

Programa Nacional de Conformación de Cadenas Productivas para el Sector Artesanal.

**ESTRUCTURACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA DE LA
SERICUTURA EN EL DEPARTAMENTO DEL CAUCA**

**PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO ESPACIO –
FUNCIONAL DE TALLERES Y PUESTOS DE TRABAJO EN
LA CADENA DE SERICULTURA DEL CAUCA**



Procesos y flujos productivos

Introducción

El presente documento está dividido en tres partes, la primera es el ensayo presentado por Juan Martínez Borrero en la Ponencia presentada en la primera reunión Andina de comercialización Artesanal, Cuenca octubre de 1989; lo transcribí porque buscaba la manera de tocar algunos temas que son fundamentales al hablar de la producción artesanal, dicho ensayo fue perfecto para tal fin; me identifiqué con las ideas aquí consignadas y las analizo para el tema aquí pertinente, la Cadena de la Sericultura en el Cauca.

La segunda parte, la conforma una serie de datos recopilados durante la comisión en el Cauca para el análisis de la producción que se realizó en mayo y abril del año en curso. Se visitaron 27 talleres que pertenecen a Corseda y uno independiente parte del grupo Tejisedas del Cauca. En este tema se pueden apreciar datos relevantes a la producción en tejido plano.

La tercera parte son las conclusiones, un breve resumen del panorama actual y una propuesta a seguir a futuro.

Los esquemas de organización de la producción artesanal

Ponencia presentada en la primera reunión Andina de comercialización Artesanal, Cuenca octubre de 1989.

Primeras reflexiones

¿Cómo puede la actual situación mundial convertirse en un estímulo para la producción y exportación de la artesanía?

¿Puede la artesanía constituir un apoyo para superar la crisis real que viven nuestros países?

El problema debe enfrentarse aquí, en los Andes, y allá, en Europa. Y una perspectiva pragmática determinada que los estudios de mercado, la imagen de Latinoamérica en Europa, la competencia asiática, son elementos que deben conocerse antes de emprender en los Andes ninguna acción.

No es solamente importante lo que podamos ofrecer, es fundamental conocer qué es lo que "ellos" quieren comprar. Si no partimos de este punto es difícil tener algún éxito.

Latinoamérica solamente existe por su presencia (configurada) en los mass media mundiales. Lo que sucede es que el engaño (misfit) es el que crea la imagen.

La lucha por un nuevo orden informativo parece ser tarea perdida. (Estudios sobre la mención de hechos latinoamericanos en los diarios españoles, demuestran la existencia de una "imagen" difícil de transformar constituida solamente por la crisis de la miseria

y la violencia. Ambas son reales pero no únicas. ¿Entonces qué se puede esperar sobre lo que “somos” ahora?)

¿O acaso, como lo demuestra el altruista ejemplo de las tiendas que venden artículos de minorías étnicas oprimidas hay que dirigirse solamente a los que poseen una conciencia? Estos representan un mercado, en donde cabe la autenticidad, la referencia, la calidad y la permanencia, pero no parecen ser suficientes en número para asegurar una amplia venta.

¿O quizá es posible explotar el “latin look” creado por la imagen de Patiño, de Valentino (Rodolfo) y por la piel bronceada bajo un sombrero jipijapa?

Planteadas las cosas a propósito en blanco y negro (los análisis más detallados y con otras perspectivas que hemos realizado en otros lugares pueden ser consultadas en descargo de mi actual perspectiva) no queremos referirnos a la artesanía con valor cultural, con significado para la población que la ha producido por medios tradicionales y manejada con las normas de la relación cara a cara, ausente de valor “mercantil”, limitada en los volúmenes de producción y vinculada con la sociedad de pequeña escala previa a la existencia del mercado moderno. Queremos, por el contrario referirnos a las formas que ha utilizado el artesano, intuitivamente la mayoría de las veces, para superar su situación de crisis y aislamiento. Creo firmemente que podemos aprender de aquellas respuestas que hemos despreciado.

Las respuestas tradicionales.

Algunos artesanos en nuestros países se han mostrado capaces de enfrentar el mercado nacional (pero no nos referimos aquí a la “nueva artesanía” ni al “industriamato”). En Cuenca y en Pujilí, para citar dos casos en nuestro país, los ceramistas han enfrentado las condiciones del mercado nacional por medio de viajes, venta en el taller e incremento real de la producción sin que, en la mayoría de los casos, se hubiesen “modernizado” realmente sus sistemas de producción. ¿Demuestra esto que la organización artesanal tradicional es capaz de enfrentar los retos de un aumento de la producción y mejora en la comercialización sin necesidad de transformaciones estructurales?

La respuesta habitual es que las transformaciones estructurales suelen ser imprescindibles. Sin embargo queremos referirnos a las respuestas tradicionales del artesano para enfrentar al mercado moderno.

Este planteamiento pretende cotejar la visión de los técnicos, que muchas veces llegan con las “recetas” ya escritas, y la de los artesanos.

Quizá es posible sistematizar y utilizar en forma positiva esas experiencias, repetidas, en los talleres artesanales para enfrentar los retos del mercado para mejorar su capacidad de producción, y, en último término, elevar el nivel de vida del artesano, que es lo que se desea.

Echemos una mirada a la lista de los elementos negativos en la identidad artesanal (elementos que nosotros mismos hemos ayudado a fijar como tales)

Sin un orden preestablecido podemos hablar de

*Desarrollo de las artesanías de aeropuerto
Ausencia del control de calidad
Falta de capacitación
Falta de "identidad" en
Individualismo
Pérdida de la "identidad cultural"*

¿Es posible transformar estos, o algunos de estos conceptos negativos en conceptos o "identidad" aprovechables para el futuro de la artesanía andina?

Artesanías de aeropuerto

Por este concepto creo que todos entendemos artesanías sin valor o función "identidad" le, con un nivel técnico mediocre y cuya finalidad fundamental es la de servir como "identidad" para los visitantes que desean añadir substancia a las fotografías que perpetúan su visita y la hacen real. Son aquellas que distinguen a la visita de la experiencia que se adquiere a través de cine, la TV o la revista, porque en este caso el "identidad soy yo.

Siempre se ha criticado a la artesanía de aeropuerto. ¿pero posee aspectos positivos? Esta sobrevive y no es posible descartarla sin perder de vista un mecanismo interesante de respuesta al mercado; mecanismo por cierto completamente intuitivo.

¿Si la artesanía de aeropuerto cae en la categoría de lo descartable, lo de mal gusto, lo kitsch, ¿Es arbitraria su presencia en miles de almacenes, calles y aeropuertos?

Ella posee varios aspectos destacables: bajo costo, grandes "identidad de "identidad", escaso peso (susceptible por tanto de transportarse con facilidad), "identidad" lente con el país de origen, con frecuencia a través del nombre, materiales exóticos y forma sugerente. Estos factores hacen que esta artesanía se venda; no podríamos imaginar miles de artesanos trabajando objetos de "mal gusto" porque sí.

¿Qué resulta chocante o inaceptable en esta artesanía? Ante el éxito comercial no podemos negar cierta efectividad. (La artesanía "mejor diseñada" puede presentar pruebas de éxito pero a escala mayor, con costos más elevados y por medio de "empresas", no de talleres en sentido estricto)

Si la apariencia ayuda a la venta. ¿Debemos insistir en objetos primitivos, simples, étnicamente identificables aunque falsos? ¿Será esta la apariencia configurada de "identidad"ent?

"identidad" len nos equivocamos al pensar que lo único aceptable es lo que responde a las enseñanzas estéticas de la Bauhaus, ya que estas son "identidad" le ignoradas. ¿Es la artesanía de aeropuerto el equivalente del buda plástico fosforescente que pone en nuestras casas un pedazo del japon?

¿Es lo llamado kitsch un valor a explotar?

Este jugar con fuego es identidad, trato de romper los esquemas, de no utilizar la lógica categórica, de no resumir lo dicho por las identidades, trato de superar el miedo a equivocarme, que es el más identidad de los temores.

Si la artesanía de aeropuerto sobrevive (y prolifera) debe poseer cualidades comerciales. ¿Cómo utilizar su experiencia kitsch, su costo, el "Ecuador" en letras doradas, para incrementar las ventas de la artesanía en general, olvidando, por un momento o por largo rato, la sistematización racional, que ya existe en cualquier producto hitech?

Punto de reflexión: aprendamos a utilizar el éxito comercial de la artesanía de aeropuerto. (¿Renunciamos a la profundidad de nuestros valores identidad?) Aquí hablamos de negocios).

Ausencia de control de calidad

El control de calidad debe ser entendido como la superación de aquellos defectos que conviertan al comprador objeto en un sujeto insatisfecho y enojado.

Un tinte que se corre, un ojo que se desprende, un brazo que identidad en se cae.

No cabe esperar que un identidad de 75c se pueda conservar para siempre. Por lo tanto la calidad está directamente asociada con el precio, lo contrario es un engaño doble. Se debe procurar que el objeto dure el tiempo necesario para no agotar el tema de identidad en exótico sobre los Andes. ¿Cuál es ese tiempo de duración en objetos no utilitarios? Tal vez 18 meses sea suficiente. Cuando se busca espacio para el león Sri Lanka ¿Se descarta el ekeco de identidad? ¿Sabemos cuánto dura la memoria y el identidad?

Control de calidad sin identidad ent. La respuesta está entonces en materiales de duración media, buenos acabados, colores firmes (tanto como los de la película kodacolor de los años 60), es decir un "aspecto" adecuado. ¿Para qué más?

Una pieza de "museum quality" costará cien veces lo que el identidad y entonces cabe un minucioso control, ya que se espera una duración superior a la vida del comprador. (No se trata más de aplicar el principio cínico de la obsolescencia programada que no hemos inventado nosotros, nos olvidamos de la duración hasta el límite de lo posible, que sí inventamos)

No parece necesario inventar normas de control de calidad que vayan más allá de lo aparente y de una duración mediana, comparable, en el mejor de los casos con la duración de la experiencia vital del comprador. (La falda marón se tira al final del otoño y para la próxima estación es muy clara, muy oscura, muy pesada, muy ligera).

Punto de reflexión: El control de calidad se vincula a la identidad y tiene que ver con el aspecto. Pero para mantener los costos bajos, el precio y las posibilidades de nuevas ventas, las normas deben ser establecidas con mucho cuidado.

Falta de capacitación

La capacitación insuficiente no es un mérito. Pero es fundamental saber en qué debe capacitarse el artesano. Sus niveles de capacitación deben ser lo más elevados como para desarrollar objetos con apariencia adecuada y las normas de calidad a las que nos referimos.

Los costos de producción pueden mantenerse bajos con una capacitación adecuada. Aquí es muy fácil caer en la demagogia y la falsa buena intención.

Lo atractivo, ya lo sabemos, está en el objeto que se puede vender bien. Esa es la capacitación que necesita el artesano.

Es importante dirigir la capacitación hacia la posibilidad de innovación. Capacitar al artesano para cambiar las formas, para no mantener los modelos más allá de su tiempo real de duración. Para pasar de blanco a negro, de redondo a oval, es necesario agilidad y capacidad de innovación. Y se necesita además saber cuándo cambiar.

Punto de reflexión: La capacitación debe ser constante para enfrentar la posibilidad de innovación. Fundamental es la capacitación técnica y la posibilidad de ahorrar trabajo para mejorar el ingreso. La capacitación se vincula con lo que se necesita en un tiempo y características determinadas. El artesano debe ser capaz de producir para el mercado. Sin dudas.

Falta de innovación

La mayoría de los talleres artesanales poseen un bajo nivel de innovación.

Se ignoran los cálculos para el flujo de la materia prima y se compra material de acuerdo con lo que se necesita, en esta forma el escaso capital existente no se encuentra inmovilizado en forma de stock, sino que se maneja el flujo de caja para el pago de los operarios y para asumir los gastos del jefe del taller. En condiciones de innovación la incapacidad de cálculo de costos a futuro no es un problema exclusivo del artesano ya que afecta igualmente a la gran industria. El reto aquí es el de asegurar canales adecuados de suministro de materia prima y analizar los precios de acuerdo con los costos de producción.

La relación costo/beneficio no es la preocupación en el proceso productivo artesanal.

Esto ha posibilitado, entre otras cosas, que los precios de los productos artesanales se mantengan por debajo de sus homólogos industriales.

Los beneficios de este esquema en las ventas internas son evidentes, pero cuando se trata de ventas al extranjero debe modificarse el esquema. El artesano que vende en el

mercado local tendrá pocas posibilidades de hacerse rico, de hecho nadie se hace rico en ese medio. El artesano que vende hacia fuera podrá mejorar sus condiciones económicas.

Factores como condiciones de almacenamiento, identidad en el trabajo, instalaciones básicas deben por supuesto modificarse. Pero debe mirarse también a la lógica del menor costo que existe en los esquemas habituales del taller.

Factores como condiciones de almacenamiento, identidad en el trabajo, instalaciones básicas deben por supuesto modificarse. Pero debe mirarse también a la lógica del menor costo que existe en los esquemas habituales del taller.

¿Debe convertirse el taller en una empresa a pequeña escala? (Es decir en una empresa en la que la identidad es el rendimiento del capital que de no producir un beneficio elevado puede transferirse de la identidad de perfume a la de envases de plástico)

Punto de reflexión: No es posible aplicar a la identidad artesanal los mismos criterios económicos que a la identidad industrial porque, en el primer caso, la capacidad de identidad depende de la capacidad del maestro y, en el segundo, de la inversión del capital.

Individualismo

Si el artesano se enfrenta a un mundo competitivo la lógica, tanto la financiera como la de la buena fe, demuestra a la sociedad la necesidad de unir esfuerzos para enfrentar los problemas.

Sin embargo la unión de fuerzas se ve como algo negativo cuando la desconfianza en el mercado proyecta un concepto semejante a la de la supuesta "imagen del bien limitado" bien conocida por los antropólogos.

¿Entonces no es preferible que cada taller cuide, como mejor pueda, su parte del mercado?

No faltan ejemplos para demostrar que cuando existe demanda se crean los talleres paralelos, se incorpora a parientes, se amplían los galpones. El individualismo no existe como un problema para el taller sino como una defensa frente a un mercado fluctuante y escaso.

Punto de reflexión: Con otras condiciones del mercado la identidad sería necesaria. A mayor demanda mayor cantidad de gente que produce un bien. La identidad antes del mercado es impracticable.

Pérdida de la identidad cultural

Pongo frente a mí los textos que he escrito sobre el tema. Este problema ha sido para mí una vieja preocupación. En este momento no transformo mis identidad en sino que miro fuera, al mercado.

Si producimos artesanía para el mercado externo ¿De qué identidad cultural hablamos?

¿Debemos insistir en el empeño de entregar lo mejor de nuestra cultura y visión del mundo a una empresa en la que estos elementos se ignoran?

La artesanía pierde su función inicial, la que justifica su identidad cultural, cuando se destina a venderse fuera del círculo de compradores/vecinos.

Cuando no existe la función inicial queda solamente una función icónica lateral, secundaria. Es difícil saber cuáles son los elementos que asumirá el comprador fuera. Pero creo que serán muy pocos. Importantes son el exotismo la belleza/apariencia, la funcionalidad. Los dos primeros elementos incluyen un referente iconográfico que está lejos de la belleza y apariencia originales.

Los trabajos con Cerececa sobre las talegas de Ishuga no ejercen influencia real sobre el mercado. Porque allí no funciona ese identidad. Porque la identidad presente es sustituida por la imagen que queda en la retina del que desea comprar un icono falso de un mundo que ignora. La mirada se queda en el marco, en el vidrio y no llega al jardín.

La identidad cultural que se proyecta al mercado es la misma que Carme Miranda exportó con éxito.

Es la que llegar para ocupar un espacio ya existente, en donde cabe un estereotipo a veces supuesto. La tarea de transformar ese espacio es imposible de enfrentar.

Ocupemos el nicho comercial ya existente. Piñas, papayas, sandías en el vestido identidad de la carioca bahiana. ¿Se vende? Entonces está bien. That's the latin american way (Pero no sirve para consumo interno, allí no existe. El problema de la identidad no está en su proyección hacia fuera, está en su proyección hacia dentro y esta no tiene ninguna relación con el mercado identidad para las artesanías)

Punto de reflexión: La identidad cultural en los objetos destinados al mercado externo, está relacionada solamente en forma lateral con la identidad cultural hacia el interior de nuestros pueblos. En el caso de la identidad identidad está de por medio el estudio de mercado.

Por último

¿A dónde podemos llegar con estas contrarreflexiones?

Hemos pretendido incluir unas ideas chocantes, con la esperanza de enriquecer la perspectiva de los expertos en comercialización. Apenas en unos días se verá si alguna idea fue útil.

Recordemos esos puntos de reflexión que hemos colocado a lo largo del trabajo. Quizá vistos en conjunto resulten más útiles para entender mejor la identidad y tener ideas más simples de aplicar.

*Aprendamos a utilizar el éxito comercial de la artesanía de aeopuerto
La capacitación debe ser constante para enfrentar la posibilidad de
[]dentidad[]ente[].*

*El control de calidad se vincula []dentidad[]ente[]e, con el aspecto.
Con otras condiciones de mercado la []dentidad[] sería necesaria.*

*No es posible aplicar a la []dentidad[] artesanal los mismos criterios
económicos que a la []dentidad[] industrial porque en el primer caso la
capacidad de []dentidad[] depende de la capacidad del maestro y, en el
segundo, de la inversión del capital.*

*La []dentidad cultural en los objetos destinados al mercado externo está
relacionado solo []dentidad[]ente con la []dentidad cultural hacia el interior de
nuestros pueblos.*

Comentarios sobre el ensayo desde el punto de vista de la Cadena Productiva

La fuerza productiva de la cadena de la seda en el Cauca está ubicada en Timbio, en donde se hayan 20 talleres, quienes a su vez conforman asociaciones, las cuales exceptuando Hitesedas y Sedas la Aradita son de hecho, estas asociaciones se reúnen en una empresa llamada Corseda, definida por su gerente Ing. Jorge Albeiro Rodríguez de la siguiente forma:

“La Corporación para el Desarrollo de la Sericultura del Cauca CORSEDA, es una organización que agrupa a trescientas (300) familias campesinas dedicadas a la sericultura (cría de gusano de seda, producción de capullo, elaboración de hilos y artesanías y su comercialización especialmente en el exterior); su razón de ser es la cobertura en servicios sociales a sus afiliados.

Desde su creación CORSEDA ha operado bajo un gran principio “la generación de modelos empresariales asociativos como única manera en la que los pequeños productores pueden hacer frente a las condiciones de modernización e internacionalización del mercado” en otras palabras el único camino en que los ciudadanos pueden contribuir a construir y a mantener instituciones que sean transparentes, eficientes y equitativas (governabilidad)...”

Existe una empresa independiente, la cual se acaba de conformar Tejisedas del Cauca, son doce mujeres que por problemas entre artesanas, fueron expulsadas de Corseda, de tal forma que laboran aparte y están tratando de buscar mercado.

Los talleres se clasifica en dos tipos, los talleres que están ubicados fuera y dentro de la casa. La gran mayoría son del segundo tipo, problema grande debido a los espacios que se toman, los corredores, las salas, los dormitorios, la cocina. Estas características crean desorden dentro del proceso productivo, en general, los talleres necesitan de dotación en agujas, peines, herramientas, ollas de teñido, devanadoras, retorcedoras.

“...No es solamente importante lo que podemos ofrecer, es fundamental conocer qué es lo que “ellos” quieren comprar. Si no partimos de este punto es difícil tener algún éxito.”

Las artesanas del Cauca, poseen, lo que yo diría una “ventaja” respecto a algunas otras artesanas/nos de Colombia, su oficio con la seda esta ligado más a una oportunidad que a una tradición, en ese sentido, el Cauca tiene un desarrollo en el tema de tres décadas y está libre del sentido explícitamente tradicional, por esta razón, creo que es más fácil introducir tecnología en la maquinaria, ligada al desarrollo de producto.

