Cortés, Luz Marina, *Plan exportador de la cooperativa artesanal Crearcoop*, Tesis/disertación Universidad de los Andes, 2003.

El Universal. “Lanzan en Colombia RBMóvil, primera solución para recibir pagos por celular”. <http://www.eluniversal.com.co/tecnologia/lanzan-en-colombia-rbmovil-primerasolucion-para-recibir-pagos-por-celular-142064> (Consultado el 10 de mayo de 2018)

García Calcini, Néstor. Culturas híbridas. México, Editorial Grijalbo, S.A., 1990, pág. 15.

Herrera Rubio, Neve Enrique. *Artesanía Y Organización Social De Su Producción: Estructura De Su Organización Gremial*. Bogotá: Artesanías De Colombia, CENDAR, 1992.

Margulis, Mario, La cultura popular. 4ª. ed., México, Premiá Editora S.A., 1984.

Ordóñez, Sabid, 2015, Artesanos callejeros de la localidad de Bosa Bogotá Colombia 2015, <https://www.youtube.com/watch?v=EuEo3Sgsl-U>

Quiñones Aguilar, Ana Cielo, Barrera Jurado, Gloria Stella. *Conspirando con los artesanos: Crítica y propuesta al diseño en la artesanía*.

Sánchez Zárate, Pedro Uriel, Kuna: la riqueza iconográfica de una cultura, Bogotá, Editorial Universidad Nacional de Colombia, 2015. Pág. 50.

Sowell, David. *Artesanos Y Política En Bogotá, 1832-1919*. Bogotá: Ediciones Pensamiento Crítico, 2006.

Stavengahen, Rodolfo Ponencia en el Simposio Latinoamericano sobre Cultura y Creación Intelectual. México, abril 1979.