

ARTE Y OFICIO DE ARTESANOS EN LA REGIÓN NORTE DEL VALLE DEL CAUCA – COLOMBIA, COMO ESTRATEGIA DE EMPRENDIMIENTO.

Benjamín Betancourt Guerrero¹
Profesor tiempo completo de la Universidad del Valle
Magister en Administración
Especialista en Gerencia Estratégica y Prospectiva
benjabet@gmail.com

Gildardo Scarpetta Calero²
Docente de Ciencias Administrativas,
Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte
Magister en Administración
gildardo.scarpetta@endeporte.edu.co

Diana Patricia Ávila Grijalba³
Docente Investigadora,
Universidad Libre de Cali
Magister en Administración
diaavi@hotmail.com

Resumen

Este documento presenta la metodología, discusión y resultados preliminares del proyecto de investigación titulado “Análisis del modelo organizacional de las aldeas artesanales, en el marco del postconflicto, como estrategia para generación de empleo, en la región norte del Valle del Cauca”. El identificar algunas prácticas de apuestas productivas para una región tendiente a fortalecer el desarrollo empresarial y económico de sus habitantes, en especial las personas víctimas del conflicto, exige no sólo conocer el entorno inmediato, sino establecer el significado de la apuesta productiva artesanal para el desarrollo regional. El proyecto de investigación está dirigido a la población vulnerable, en riesgo de desplazamiento, situación de desplazamiento y los referidos en el marco del postconflicto, los cuales deben ser artesanos y concedores de las artes manuales. El proyecto tiene como objetivo principal el fortalecimiento del sector artesanal, generando ingresos y mejorando su calidad de vida, desde su análisis y estructura organizacional, de tal manera que se identifiquen aspectos importantes como es el tema de manejo de conflicto, proyecto de vida, estimular el fortalecimiento de la comercialización de sus productos, con los cuales se busca contribuir a la restauración del tejido social y del sentido de solidaridad

¹ Profesor tiempo completo de la Universidad del Valle de pregrado y posgrado; director del Grupo de Investigación Prevención y Pensamiento Estratégico (Categoría B Colciencias). Administrador de Empresas de la Universidad del Valle, Especialista en Administración de Empresas de la Construcción, Magister en Administración. Especialista en Gerencia Estratégica y Prospectiva de la Universidad Santiago de Cali. Grupo cofundador y Orgánico del Instituto de Prospectiva, Innovación y Gestión del Conocimiento.

² Docente de Ciencias Administrativas, Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte. Administrador de Empresas de la Unidad Central del Valle del Cauca, Tuluá, Colombia, Magister en Administración de la Universidad del Valle, Cali, Colombia.

³ Docente investigadora, Universidad Libre Cali, Colombia. Mercadóloga de la Universidad Libre, Cali. Magister en Administración de la Universidad del Valle, Cali, Colombia.

y promover la consolidación y reactivación de las organizaciones de artesanos que existan.

Abstract

This document presents the methodology, discussion and preliminary results of the research project entitled "Analysis of the organizational model of the artisanal villages, in the framework of the post-conflict, as a strategy to generate employment, in the northern region of the Cauca Valley". The identification of some productive betting practices for a region tending to strengthen the business and economic development of its inhabitants, especially the victims of the conflict, requires not only knowing the immediate environment, but also establishing the meaning of the productive handicraft for development regional. The research project is aimed at the vulnerable population, at risk of displacement, displacement situation and those referred to in the post-conflict framework, who must be artisans and knowledgeable of the manual arts. The main objective of the project is to strengthen the artisanal sector, generating income and improving its quality of life, from its analysis and organizational structure, in such a way that important aspects are identified such as the issue of conflict management, life project, stimulate the strengthening of the commercialization of its products, with which it seeks to contribute to the restoration of the social fabric and the sense of solidarity and to promote the consolidation and reactivation of existing artisan organizations.

Palabras claves: análisis sectorial-emprendimiento-artesanía.

Key Words: Sectorial analysis-entrepreneurship-crafts.