Resulta imprescindible tener claro para quién diseñamos, quién va a comprar nuestro producto, como bien lo afirma el Señor Juan Martínez Borrero.

Para dar respuesta a esta afirmación, se creó un grupo creativo de artesanas con excelente manejo en la técnica de tejido plano y con mente abierta; con este grupo se analizó nuestro mercado objetivo para cada línea de producto.

Los resultados en términos del proceso son interesantes, en primer lugar identifique algunas artesanas, principalmente del grupo Ilitesedas que tienen una gran facilidad para explorar los materiales, hay un segundo grupo de dos artesanas de Coltesedas que son muy centradas y saben exactamente lo que quieren y un tercer grupo, que solamente quieren “hacer”, esto está muy bien porque en un proceso creativo grupal hay quienes tendrán que ponerse a investigar, pensar y diseñar, otras que aterricen los diseños y otras que los ejecutaran, creo que puede ser el comienzo de especialización de artesanas.

Este trabajo se realizó con ayudas gráficas y fuentes de información de Artesanías de Colombia, es importante que las artesanas sigan buscando estas fuentes y se mantengan informadas acerca de las tendencias, para que puedan desarrollar el olfato del diseñador, para ello sería importante que se realizaran visiones comerciales (como la que se realizará en el marco de Colombiamoda 2004 en Medellín) a Bogotá Medellín y Cali, al igual que a Estados Unidos y a Europa. Las artesanas o los diseñadores del grupo deben investigar, viajar, ver y analizar. Para ello es necesario en pensar no solo en los artesanos, sino en los hijos de los artesanos, quienes representan el futuro y la continuidad del oficio. Son los artesanos y sus hijos, los llamados a figurar como gerentes de sus propias empresas, como exportadores y representantes del gremio.

En cuanto al tema de “Las respuestas tradicionales” podría decir que definitivamente, la calidad del producto de seda es un tema que se debe tener en cuenta, el producto de seda es costoso, por tal razón se le debe garantizar al cliente una duración, colores firmes y buenos acabados; al respecto se ha trabajado todo el tiempo con los artesanos haciendo énfasis en la calidad de cada uno de los procesos. El empaque también forma parte fundamental de la calidad, pues la presentación del producto al cliente y el embalaje garantiza que el producto, a pesar de las distancias llega en perfecto estado.

La Exhibición del producto también es un tema relevante, por ejemplo los chales se exhiben en el aeropuerto Guillermo León Valencia de Popayán, en una pared cuyo primer plano son tortas, buñuelos, pastelitos, etc; este hecho de por sí ya le quita valor al producto, es necesario que el tema de exhibición también se monitoree.

La columna vertebral de cualquier empresa dedicada a la comercialización, lógicamente son sus ventas, por esto Corseda, debe asegurarse de vender afuera, como lo dice su misión, el mercado nacional puede ser perfectamente manejado por las artesanas durante las ferias y diferentes eventos; porque es sabido que por ahora, con las boutiques la figura comercial es de consignación de productos. Para una eventual demanda mayor a la que existe en el momento, que según Corseda solo consume el 20% de su capacidad instalada, de productos en seda es prioritario crear la conciencia entre las artesanas que poseer una buena herramienta y maquinaria además de realizar mantenimiento “preventivo” es un medio para crecer en productividad. Esta es una de

las razones por las cuales en mi opinión, es necesario que los atesanos se legalicen de acuerdo a las asociaciones que tienen, porque en la medida que cada asociación se haga cargo de sus propios avances y enfrente sus realidades ía progresando, es peligroso que la figura de Corseda se vuelva una figura paternalista, entonces los artesanos se verán supeditados solamente a las gestiones que Corseda pueda hacer, en el tema de la maquinaria y tecnología, las asociaciones, de acuerdo a sus necesidades podría realizar sus propios proyectos y de esta manera todos ganan, los artesanos, mejorando su productividad y Corseda en la parte comercial logrando una mayor y mejor respuesta en tiempo y productividad.

Control de calidad, he podido ver cómo son los controles de calidad en las veredas donde se fabrican las prendas en seda, las artesanas en muchas ocasiones, sabiendo que la prenda ya va mal, por tema de bordes, por ejemplo, que es el más reiterativo, prefiere terminar la prenda así. Por qué? Si va a gastar la misma seda que haciéndolo bien y no se lo van a pagar bien porque está mal hecho?

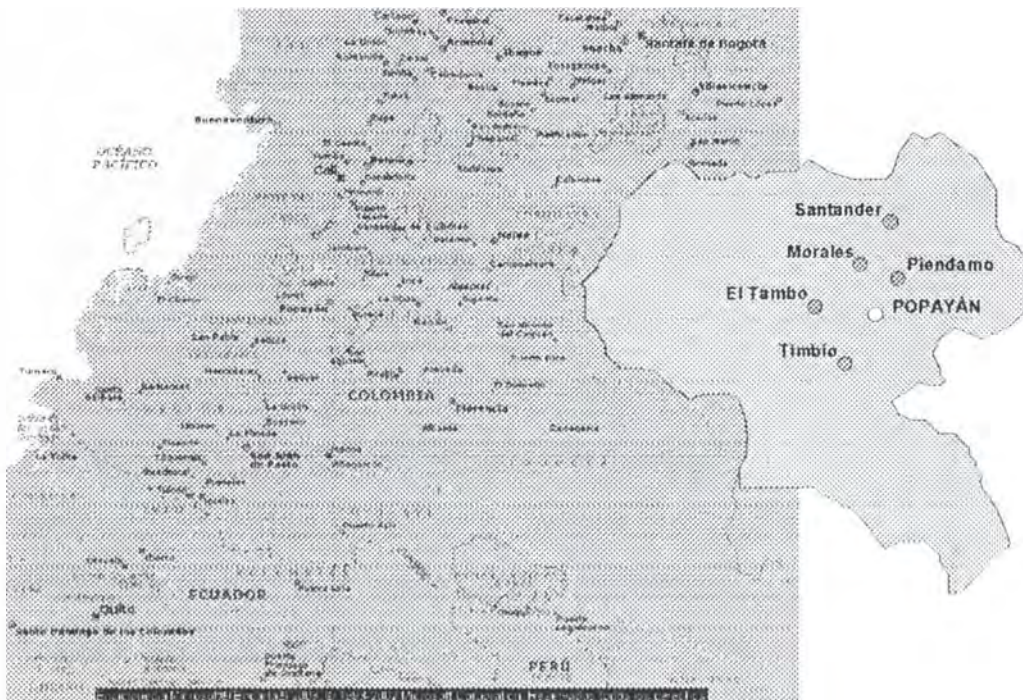
Esta es pura cuestión de decisión, si hay artesanas novatas, pues deben disponer de más tiempo para hacer el tejido bien, en la medida que ganen experiencia irán haciendo las cosas igual de bien, pero en menor tiempo.

Todas las prendas se deben evaluar con el mismo criterio, no importa si la prenda es mia o es de mi amiga o de la comadre, si está bien hecha es apta para vender, sino, no lo es y punto.

En cuanto a la falta de capacitación, que es uno de los temas que toca el Sr. Borrero en el ensayo, las artesanas tienen bastantes capacitaciones, pero creo que ya es hora de que se especialicen, además no todas las artesanas tienen el mismo nivel de educación o de tiempo en el oficio, las capacitaciones deben estar dirigidas a quien las necesita y como las necesita.

En cuanto al individualismo, hace varios años, cuando por primea vez fui al Cauca en 1999, me causó impresión el hecho de que las artesanas no se podían ver juntas en una reunión. Desde ese entonces, gracias, en primer lugar a una apertura de mente de ellas mismas y de una serie de cursos, seminarios, charlas (entre las cuales Artesanías de Colombia organizó algunas), hoy en día se puede decir que esta situación ha ido cambiando.

Mapa de Localización



Descripción de los Talleres

Ver anexo Excel

Análisis gráficos

Tabla 1. Talleres artesanales Cauca

Esta tabla resume el panorama de equipos y herramientas de los talleres dedicados a la producción de tejido plano.

Es importante observar la distribución de los talleres del Cauca, para esto la gráfica ubicación de talleres artesanales del Cauca, muestra como el 77% esta ubicado en Timbío, que corresponde a 21 talleres; 3.7% ubicados en Santander de Quilichao, Piendamó y Morales, con 1 cada municipio y el 11% correspondiente al Tambo, con 3 talleres.

En el gráfico Cantidad de telares Vrs ancho de telar podemos darnos cuenta que de los 40 telares existentes existen 8 de 50 cms; 4 de 80 cms; 17 de 120 cms y 11 de 140 cms, de los mencionados ninguno está en capacidad de realizar telas de 110 cms con lisos o agujas propias, la cantidad de lisos varia por taller entre 300 y 1500, necesitándose regularmente unas 2000 para realizar una tela de 110 con una densidad media. En la misma situación están los peines, solamente sedanar tiene 3 peines, el resto de talleres posee en promedio 2 peines. Por otro lado hay que hablar del estado de los telares, los cuales se encuentran en un mal nivel de mantenimiento, las artesanas no saben cómo hacerlo, es urgente que este mantenimiento se haga, pues los telares funcionan de forma regular y por pequeños ajustes que hay que hacerle durante la labor de tejeduría es mucho el tiempo que se pierde, por lo tanto la productividad se baja.

En el gráfico devanadoras Vrs Municipio, podemos ver cómo se guarda la proporción entre cantidad de telares por municipio vrs devanadoras, que de igual forma son pocas, pero este hecho se agudiza aún más si nos fijamos en dónde están ubicadas estas devanadoras, que aunque se encuentren en Timbio, se encuentran a distancias considerables porque las artesanas, normalmente caminan de un lugar a otro para realizar los procesos productivos; por ejemplo Hitesedas, que esta compuesta por 16 mujeres, de las cuales hay 4 con telares y 2 con devanadoras, tienen que ir desde la vereda el arado hasta el altillo, lo cual puede llevar de 15 a 25 minutos de acuerdo al peso que lleve, o las artesanas de Cinco días para ir al altillo se demoran entre 1 hora y 1 ½ para estar allí. Esta es una parte importante que no se ha tomado en cuenta dentro de los análisis de producción.

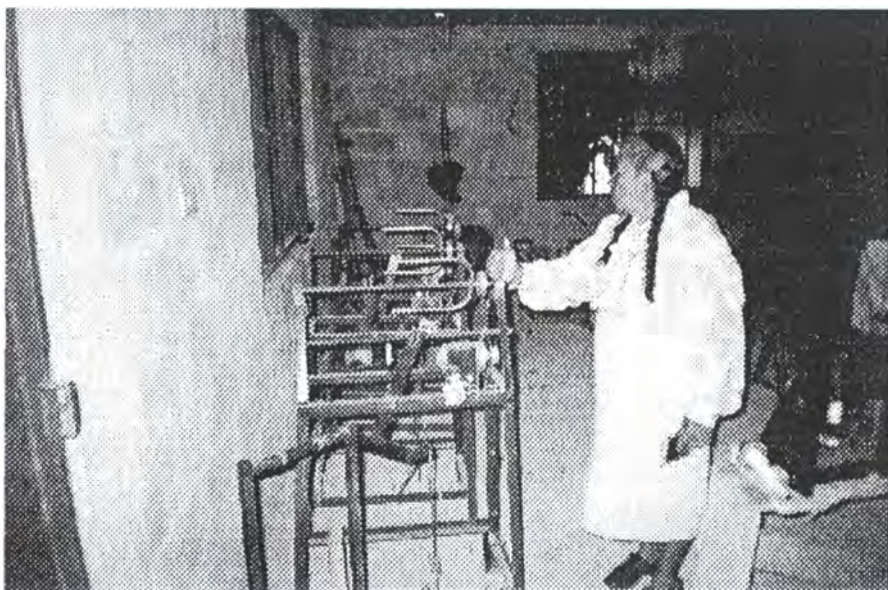
Lo mismo se puede anotar de las retorcedoras, las cuales guardan la misma proporción de las devanadoras, porque generalmente donde hay devanadora hay retorcedora.

Talleres del Cauca

Talleres con buen espacio y posibilidades de mejora su productividad de forma inmediata.

Son talleres que se han independizado de los espacios de la casa y que han tratado de organizarse en los procesos, se les dio una orientación de acuerdo a los espacios que poseen y los diferentes procesos

Sedas la aradita – El arado Timbio

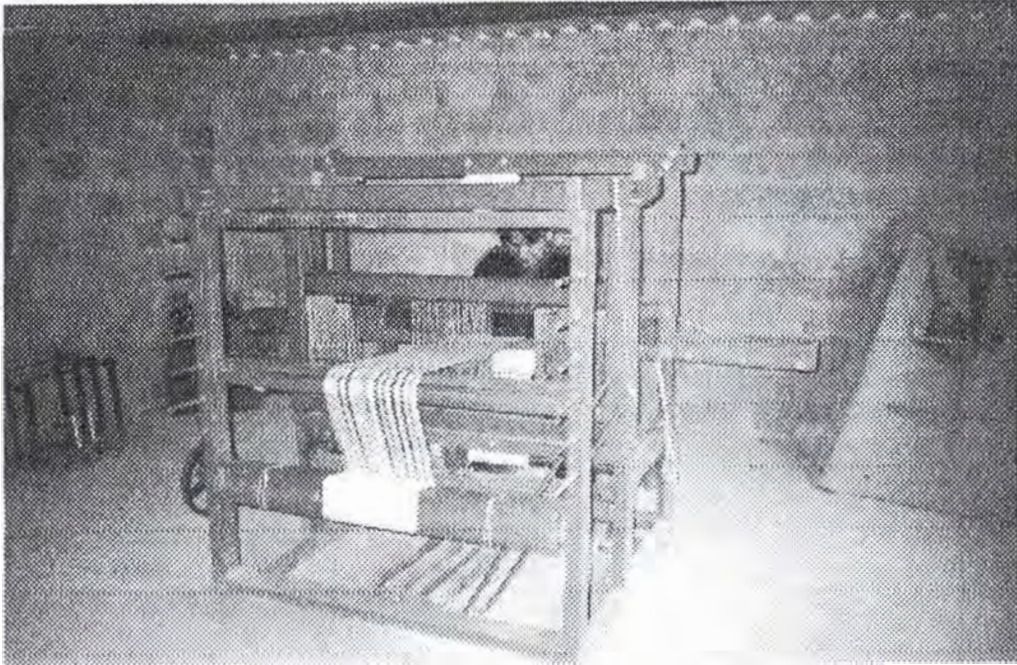


Sección de hilado

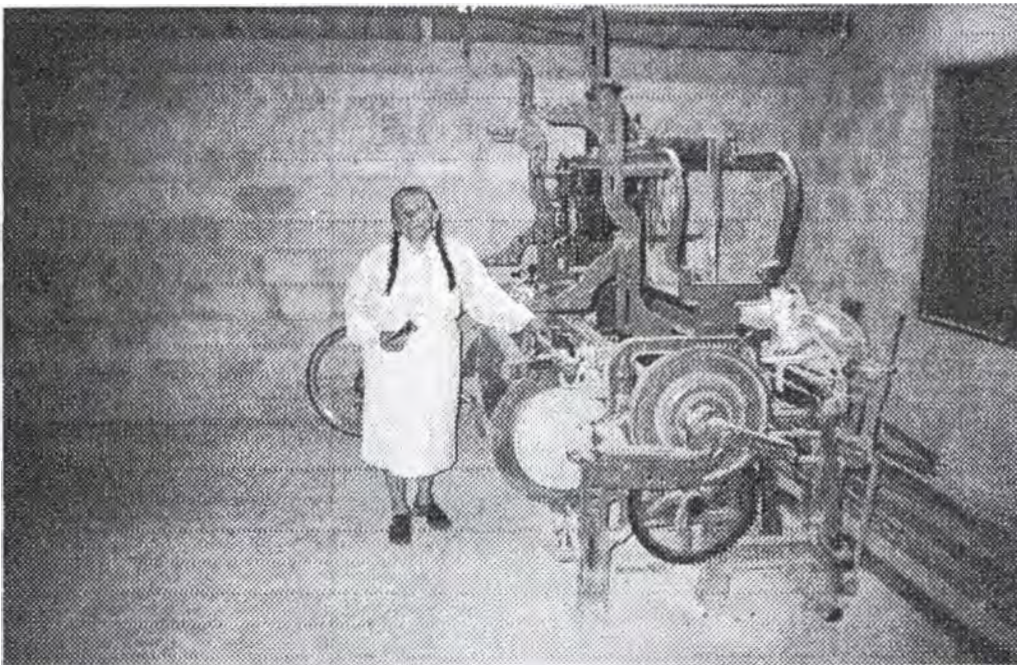


Telar de 8 marcos inservible



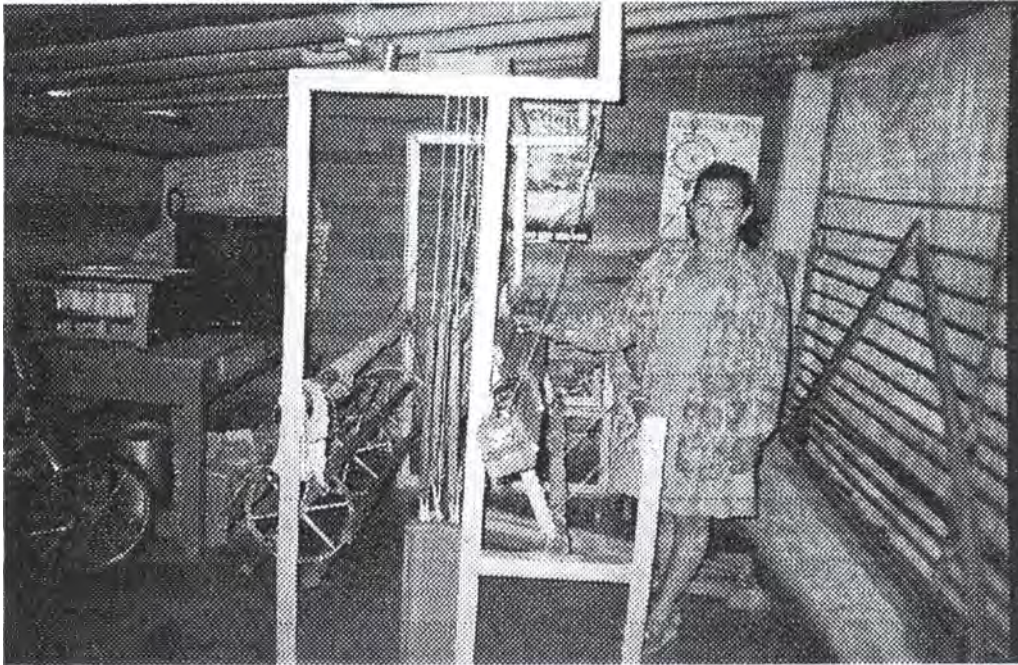


Telar de 4 marcos

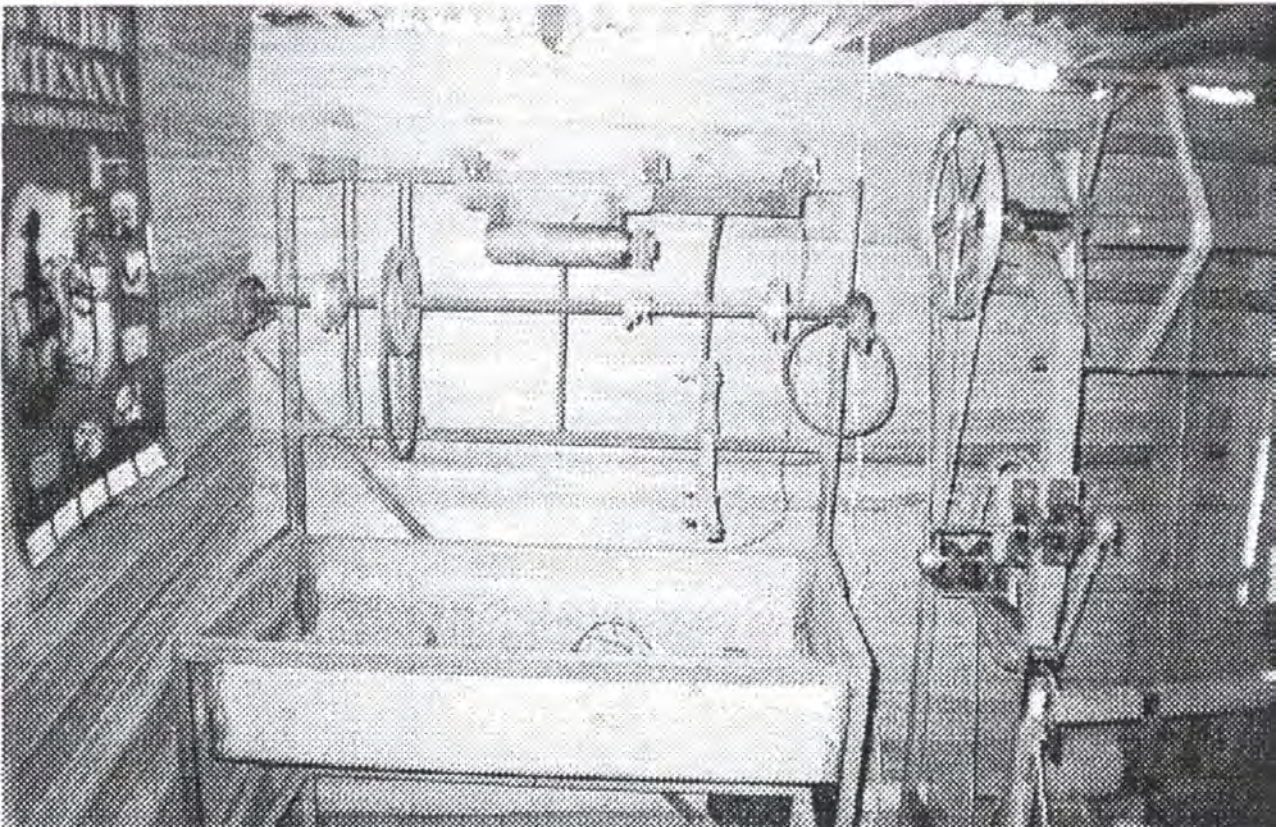


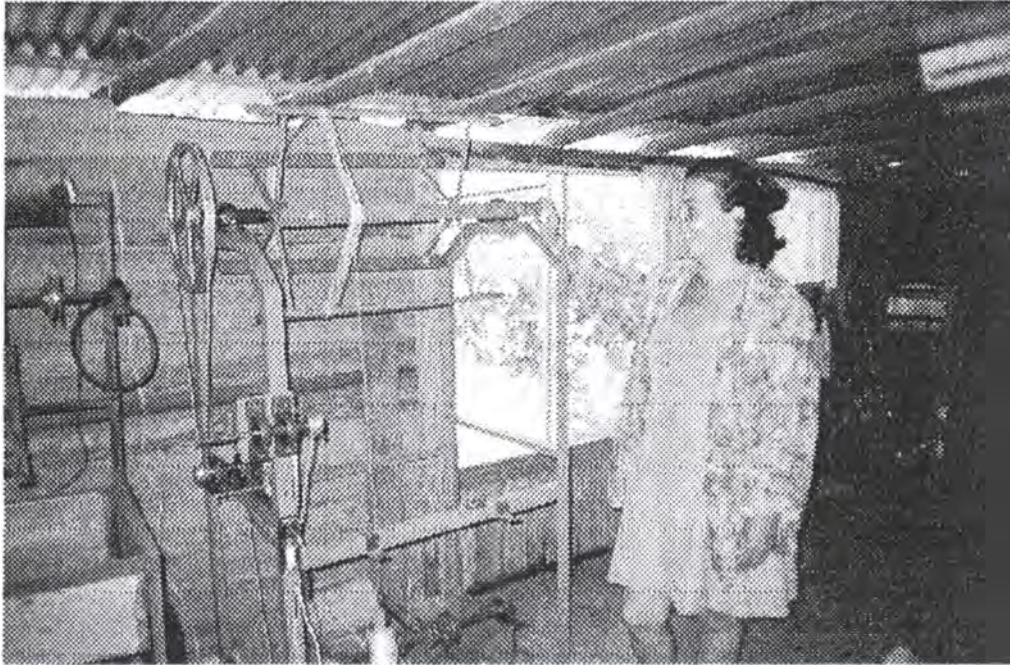
Telar mecánico insertable, le faltan aditamentos y un transformador

Taller Unarse Santander De Quilichao



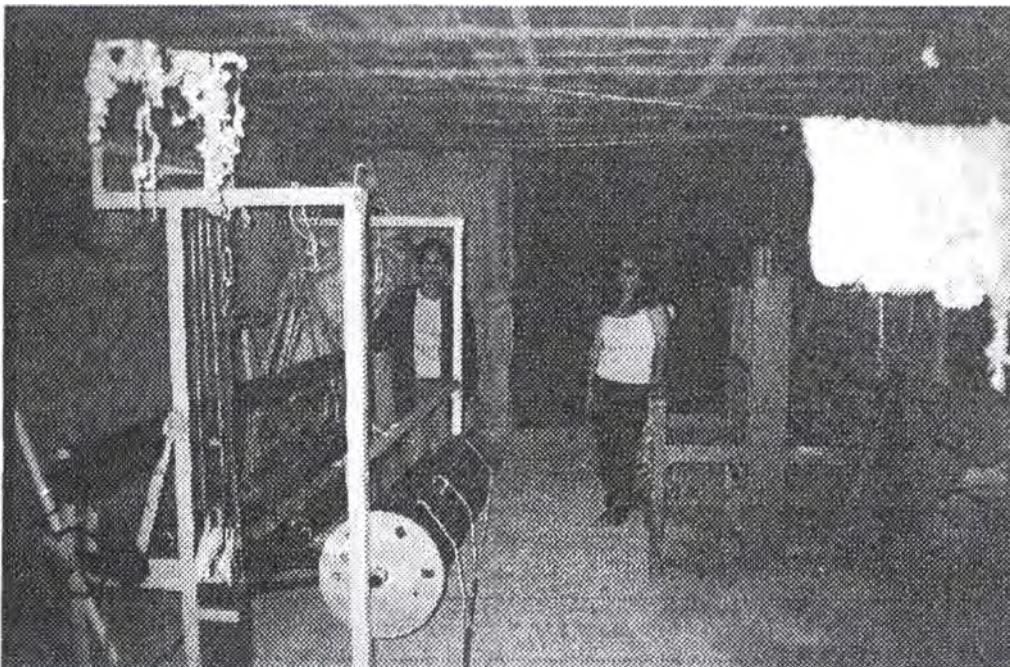
Este taller se encuentra en la vereda la Betica, le falta organización física



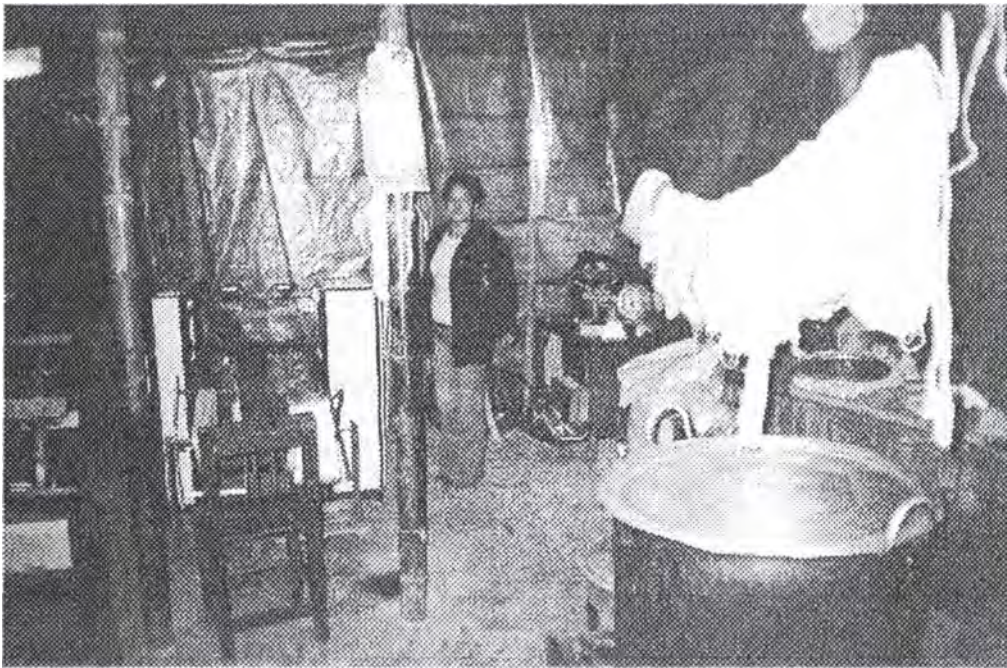


Este taller se encuentra construido en una casa de madera, le falta un poco de luz, pero en líneas generales dispone de buen espacio, el cual se les sugirió reacomodar de acuerdo a los procesos productivos.

Taller sedonar las Guacas Timbio

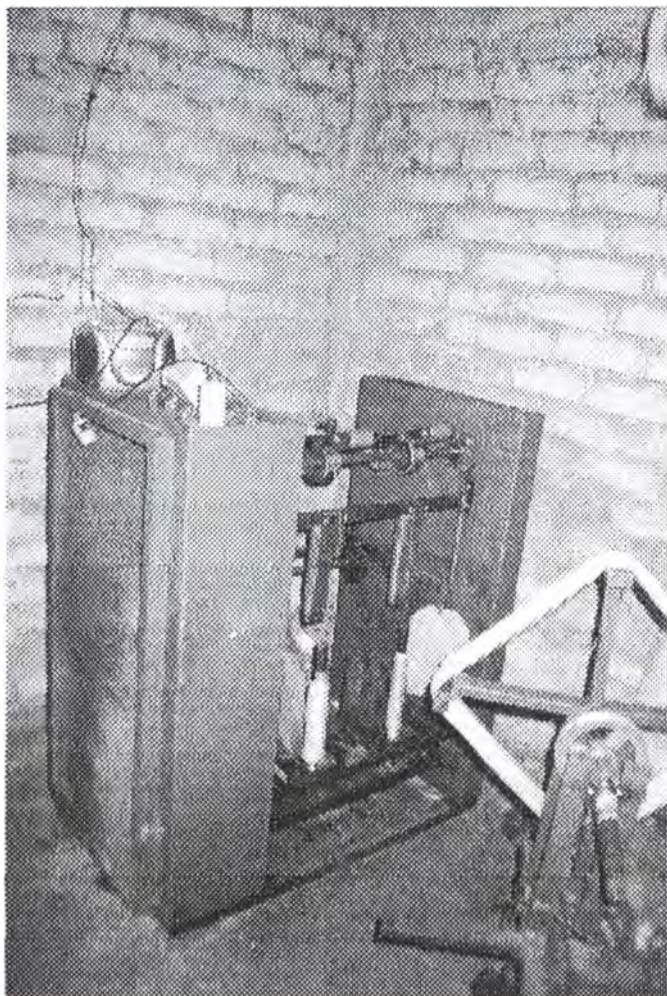


Este taller está estrenando (abril de 2004) instalaciones, separaron la zona húmeda o de devanado de las otras áreas, es necesario, que cuando las artesanas vayan a realizar readecuaciones, piensen en aprovechar la luz natural.



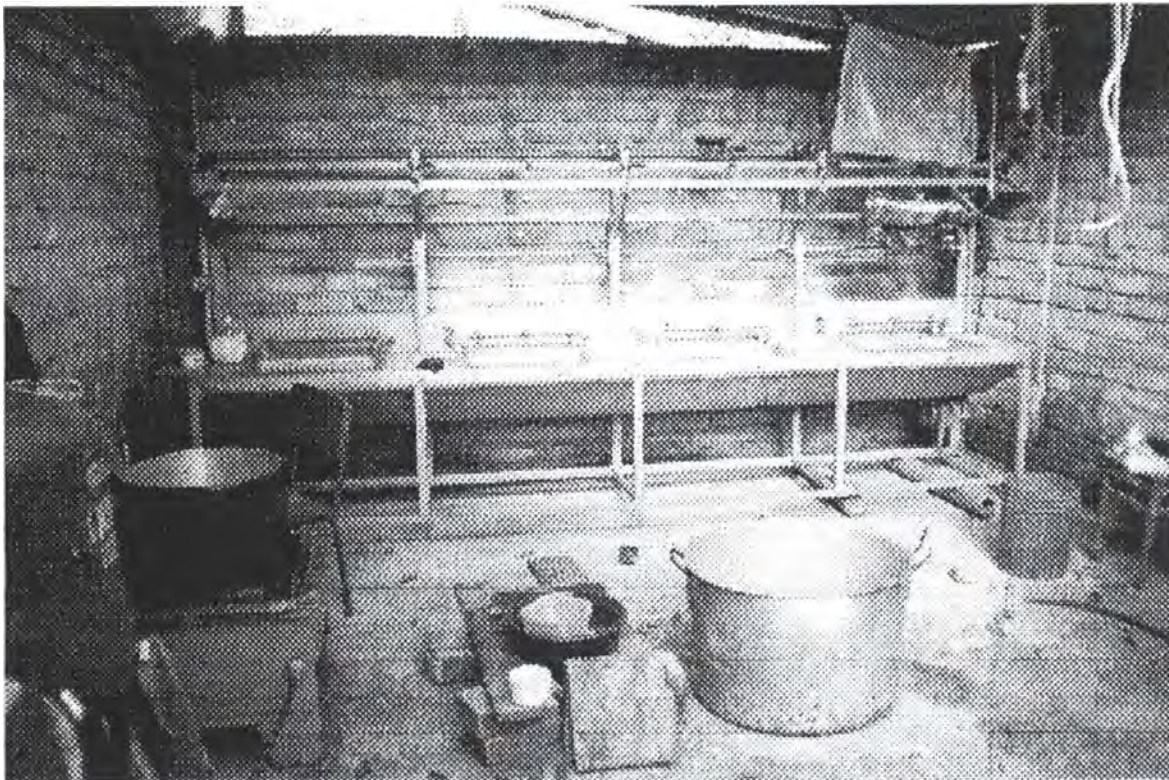
Reacomodación del taller.

Multisedas El arado- Timbio

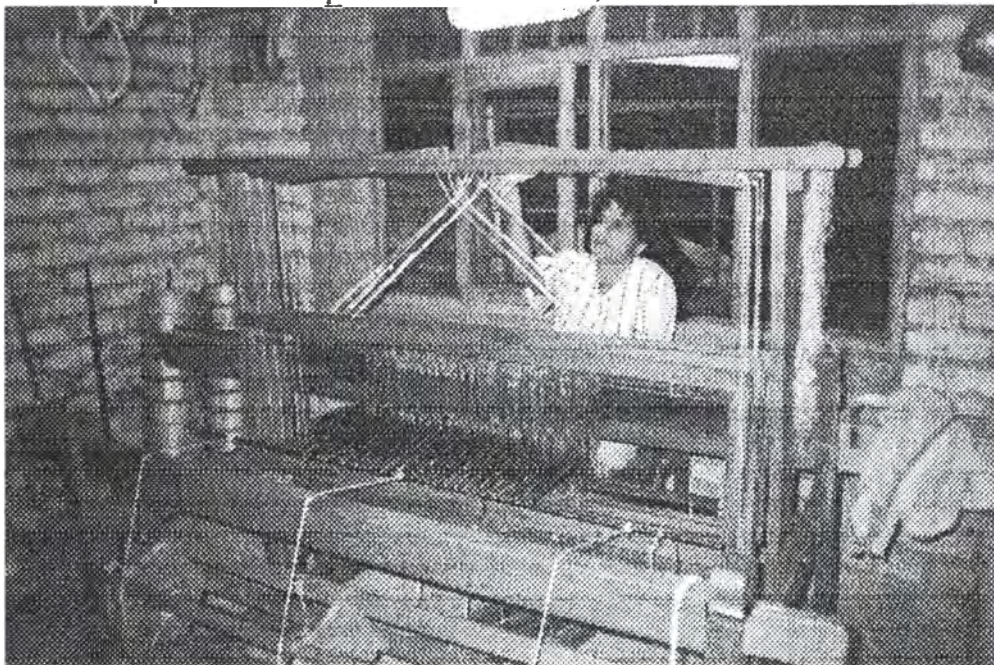


Multisedas posee una casa que se encuentra aún en obra negra, pero de buen espacio, de igual forma le hace falta el aprovechamiento de la luz natural.





Multisedas posee cuatro puestos de devanado, cosa única en el Cauca



Conclusiones existen tres talleres que en este momento pueden mejorar sustancialmente su productividad si mejoran los flujos en la producción, es decir, el espacio físico debe estar organizado de acuerdo a cada uno de los procesos productivos, ver tabla Tabla 2. proceso productivo de prendas en seda tejeduría en telar horizontal cauca

Talleres con espacio medianamente crítico

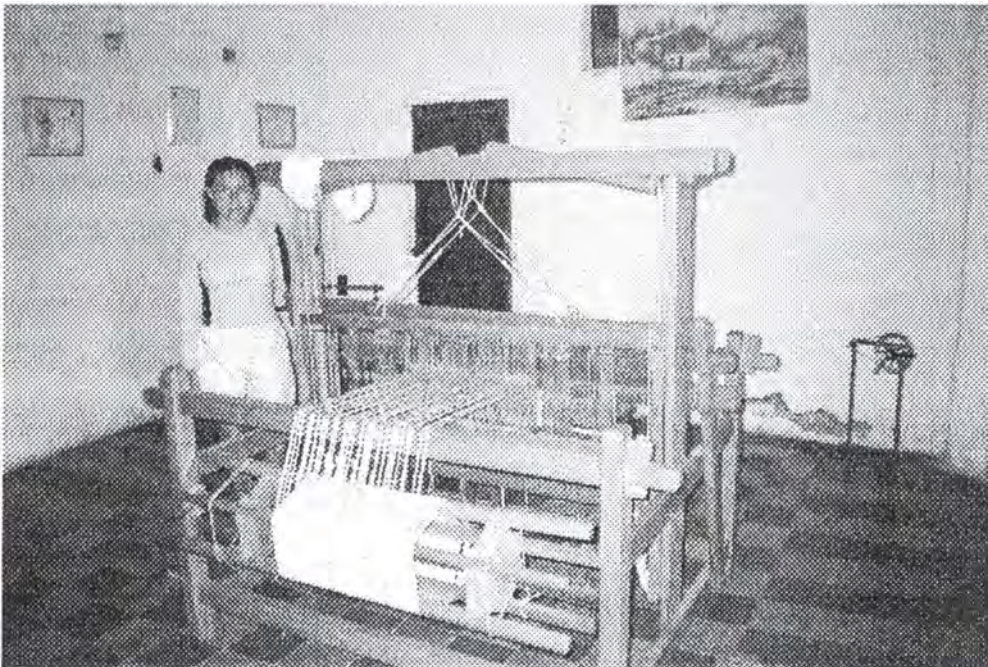
Son talleres que ocupando espacio dentro de la casa, tienen sus herramientas / equipos guardando cierta independencia respecto a los espacios del hogar, en estos talleres se ve la tendencia a ocupar los espacios semi abiertos, los

patios y corredores, lo cual para la maquinaria resulta traumático porque quedan a merced de los cambios de clima.