INTRODUCCIÓN

El proponer un estudio de investigación sobre el análisis de las aldeas de los artesanos en el marco del postconflicto, como estrategia para generación de empleo, en una región particular permite establecer una alternativa de emprendimiento y generación de oportunidades de desarrollo para sus integrantes. Estos modelos de transformación social han llegado a serlo no por la guerra, sino por su capacidad de determinación y porque no permitieron que la violencia cumpliera su función de diezmar sus voluntades y de acallar los deseos de sus corazones.

La globalización impone nuevos retos al desarrollo humano, especialmente los relacionados con el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales, promoviendo su inclusión y el fortalecimiento de sus identidades culturales.

El renacer del interés local para articularse eficientemente en las dinámicas globales, permite identificar en los sectores de turismo y de artesanías desafíos y oportunidades comunes: las artesanías reviven y se transforman cuando encuentran nuevos mercados y son capaces de competir en ellos; de otra parte, el turismo encuentra una posibilidad de diversificación, a partir del aprovechamiento sostenible del patrimonio cultural que se preserva en el oficio artesanal. Las técnicas artesanales tradicionales se incorporan en la noción del patrimonio intangible y requiere de la intervención de los Estados y del trabajo de las comunidades para su salvaguardia y sostenibilidad en el tiempo.

Se estima que las artesanías representan cerca de una cuarta parte de las microempresas en el mundo en desarrollo, vinculando a diversos grupos de población y comunidades étnicas¹, lo cual demuestra el efecto social multiplicador del sector, que genera empleos en el corto plazo y fortalece la identidad cultural.

En Colombia, el sector de artesanías vincula a más 350.000 personas que se dedican a oficios artesanales, representando el 15% del empleo de la industria manufacturera. La población de artesanos corresponde principalmente a jefes de hogar y está integrada por un 60% de mujeres y un 40% de hombres. Por oficios, un 57,5% se

dedican a la tejeduría en sus diferentes modalidades. El resto se ocupan en el trabajo en madera (13,5%), en la alfarería y la cerámica (9,8%), en la marroquinería (3,5%) y en la joyería-orfebrería (2,4%).

Los principales mercados para la producción artesanal son los municipios en los que habitan los artesanos. Sólo 1,3% de los talleres artesanales censados exporta y, además, lo hacen de manera ocasional. El 85% de las ventas en el ámbito nacional se realizan en el municipio de origen, un 8%, en otros municipios y un 3%, en otros departamentos. Este hecho denota la posibilidad que tiene el turismo como espacio de comercialización de las artesanías y como factor para mostrar las identidades culturales del país ante los colombianos y el mundo.

Un mapa artesanal de Colombia mostraría bien definidas las zonas productoras. Al sur, el departamento de Nariño es el núcleo principal, con un 14% de los artesanos del país. En el centro, Boyacá, Tolima y Valle representan respectivamente el 8% y el 5% del total nacional. El resto de la producción se ubica en los departamentos de la Costa. (Agenda Interna para la productividad y competitividad., 2007).

El sector de artesanías, además de tener importancia en el desarrollo cultural del país, es relevante en términos de generación de empleo e ingresos para segmentos especiales de la población (Colombia. Departamento Nacional de Planeación - DNP. Agenda Interna para la productividad y competitividad. Bogotá, 2007). En la dimensión regional de las apuestas productivas, ocho departamentos han fijado su vocación hacia las artesanías: Bolívar, Boyacá, Cauca, Córdoba, Guaviare, Nariño, Quindío y Sucre. Aparte de su importante participación económica, el sector artesanal constituye un espacio significativo para la construcción de cohesión social y en muchas zonas indígenas esta actividad es el único medio para generar valor con destino al intercambio¹⁵. Ello sin contar con el potencial exportador, que según cifras de Procolombia, ha venido creciendo en una tasa promedio de 10% anual en los últimos 5 años.

REFERENTES TEÓRICOS Y CONCEPTUALES DE LAS PRÁCTICAS ORGANIZACIONALES

En el abordaje de las organizaciones artesanales productivas desde una perspectiva investigativa se hace necesario auscultar además de sus prácticas predominantes sus “relaciones sociales” y como éstas conforman un entrenado complejo de lo social. Por lo tanto, en una visión convencional de estudiar las organizaciones artesanales empresariales, es a partir del desempeño mismo lo que supone centrarse en aspectos como: el tamaño de la empresa, el estilo de dirección y la estructura predominante (Betancourt, B. Gómez, U. (2012).