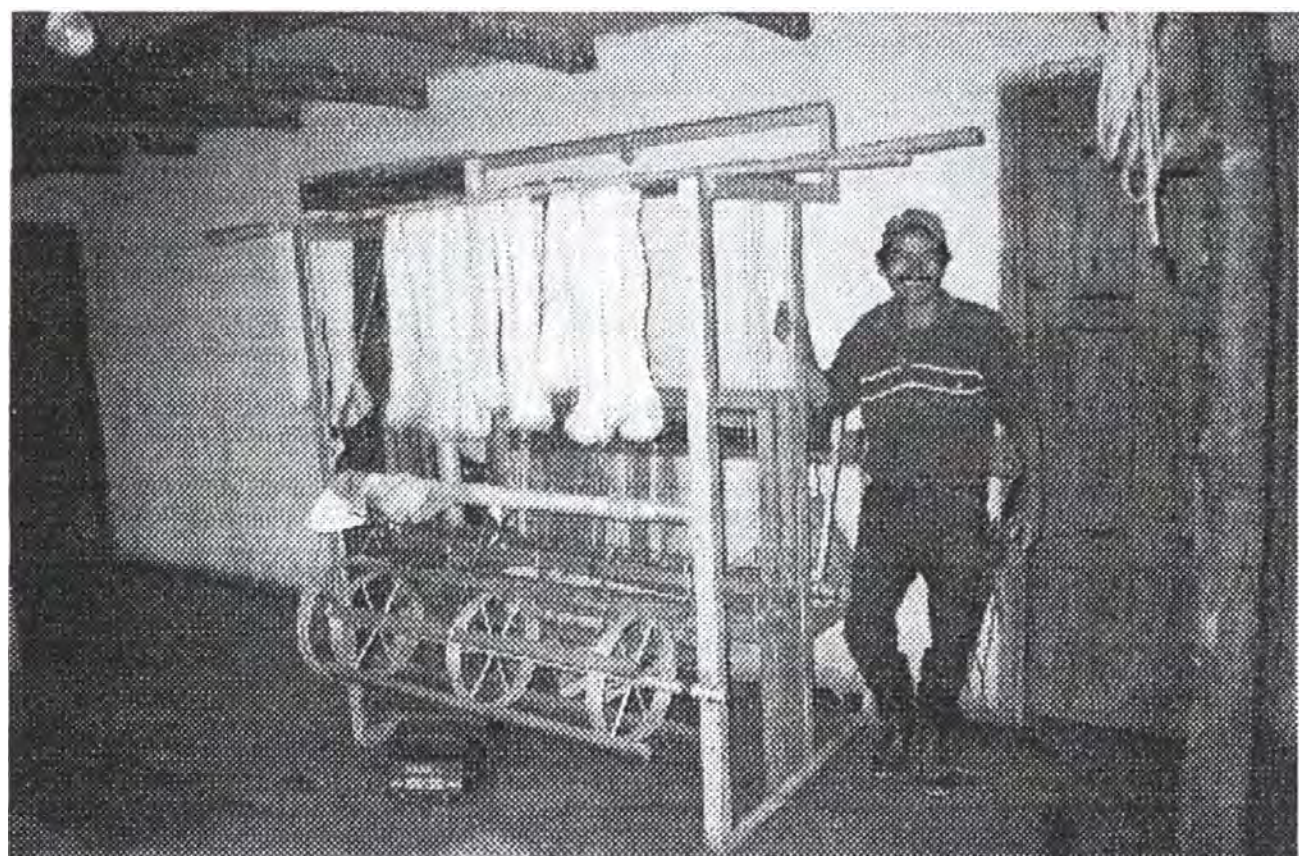
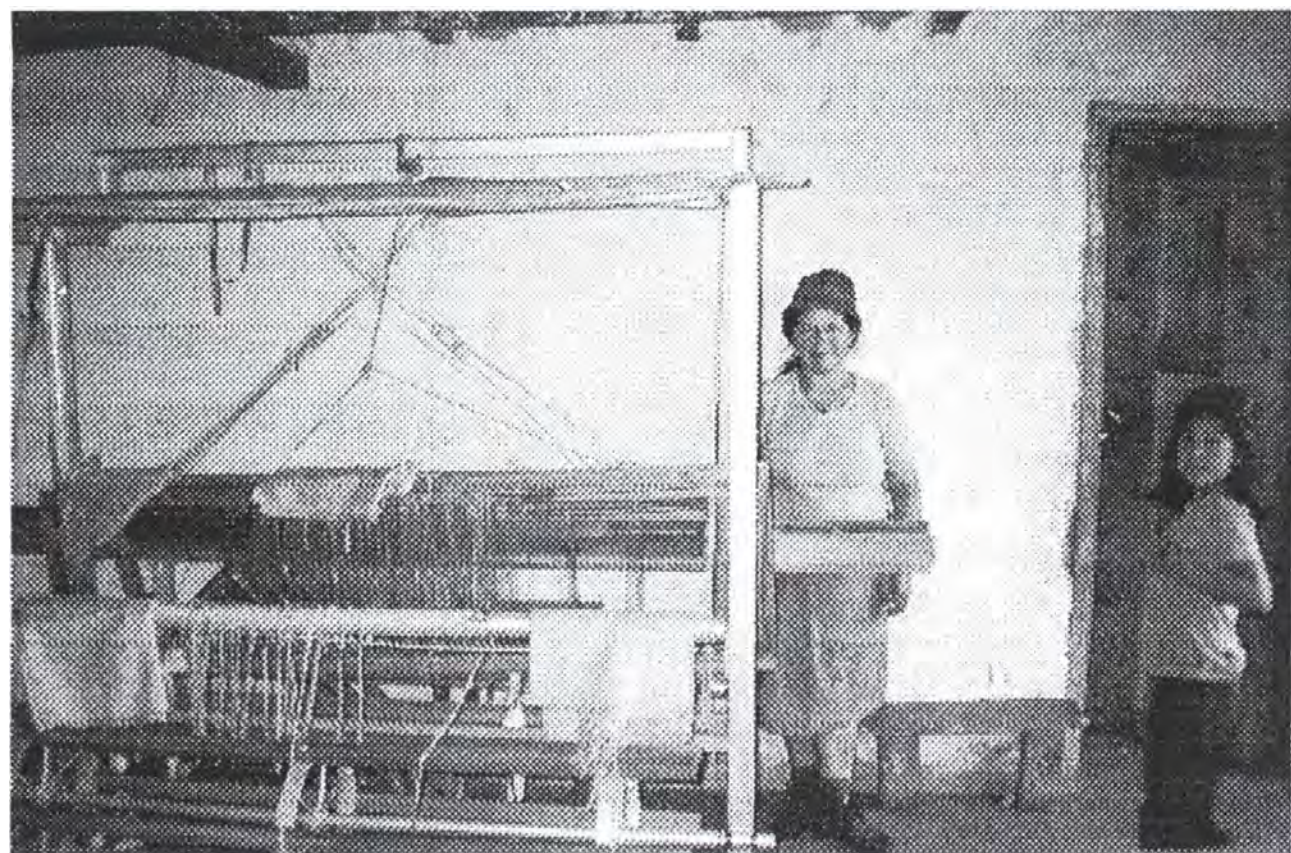
Agrihilados Cinco días Timbio

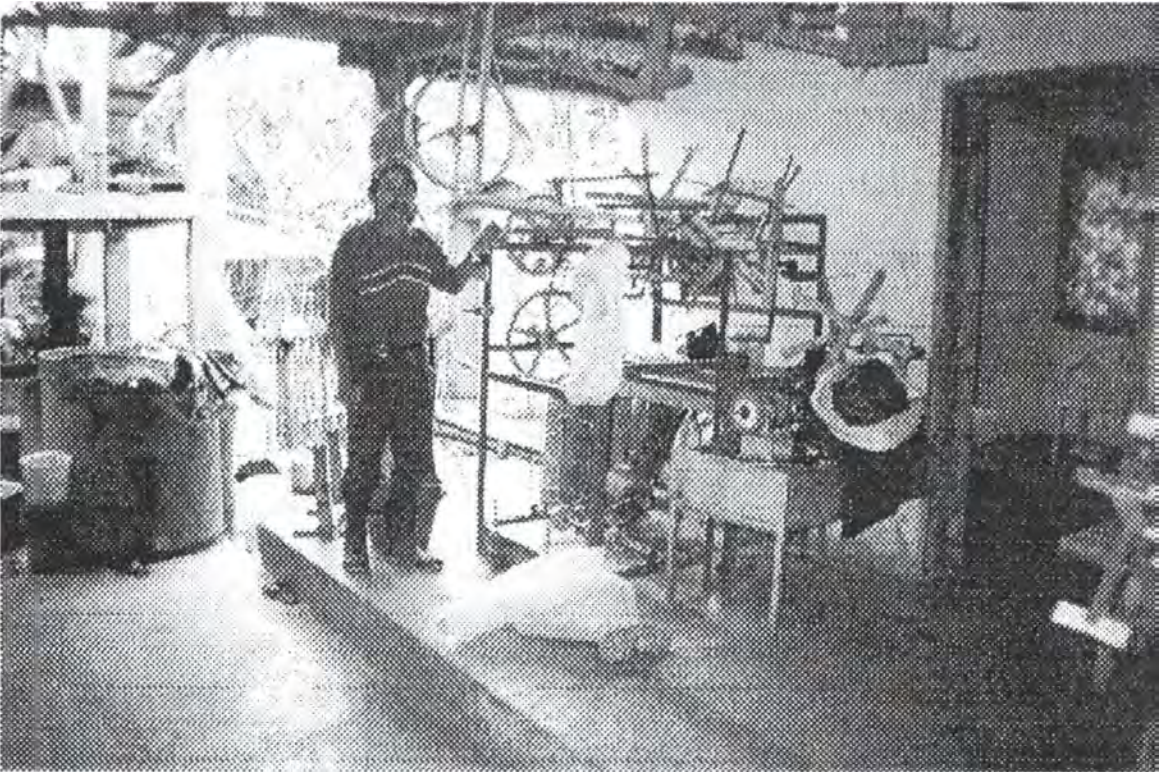


Sedas de occidente Betania Tambo



Proatesedas San Jose Piendamó





El espacio de un patio interno ha sido aprovechado por Proartesedas para colocar allí sus equipos, el problema radica en que los mismos, se deterioran a mayor velocidad y dado que no hay mantenimiento, estos se encuentran en muy regular estado.

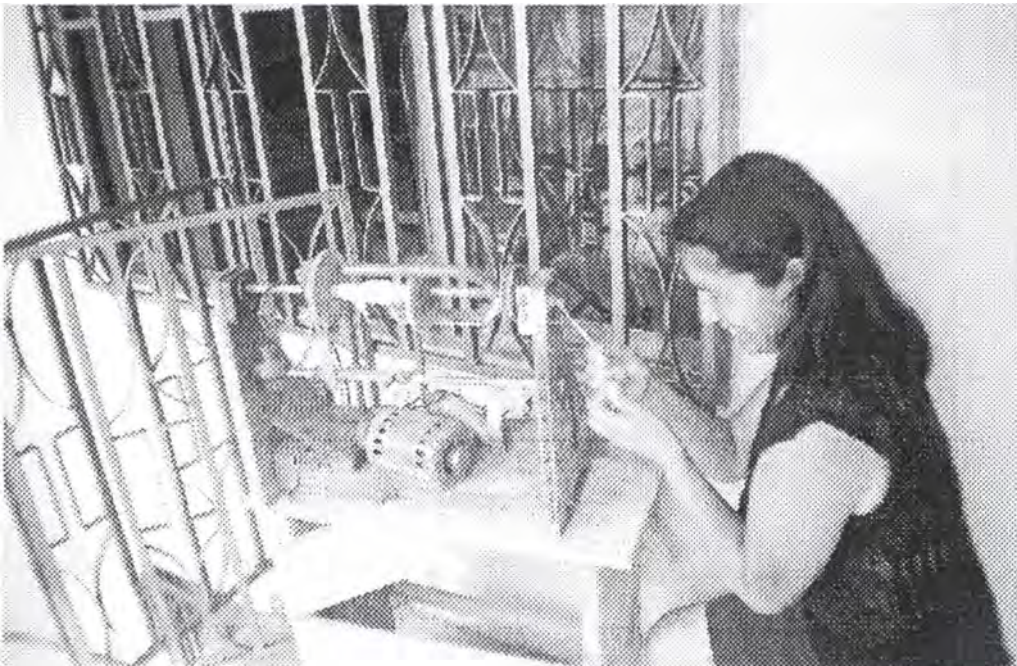
Olga Bastidas Casco urbano Timbio



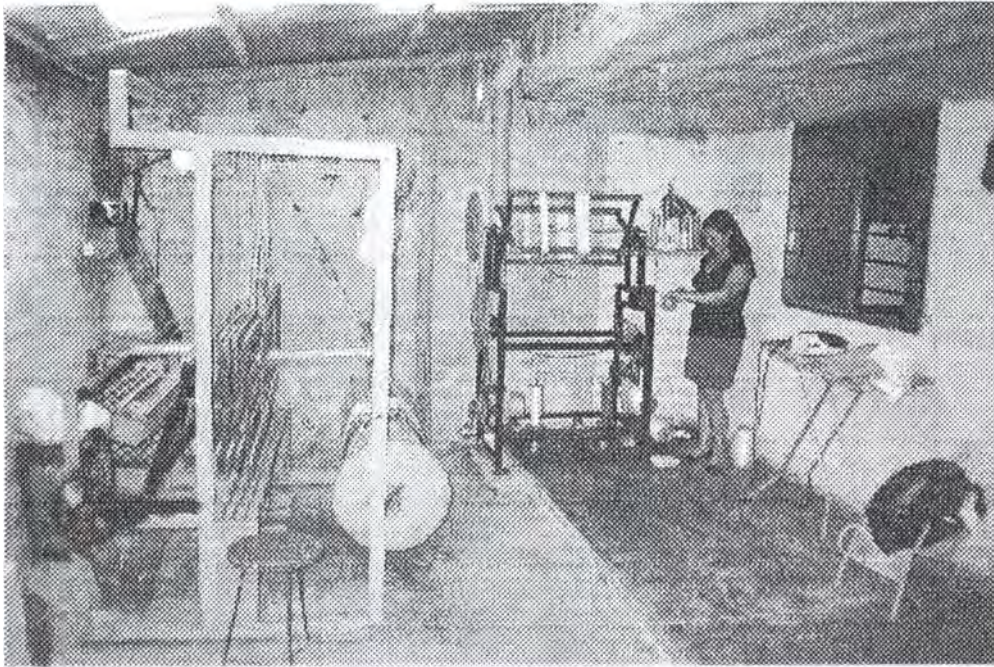


Este taller está organizado de acuerdo al orden de los procesos productivos, sin embargo A pesar de esto se percibe cierto desorden, hace falta organizar las herramientas, los hilos en espacios determinados, colocar estantes a la altura de las manos para posibilitar los flujos de trabajo.

Francy Coque, casco urbano Timbio



Este es un taller en donde se nota que hay claridad mental sobre lo que son los procesos, es organizado, tiene dificultades debido a la falta de espacio para por un lado, encadenar los procesos y por otro lado, ahorrar la subida y bajada de escaleras para realizar los procesos productivos



Maia Eugenia Coque El Altillo Timbio



Este taller en sus procesos húmedos, necesita un techo, en la parte de hilatura y tejido, necesita un poco de organización a nivel de herramientas.



Lucia Coque Al Arado Timbio



Talleres con espacio crítico

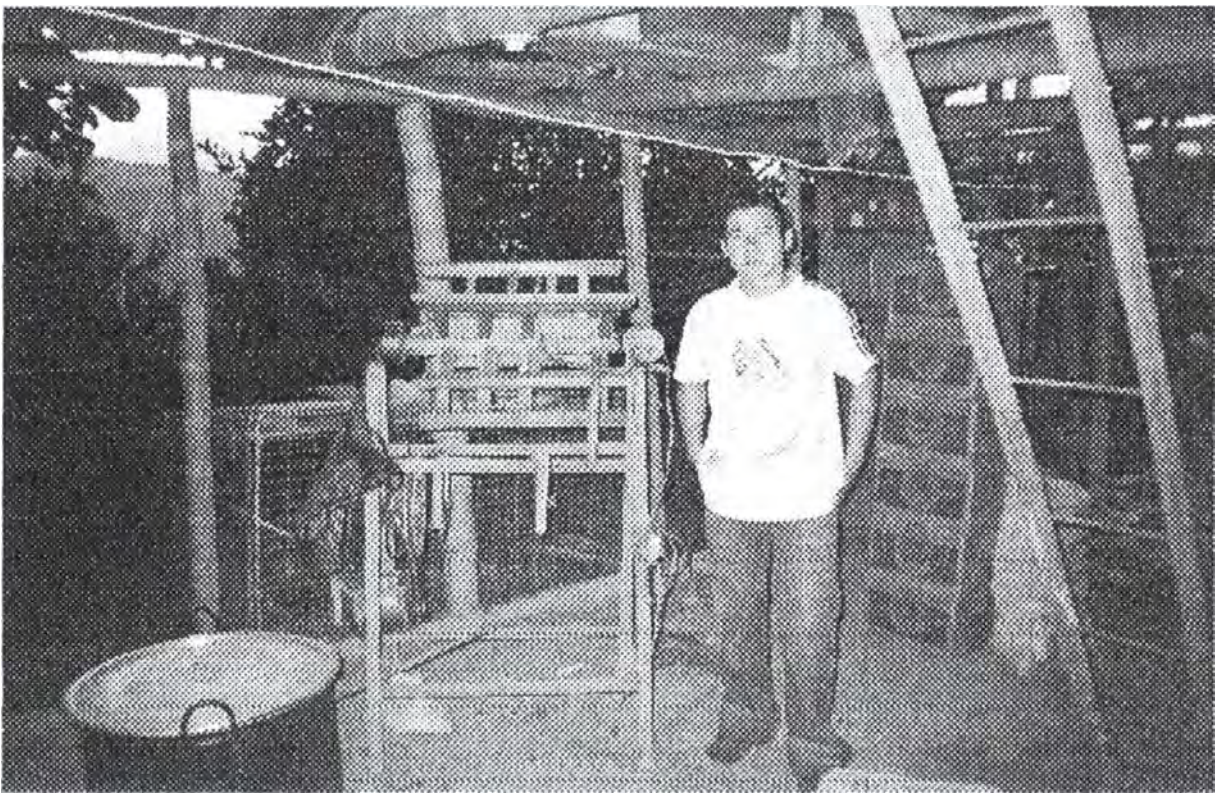
Yonny Longo, Cinco días Timbio



Este es un taller en donde realmente el proceso productivo interfiere con la cotidianidad de la casa, este hecho hace más lentos los procesos, además de crear ciertos conflictos con la familia.



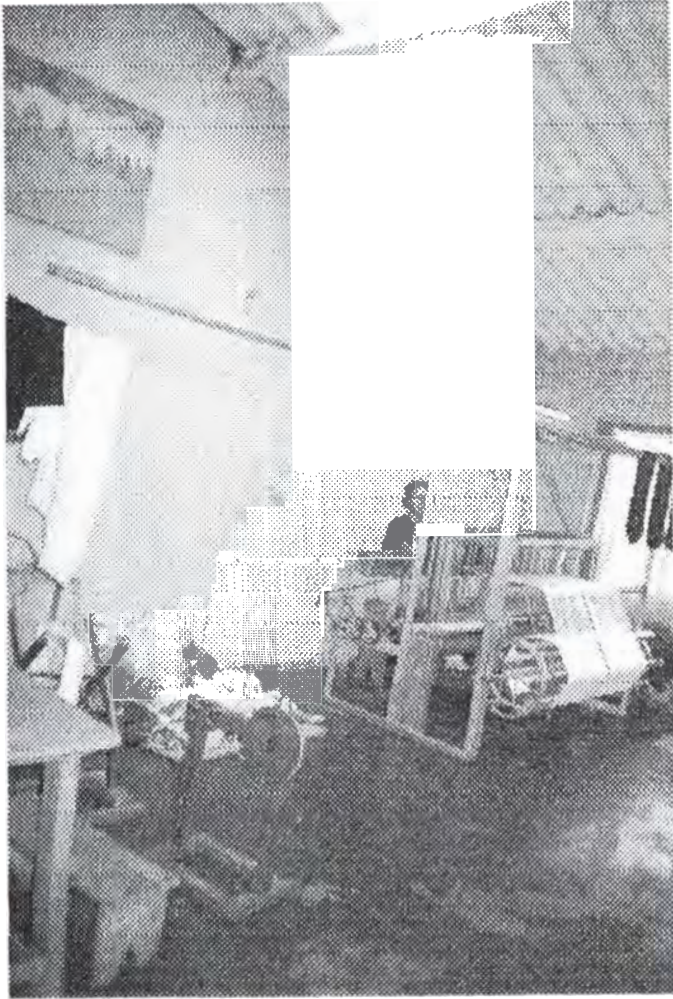
Sedat Yescas Timbio



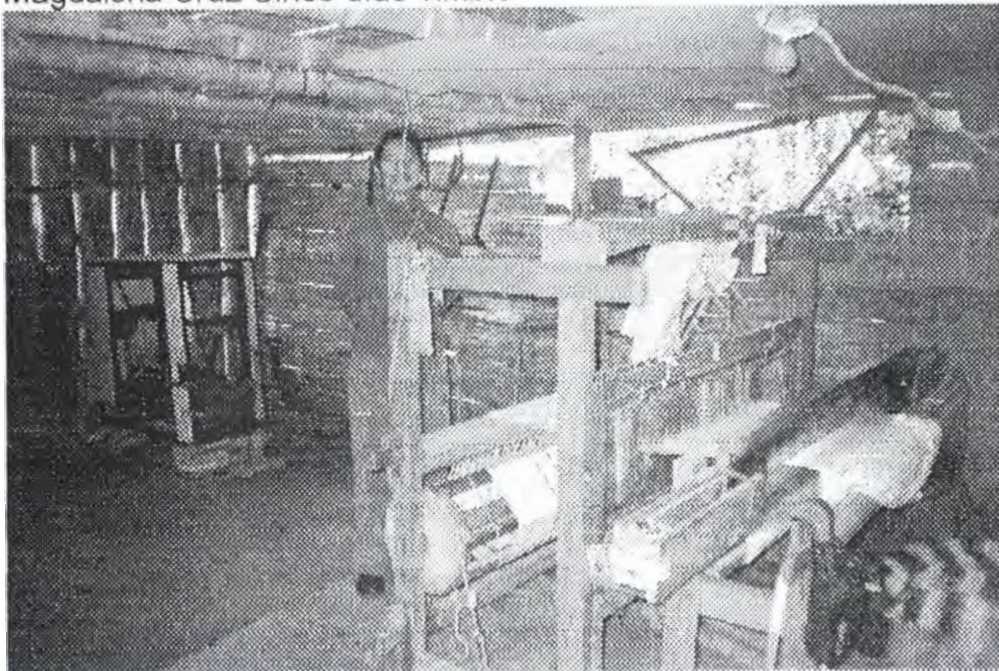
Algunos de los procesos se llevan a cabo a la semi interperie, este grupo es bastante nuevo y está aprendiendo a realizar los diferentes procesos, es importante que tomen conciencia de encadenarlos para que sean productivos.



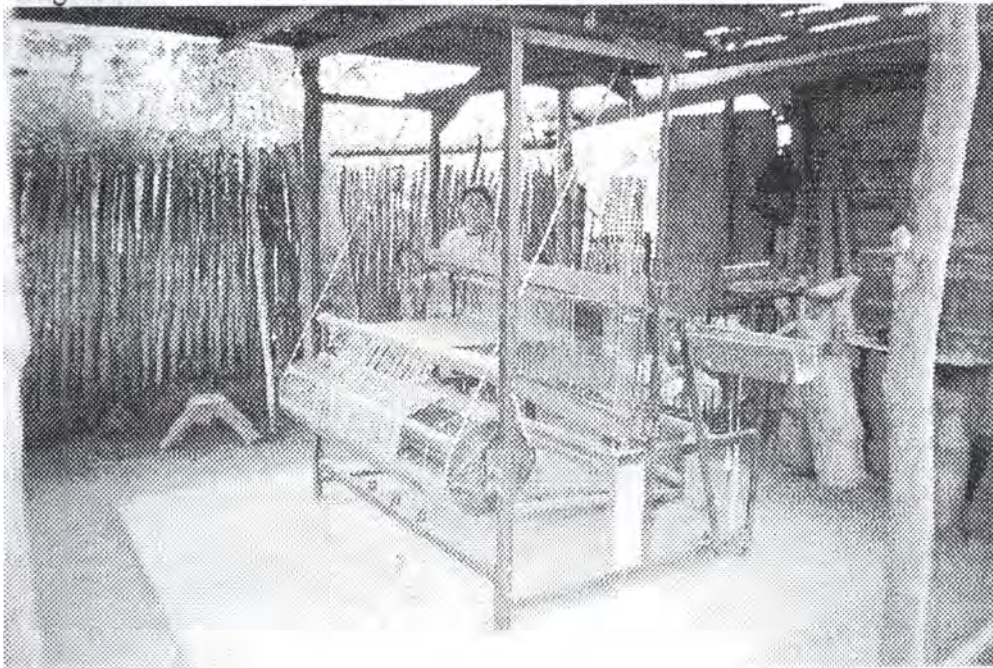
Irma Mosquera El Altillo Timbio



Magdalena Cruz Cinco días Timbio



Magdalena Cruz Cinco días Timbio

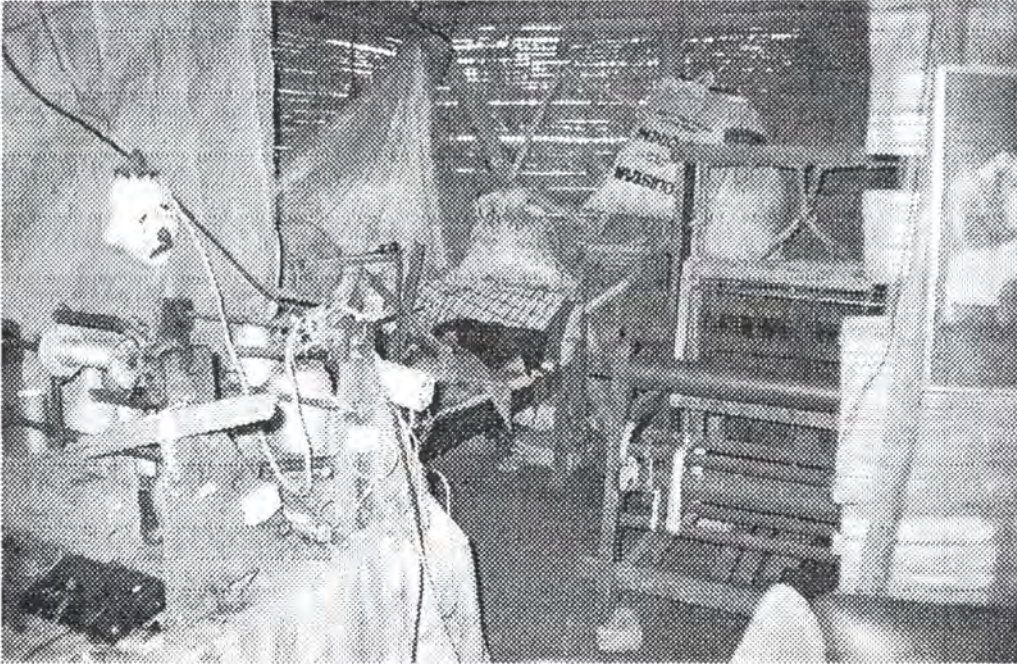


Ricardina Cruz Cinco días Timbio

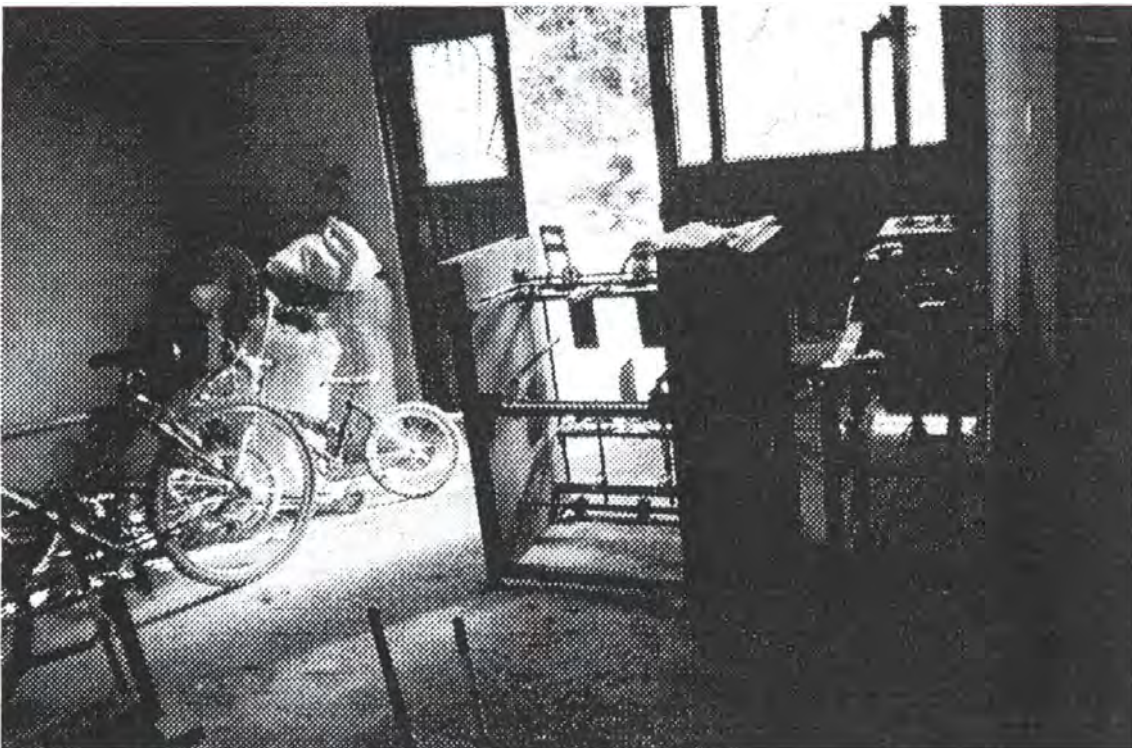
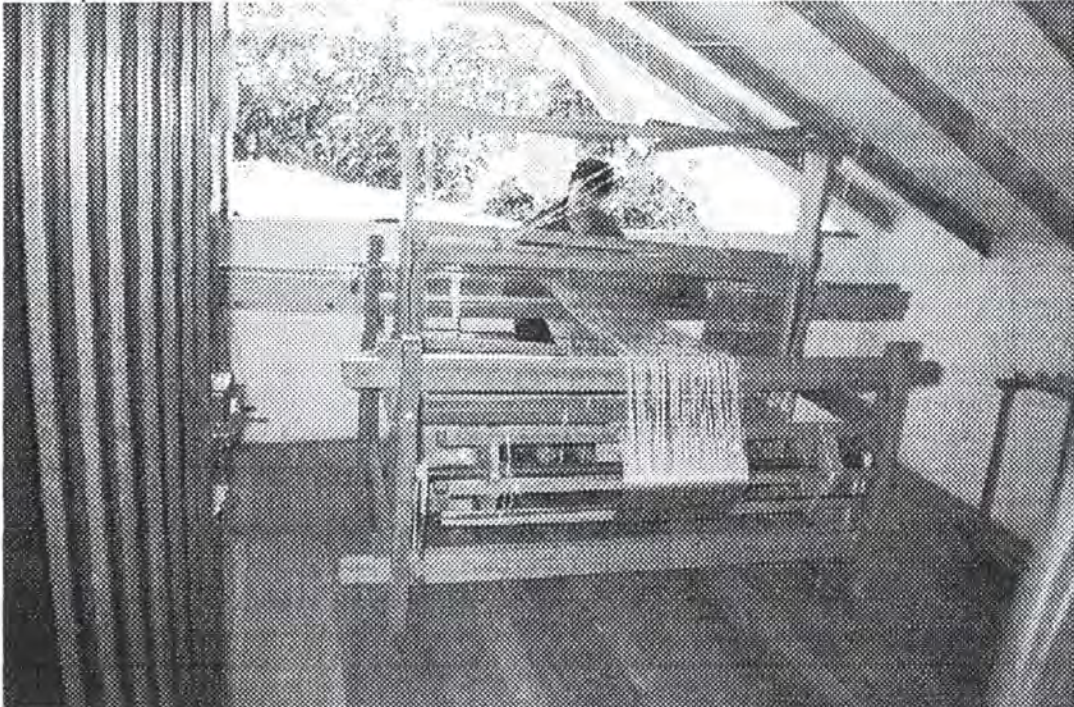




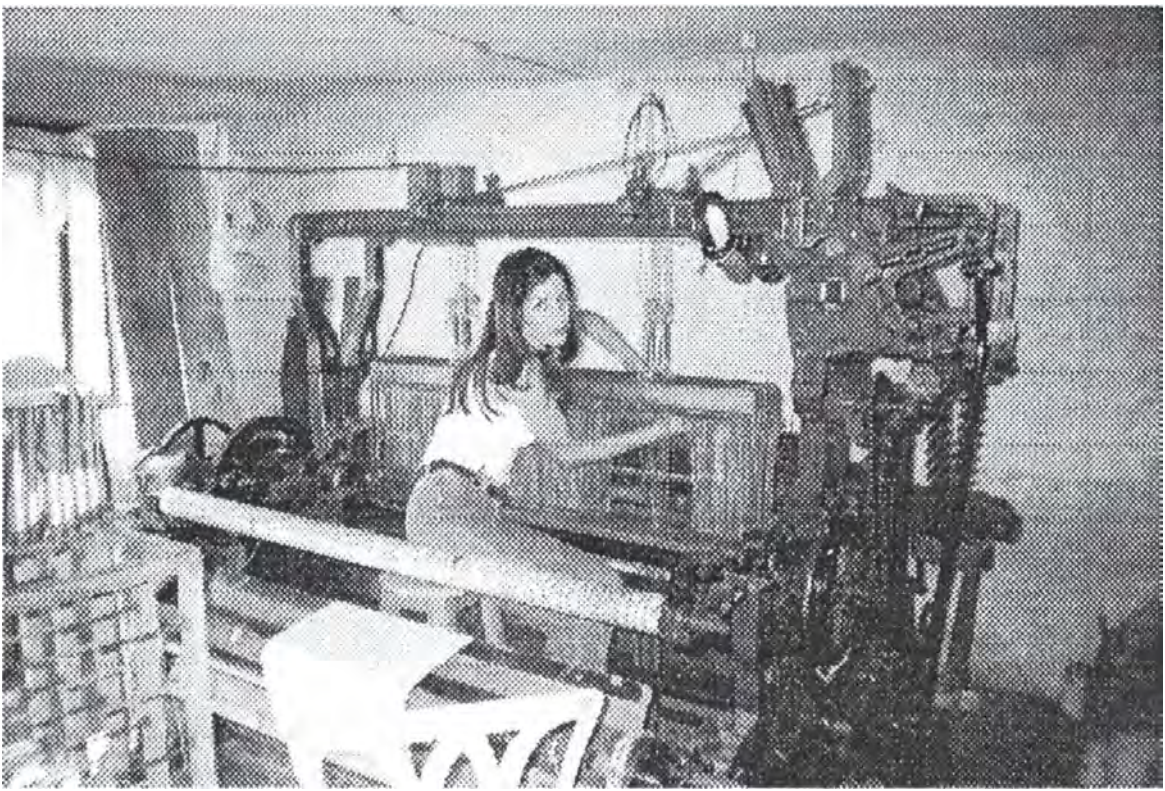
Rubiela Mosquera El Arado Timbio



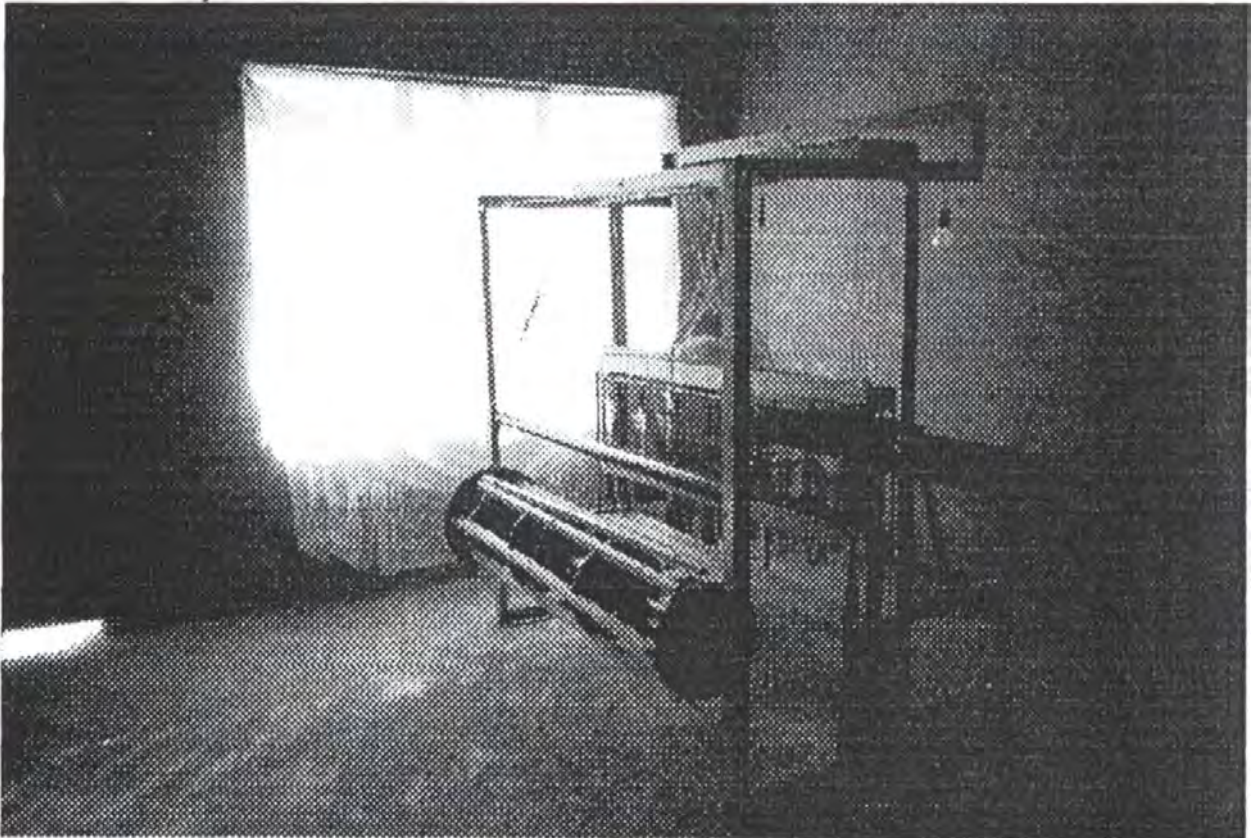
La esperanza, Las Guacas Timbio



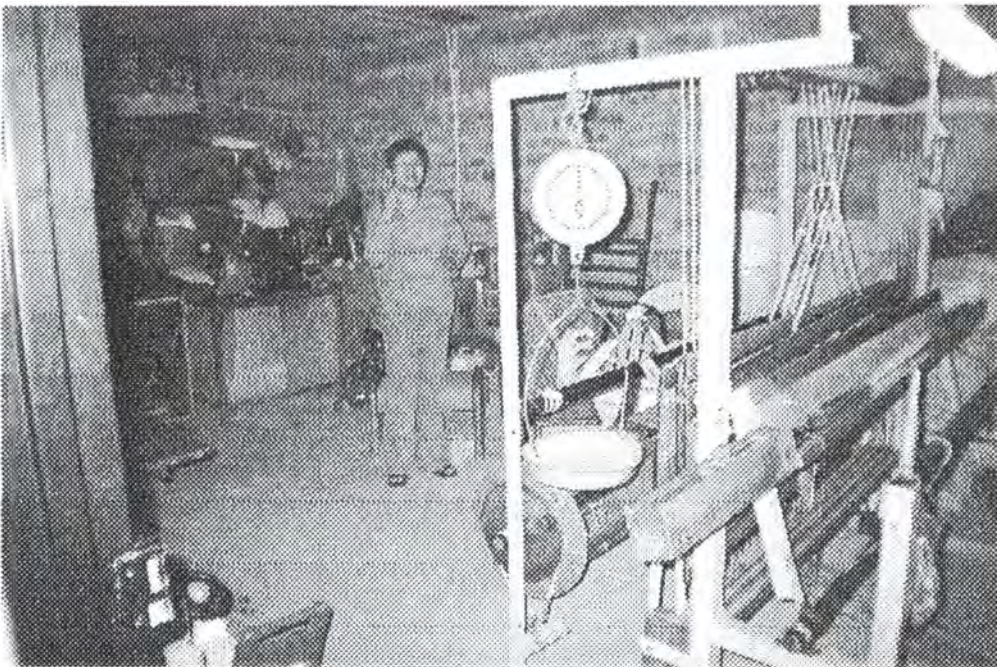
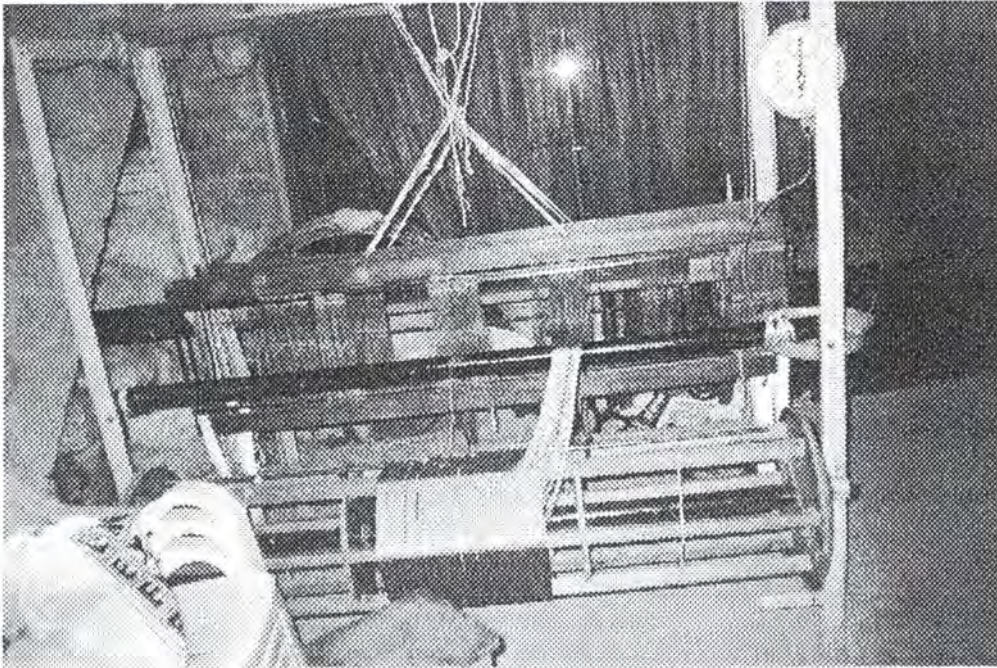
Marleny Carvajal unico telar mecánico en funcionamiento en el Cauca, no está dentro del cuadro ni estadísticas, sin embargo aparece porque comparte el espacio con el taller de Dora Conejo



Dora Cone'o Casco urbano Timbio Cauca

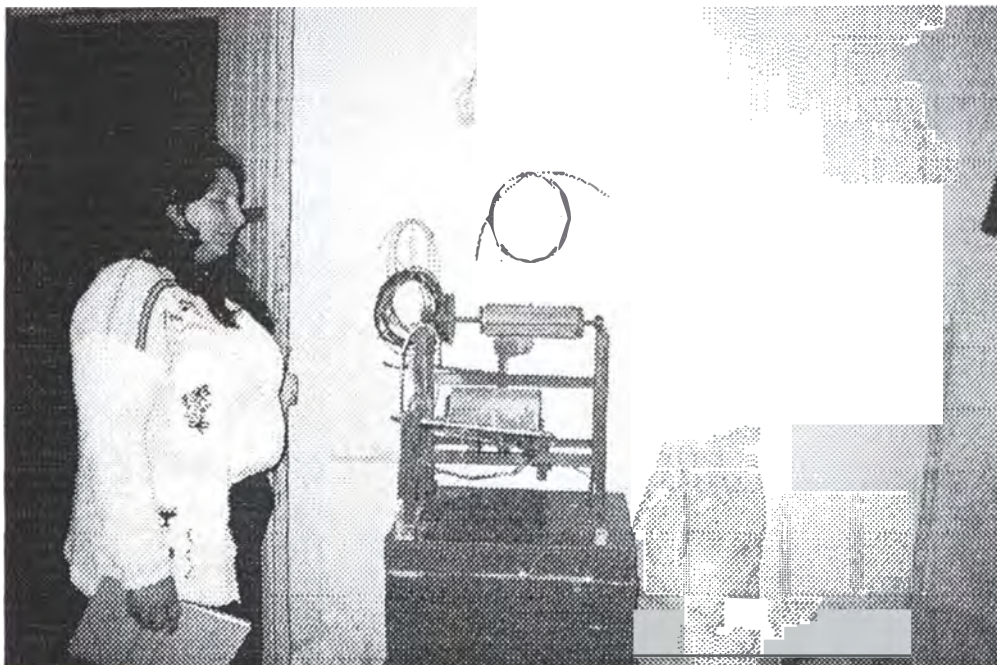


Arasedas Las Guacas Timbio



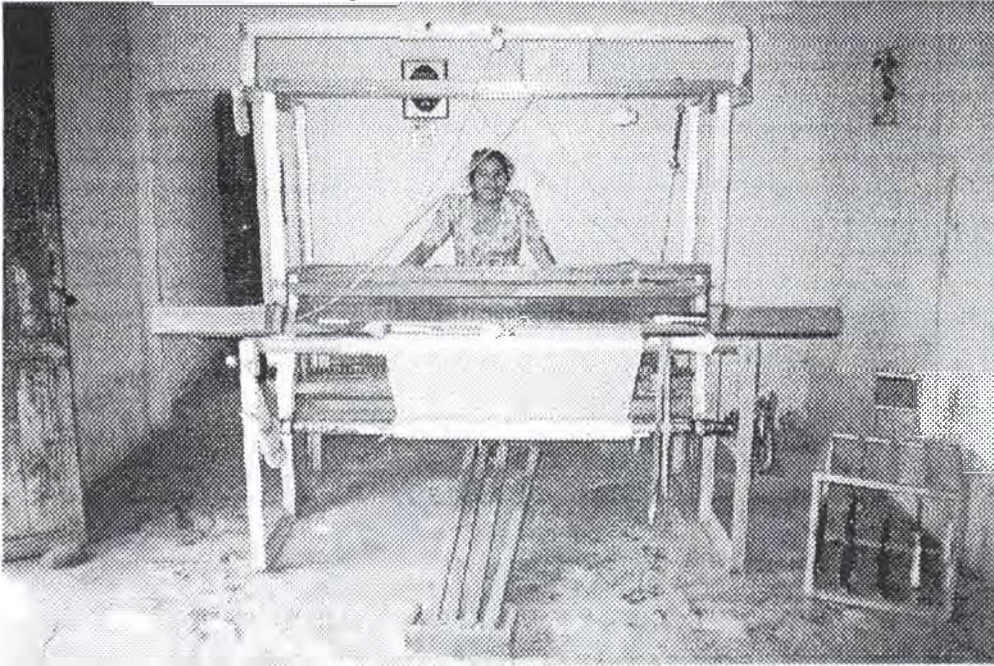
Este taller debe busca urgentemente independizar los espacios de la casa, realmente no tienen espacios ni para transitar, a pesar de esto, este taller se destaca por su gran productividad, ganaría mucho teniendo espacio para la parte productiva.

Luz Dency Collazos, Casco urbano Timbio



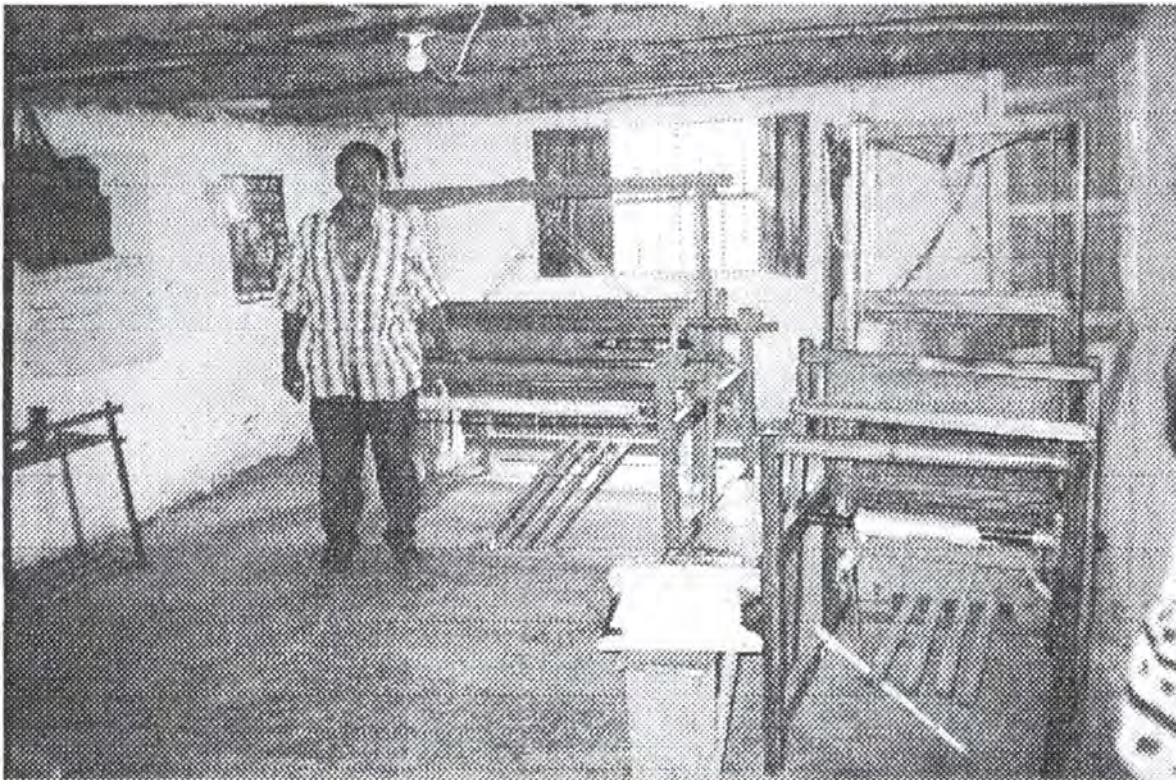
en este taller se elabora la parte de preparacion de filamento y teñido, la tejeduría se realiza en la seda de Coltesedas.
Este taller necesita ventilación, luz natural, luz artificial y mantenimiento en las máquinas.

Sedas de occidente Piagua Tambo

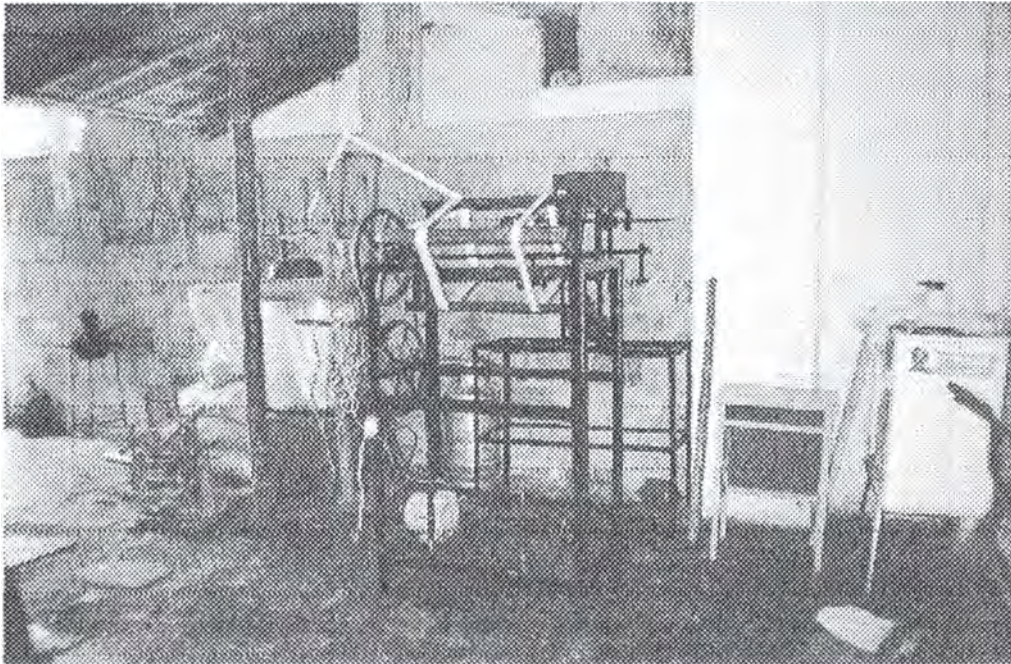


Este taller necesita organizar el espacio físico para laborar, mejorar la la luz natural y atificial

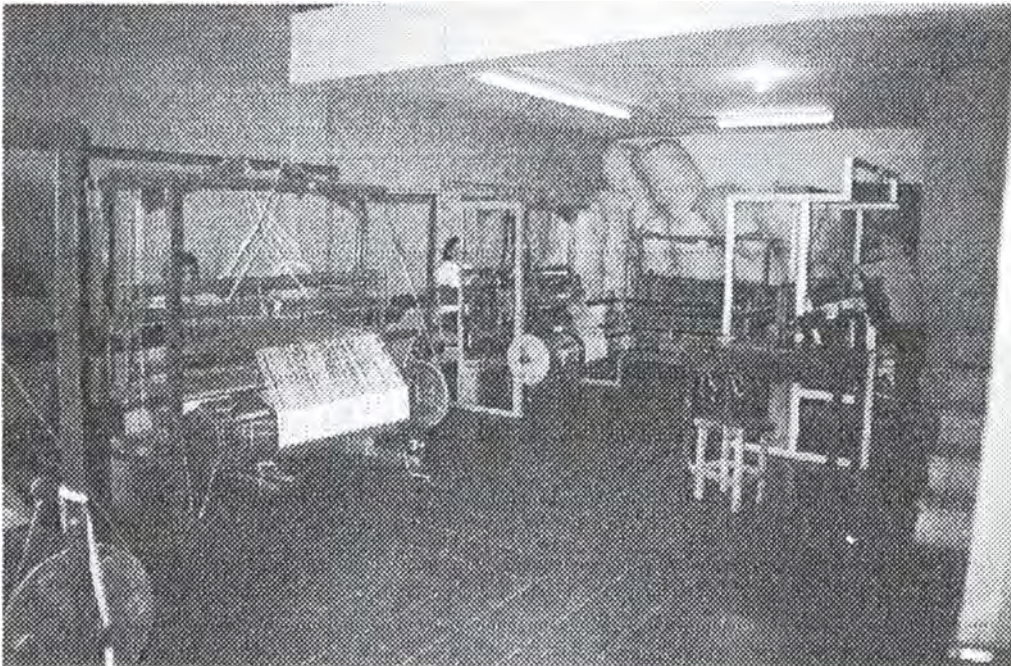
Sedas de Occidente, Betania Tambo



Este taller necesita ser redistribuido de acuerdo a los flujos de producción, mejorar la luz natural y artificial

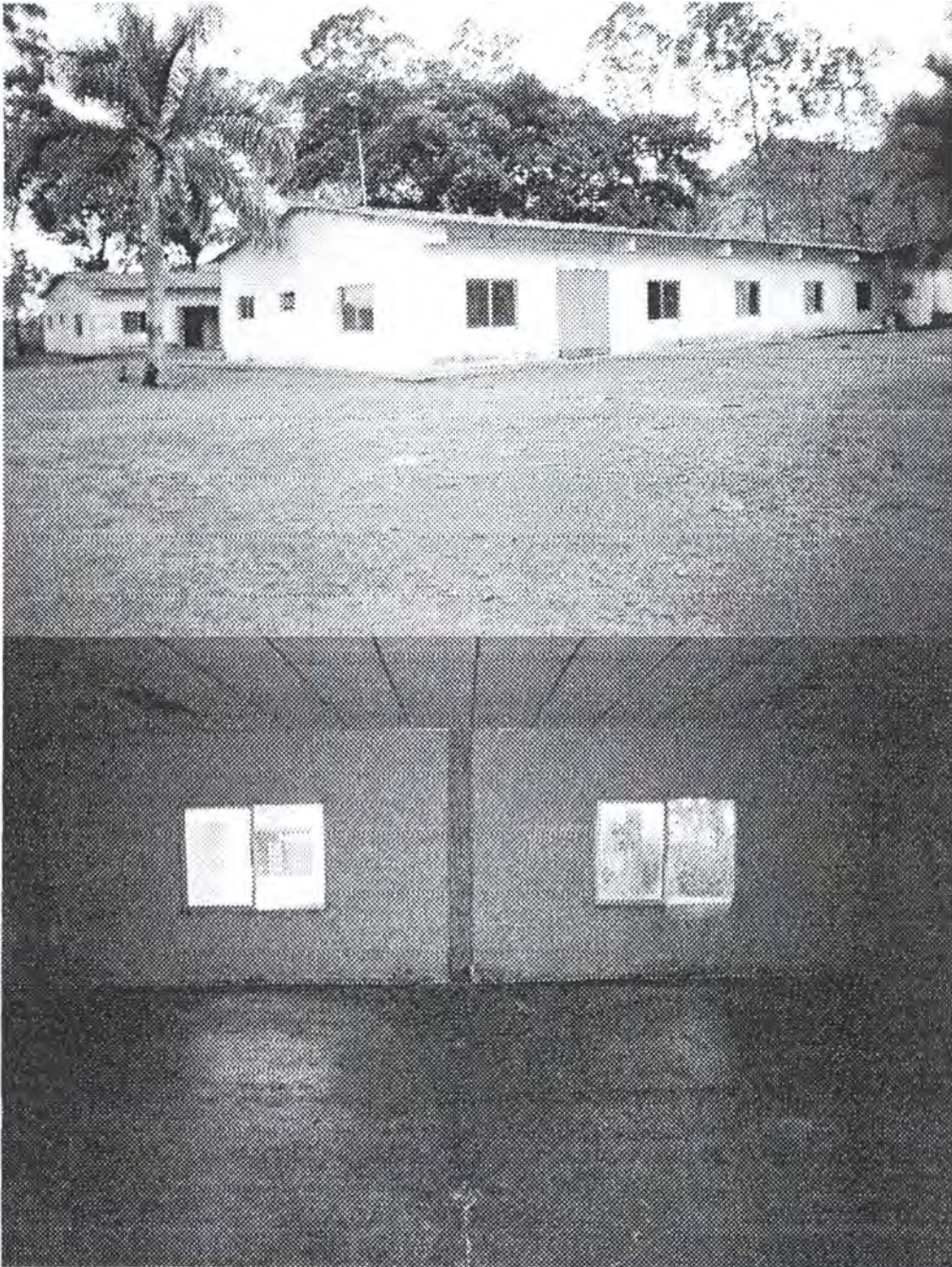


Sede Coltesedas Casco Urbano Timbio



Nótese la necesidad de tener un sitio de bodegaje para el capullo seco, a este taller asisten cinco atesanas a tejer, los demás procesos los realizan en sus casas.

CDTS en Pereira



El CDTS es la representación del primer eslabón de la cadena productiva, es allí en donde se realizan los cruces de gusanos y cría de larvas para luego ser distribuidas en el país.

Realmente en este momento (abril de 2004) el panorama es desolador y desalentador, en la granja, hay dos personas que cuidan las tierras; no había ni una sola oficina funcionando, no vi la biblioteca, no pude visitar el cuarto de incubación y no pude contactar allí a nadie que me ilustrara sobre los temas de materia prima.

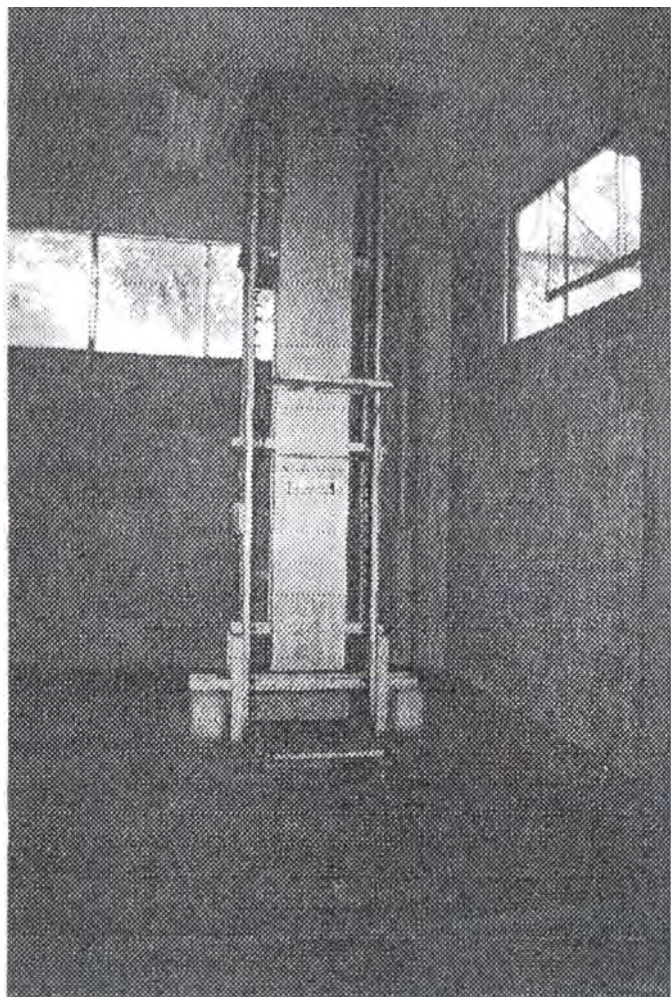
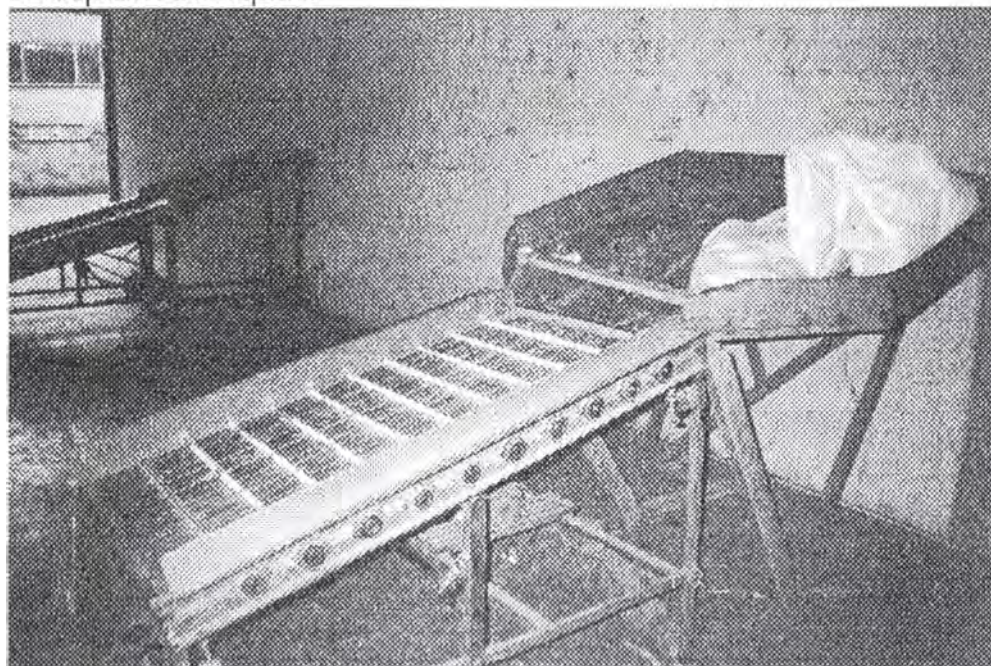
Es urgente que se haga algo para salvar este proceso que ha tenido tantos años de investigación y que nos ha llevado a tener uno de los mejores gusanos del mundo el superior bivoltino.



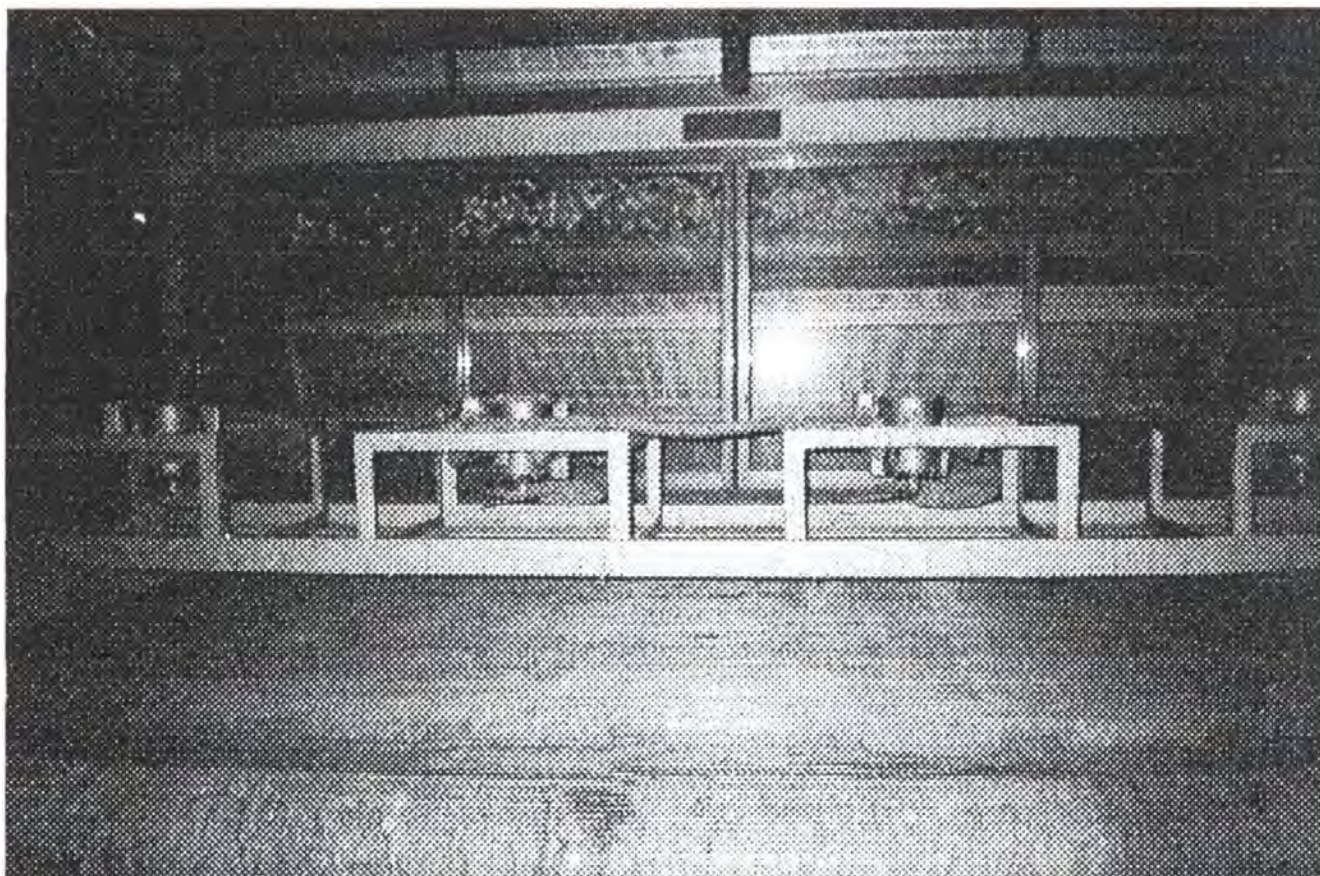
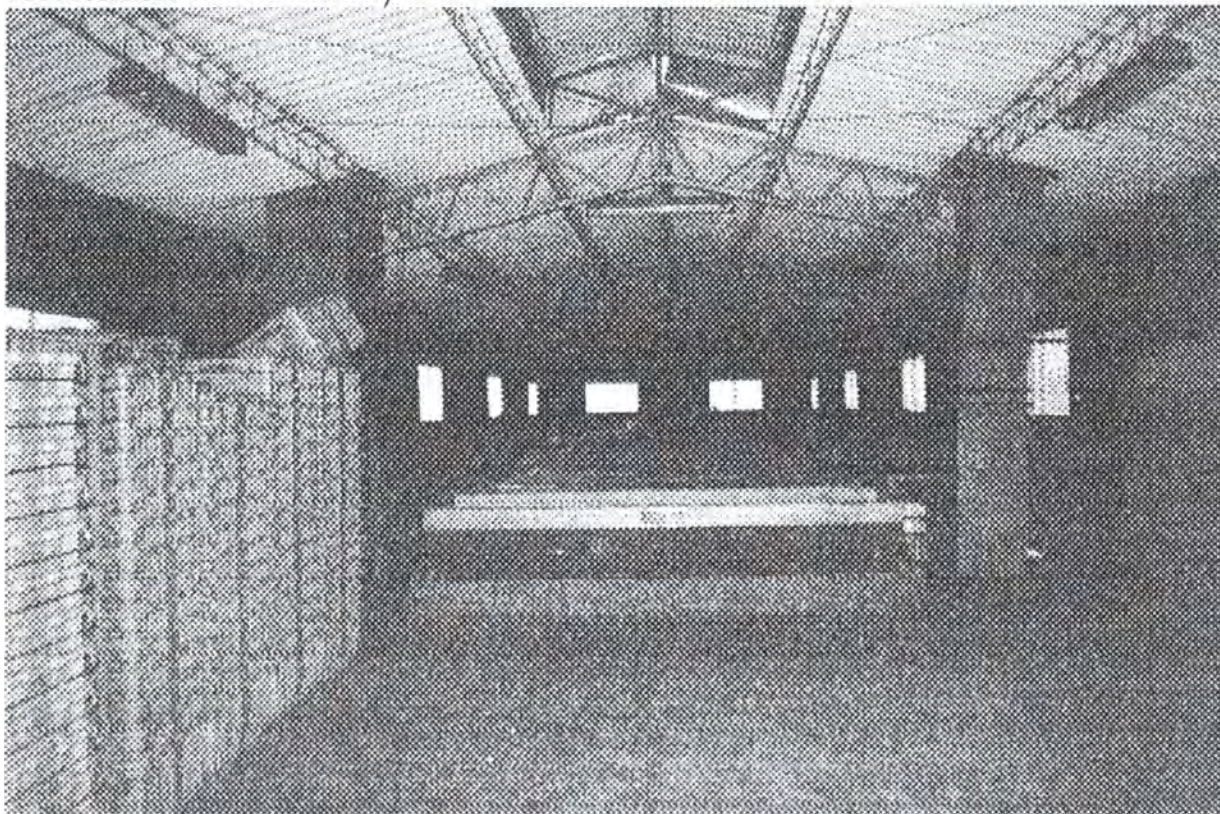
Sedacol Pereira

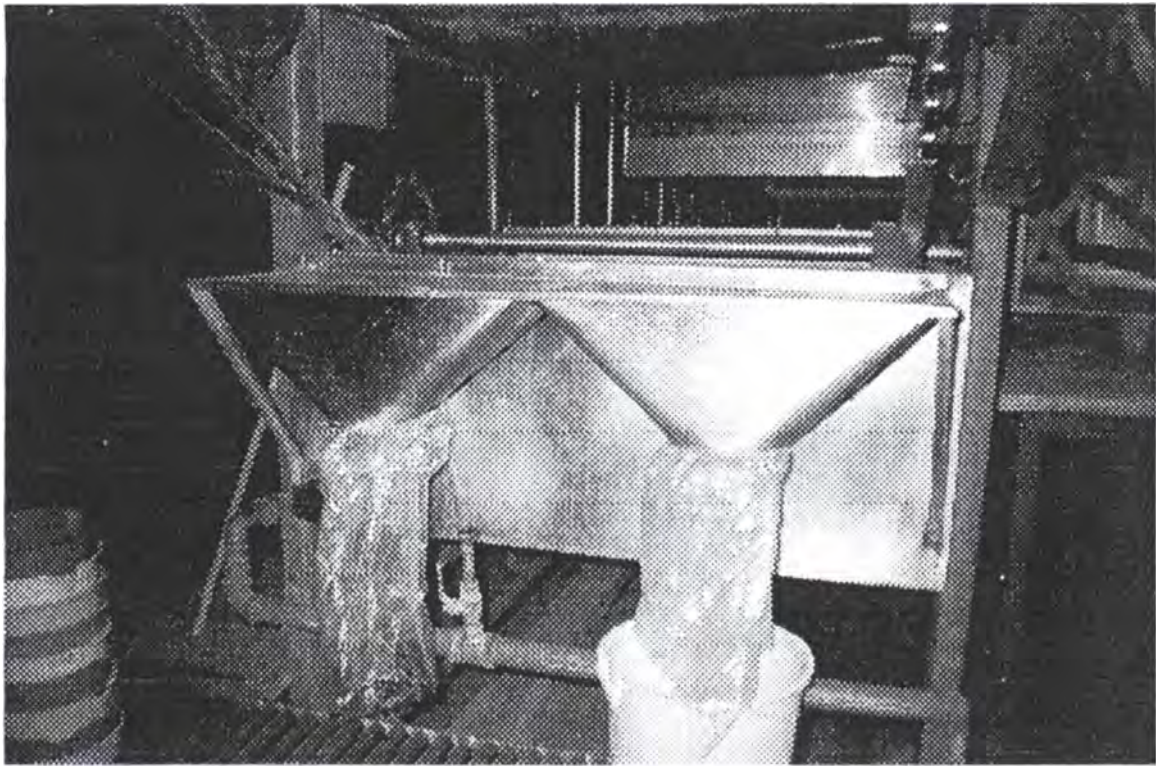


Recepción de capullo

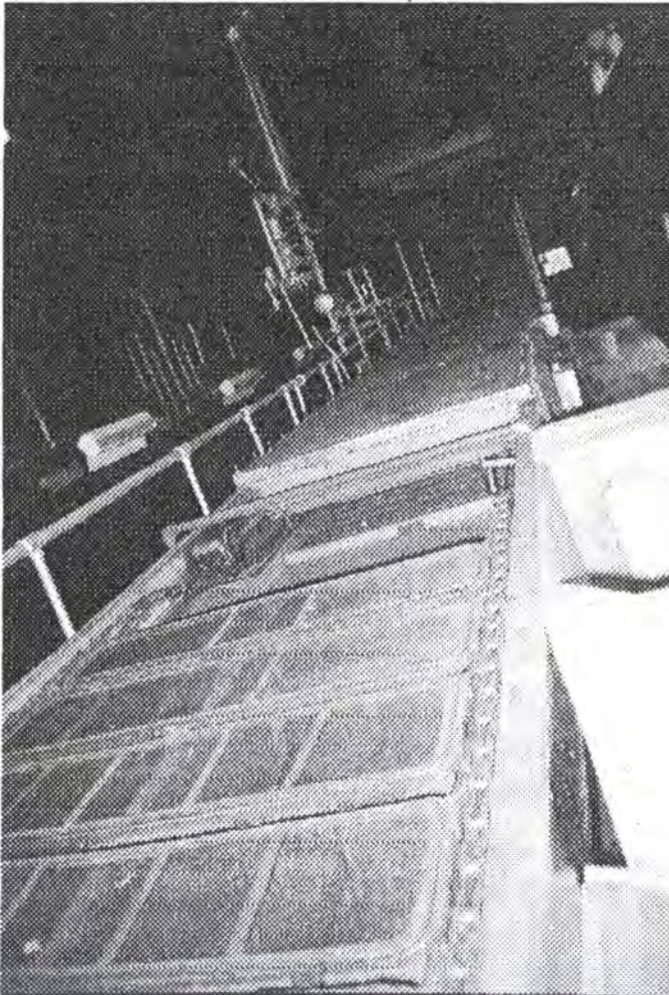


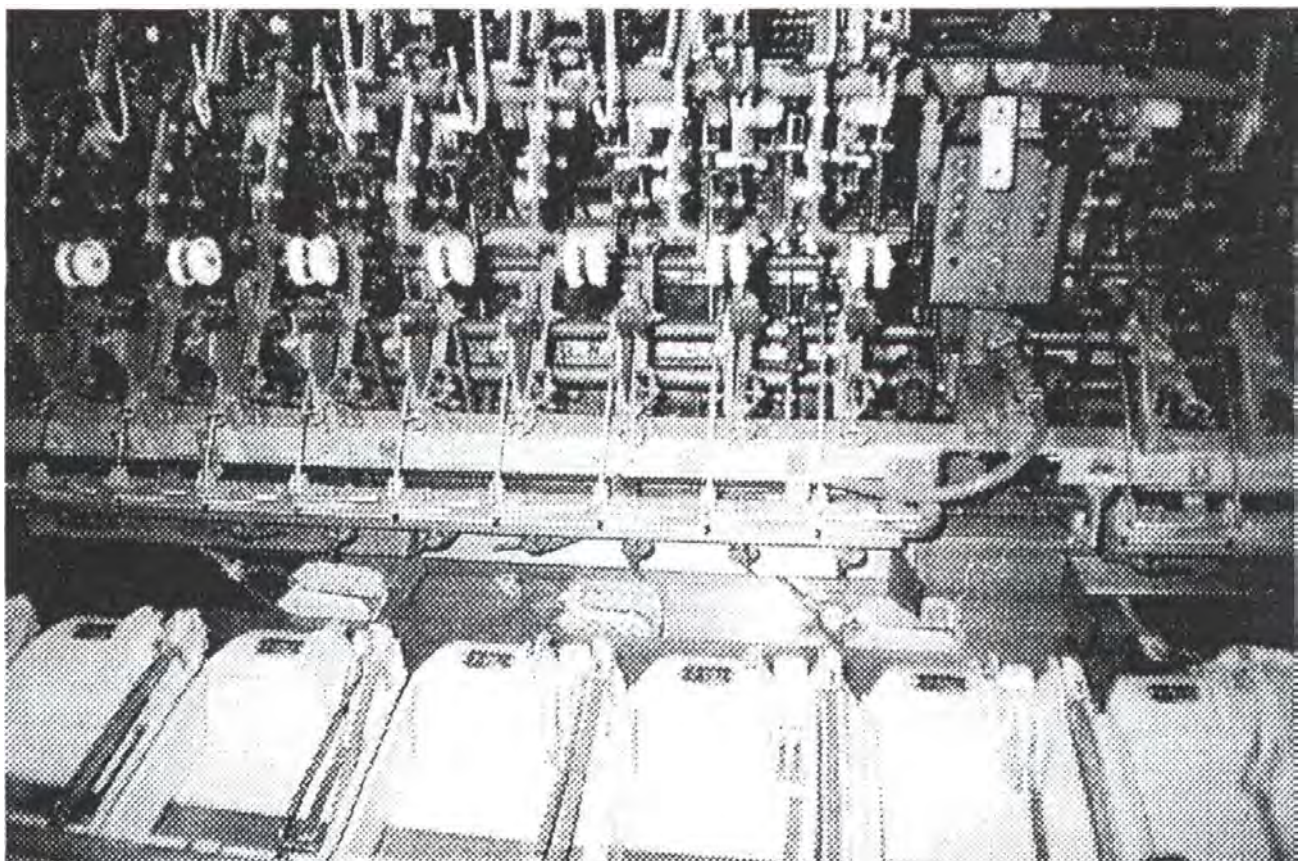
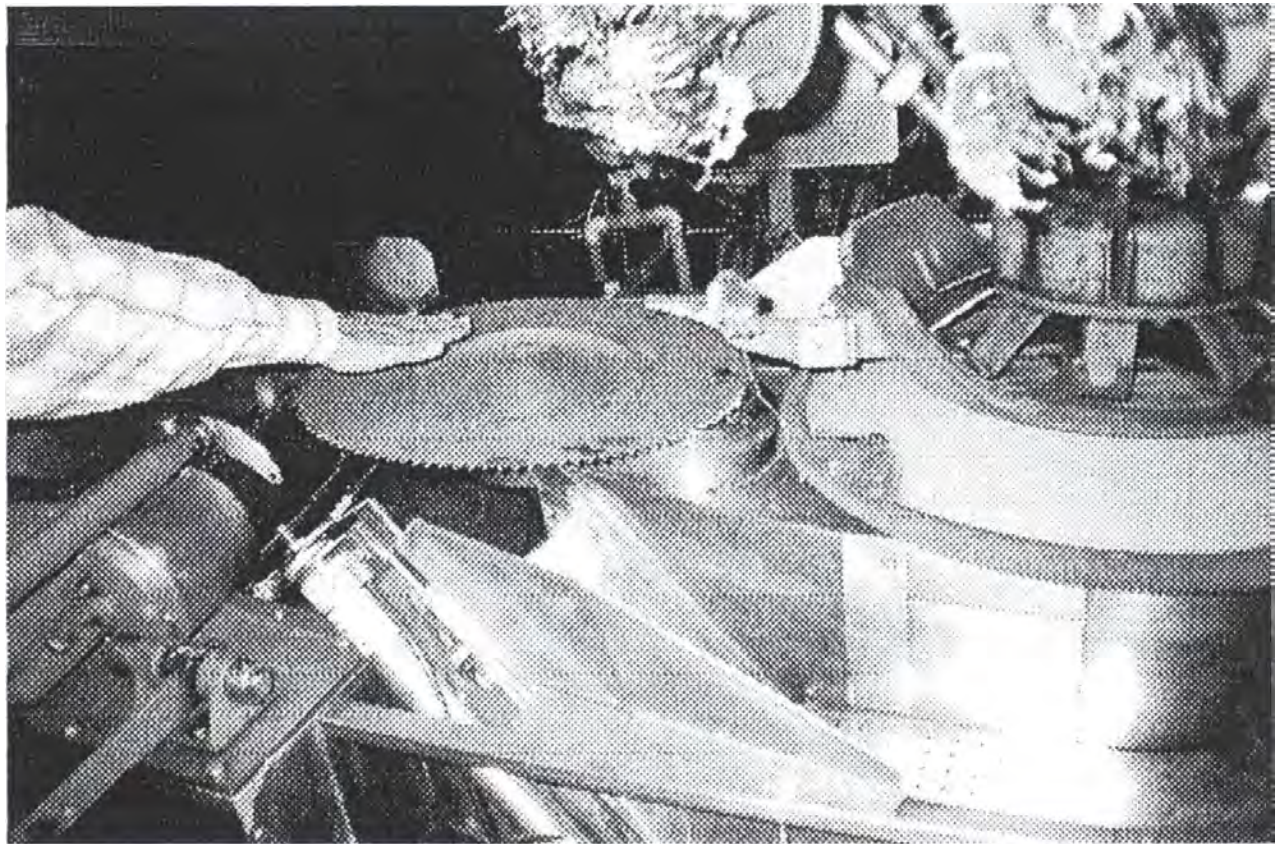
Maquina secadora de capullo, capacidad 500 kilos hora (capacidad 10 toneladas mensuales)



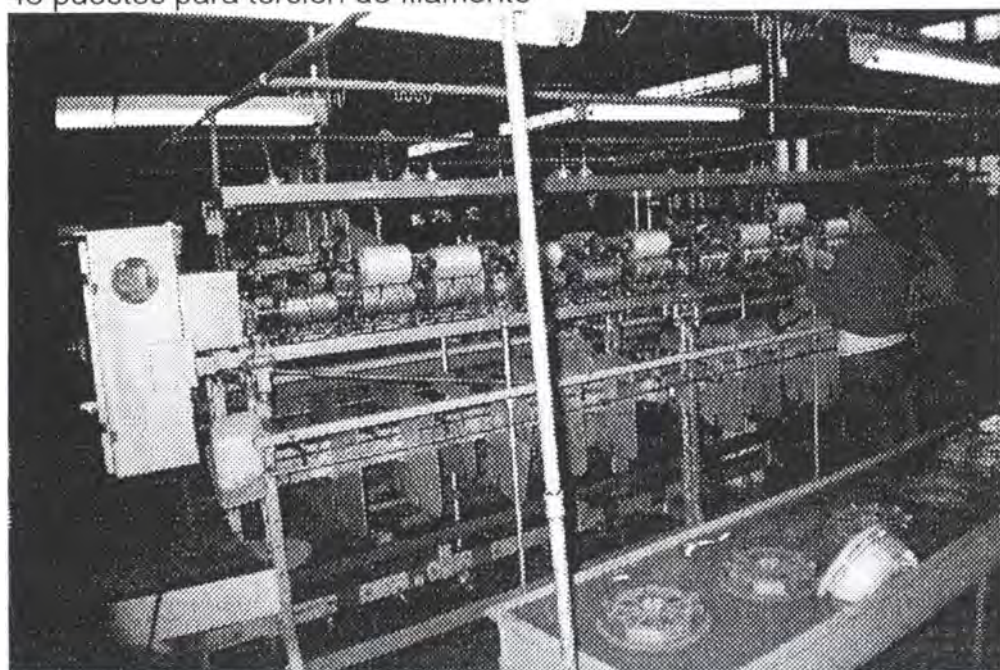


Devanadora 160 kilos de capullo día

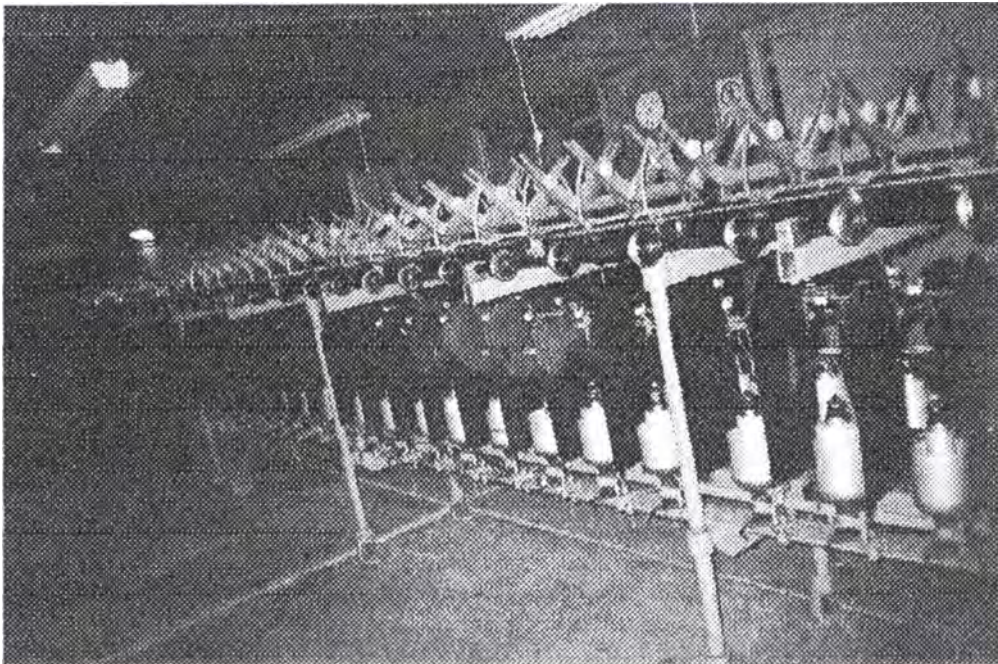




48 puestos para torsión de filamento



Enconadoras de seda

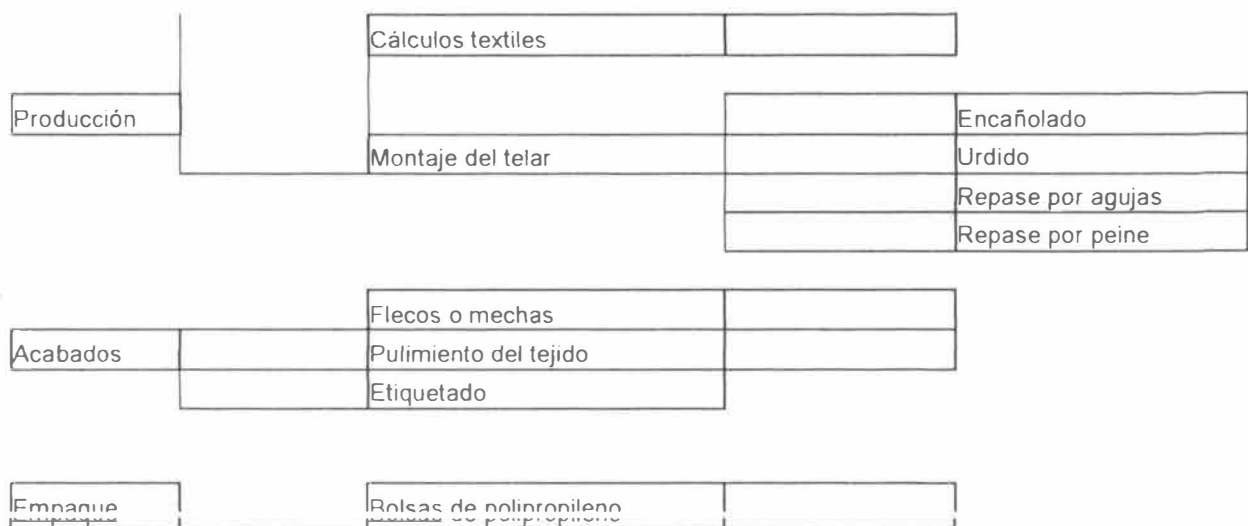
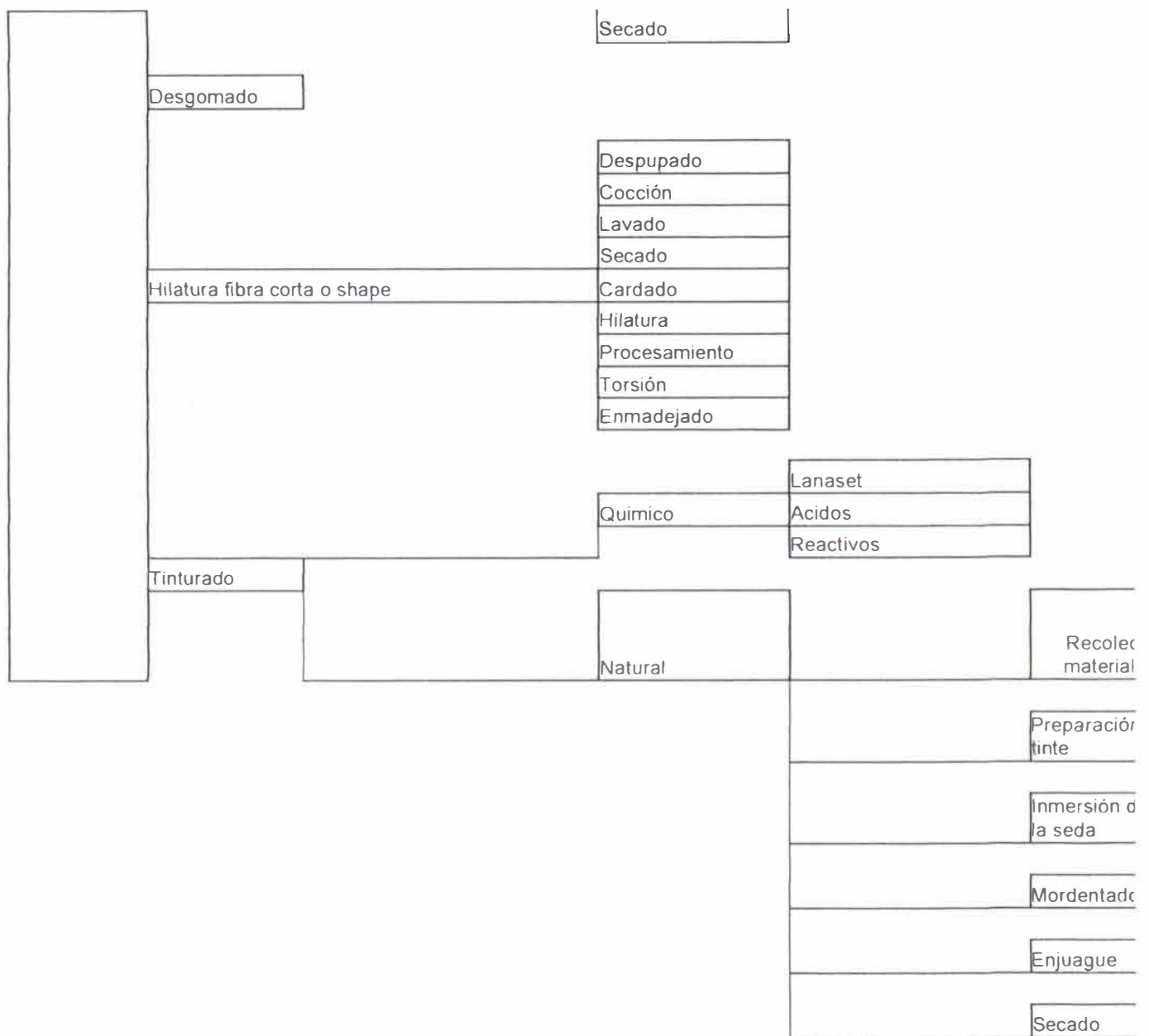


En Pereira, la compra y secado de capullo se realiza cada 40 días, en este momento están secando 1000 kilos de capullo, que corresponde al 20% de la capacidad instalada, la secadora necesita 6 horas para procesar 500 kilo, como mínimo.

La planta está en capacidad de transformar todo el capullo que el país produce en este momento, aún así, no seríamos competencia para los países de oriente y Asia. La calidad del hilo de Pereira Vs la calidad del hilo del Cauca, ha sido calificada por la diseñadora Docey Lewis como de menor calidad debido a la torsión y aspecto final. Para lograr la calidad del hilo del Cauca, Sedacol necesitaría una inversión de \$50.000.000 millones de pesos.

Tabla 2. PROCESO PRODUCTIVO DE PRENDAS EN SEDA TEJEDURIA EN TELAR HORIZONTAL CAUCA

OBTENCIÓN MATERIA PRIMA		Selección del capullo
		Remojo en costalilla
	Proceso de capullo fresco	Obtención de la hilaza
		Verificación de grosor de hilos
		Cruce de filamento
		Obtención de calibre uniforme
		Rebobinado
		Humectación del filamento
	Torsión del filamento	Entorchado
		Enmadejado
		Amarres



Análisis DOFA

Materia prima Debilidades	Oportunidades	Fortalezas	Amenazas
Altos costos para el sericultor, caja de gusanos muy costosa respecto a su rendimiento.	Organización a nivel nacional para acordar precios	Perfecto conocimiento del oficio	Cierre total del CDTS Bajos rendimientos y pérdida de años de experiencia
Falta de recursos para ubicar las casetas Herramientas sin mantenimiento o inservibles	Prestamos a bajas tasas de interés con líneas de crédito para artesanos		
Debilidades	Oportunidades	Fortalezas	Amenazas
Alto costo de los procesos, los cuales incrementa enormemente el costo del filamento	Utilizar la capacidad instalada que posee Pereira con su maquinaria en Sedacol, mediante una figura comercial que sea bondadosa para las diferentes partes Las personas que procesan el filamento, podrían seguir haciéndolo pero solamente con el capullo de segunda obteniendo seda shape	Experiencia en el proceso manual, se obtiene un hilo con características especiales de apariencia y torsión que lo hacen más atractivo en el producto final Gran experiencia al respecto, de hecho el Valle y el eje cafetero ya están copiando las máquinas para implementar este proceso para los capullos de segunda	A la vez que mecanizar este proceso puede ser una oportunidad, se convierte también en amenaza, pues las artesanas que solamente hacen este proceso se quedarían sin trabajo El alto costo de la mano de obra sigue siendo una amenaza para la competitividad del producto en el comercio
Devanado, torsión, hilatura Debilidades	Oportunidades	Fortalezas	Amenazas
Alto costo del proceso, el cual incrementa enormemente el costo del filamento Faltan estufas a gas, las cuales se requieren durante el	Utilizar la capacidad instalada que posee Medellín con su planta de tintura mediante una figura comercial que sea bondadosa para las diferentes partes	Experiencia en el manejo de obtención de colores Etiqueta de origen que destaca la utilización de la tintura natural	En algunos colores que se obtienen de la planta de tinturado de Medellín se denota un alma blanca, este proceso debe ser mejorado. El alto costo de la mano de obra sigue

<p>proceso con colorantes químicos para controlar la temperatura</p> <p>Faltan grameras electrónicas para pesar los colorantes.</p>	<p>Realizar el proceso de tintes naturales para prendas determinadas</p>		<p>siendo una amenaza para la competitividad del producto en el comercio</p>
<p>Producción, Telares Debilidades</p>	Oportunidades	Fortalezas	Amenazas
<p>Telares en regular y mal estado</p> <p>Las artesanas no tienen conocimiento de mantenimiento de telares</p> <p>Talleres dentro de los espacios de la casa, en dormitorios, salas, cocinas.</p> <p>Procesos dificultosos debido a la organización espacial de los talleres</p> <p>Pocos telares de ancho 1.10 mts para responder a una eventual demanda de telas para confección</p>	<p>Construir talleres a bajo costo, (Artesanías de Colombia está elaborando una propuesta con guadua al respecto) adecuación de talleres, obtención</p>	<p>Experiencia en el manejo del telar, buena calidad en los tejidos</p> <p>Diversificación de productos hacia la línea de hogar y accesorios</p> <p>Aprovechamiento en mezclas con otras materias primas de la región</p>	<p>Obsolencia en las herramientas y equipos.</p> <p>Poca capacidad productiva para telas de confección</p> <p>Perdida de tiempo debido a los problemas que presentan los telares</p>
<p>Empaque, Debilidades</p>	Oportunidades	Fortalezas	Amenazas
<p>Falta de conciencia de las artesanas respecto a la importancia del empaque, servicio de venta y postventa</p>	<p>Creación de conciencia de calidad alrededor de todos los procesos, incluyendo atención al cliente</p>	<p>Desarrollo de etiquetas de origen</p> <p>Desarrollo de nuevos empaque incluyendo la corteza obtenid con capullos de segunda</p>	<p>Altos costos</p>