Si bien este tipo de estudios tienen una gran acogida tanto en el espacio académico como en el llamado “Mundo de los Negocios”, se hace necesario recurrir a otro tipo de enfoques que van más allá de la ortodoxia, los cuales presentan miradas alternativas de la organización empresarial, de sus prácticas, y por supuesto de las relaciones sociales que se producen en un determinado contexto. En este sentido es que el presente trabajo, antes de definir conceptualmente las prácticas administrativas de interés aborda la definición de las relaciones sociales en las organizaciones empresariales y la importancia que representa para las aldeas de los artesanos, necesario para fortalecer la competitividad y productividad de un contexto determinado.

El instrumento de análisis del “Investigador Social” según Turaine (1978) será tratar de explicar “lo social por lo social”. Cada vez que se haga alusión a las relaciones sociales en las diferentes organizaciones, llevará inevitablemente una carga conceptual construida desde categorías como: el conflicto, el acuerdo y la norma. Dependiendo de la dinámica propia de cada organización, su desenvolvimiento cotidiano puede girar entre dos dimensiones: el conflicto y la norma, ambas son interdependientes, pero no necesariamente incluyentes; ya que dependiendo de la visión estratégica y gerencial propia de cada organización usualmente la norma se adaptará y se elaborará en pro de “extirpar” la patología presente en este caso el conflicto.

Las Mipymes colombianas no escapan a manifestaciones diversas del conflicto, por lo tanto, una lectura desprevenida del texto de Turaine (1978) podría generar un planteamiento desfasado de su idea o pretensión inicial acerca de la presencia inimitable del conflicto en la sociedad, y especial en las organizaciones. Es decir, una interpretación de esta naturaleza, puede conducir al investigador social a la asimilación de un círculo vicioso como producto Inevitable el conflicto en los entrenados sociales.

Las organizaciones artesanales como producto de la interacción social construyen y también destruyen distintos roles, distintos cuestionamientos y diversas formas de resistencia y adaptabilidad de los individuos. En ese sentido, la invitación que hace el autor es a la no negación y al no aniquilamiento del conflicto una invitación abandonar la visión meramente funcionalista que se tiene del conflicto social como una reducible patología susceptible de ser erradicada en cada organización.

Como se comentaba con anterioridad la sociología brinda un instrumento de análisis a las organizaciones en lo que tiene que ver con la generación de prácticas hechos y relaciones sociales. Es decir, de manera Inevitable a lo Turaine (1978), la organización no puede escapar a la generación de tipo social y por ende el surgimiento del conflicto. Así entonces toda estructura organizacional jerarquizada y controlada mediante el poder la autoridad la subordinación la enajenación “o la anomia”, será susceptible de la mirada no sólo analíticas y no crítica del investigador social que aún lo paradójico y contradictorio que resultan ser las prácticas sociales, éste pretenda mantener algún grado de Independencia y autonomía de aquellos que precisamente el controvierte es decir los que ostentan el poder y la dominación de las estructuras sociales y organizacionales.

Las organizaciones artesanales se consolidan como una Mipymes que también son producto de la interacción social son construcción de la conducta humana manifestada en la especialización racional del trabajo por esta razón dichas prácticas engloba la totalidad del comportamiento de los actores sociales en este sentido se puede partir de la siguiente frase de Rosnay “la conciencia colectiva emerge de la comunicación simultánea de los cerebros de los hombres” así mismo Vallée (1985) comenta que las

relaciones sociales son el pilar fundamental de ese constructo colectivo a que denomina “el edificio social”, donde “cada sociedad, cada organización construye sus relaciones sociales a su manera”. Así mismo, desde una dialéctica materialista es válido afirmar que mediante las actividades humanas también han producido las relaciones sociales con sus respectivas representaciones.

Por otra parte, el individuo busca día a día entender su realidad y para esto somete al objeto de sus representaciones (fuerzas incontroladas) de la naturaleza y de la sociedad a la acción de medios simbólicos, los cuales construyen a su “imagen y semejanza”. Los medios simbólicos en una serie de fuerzas creadas por el hombre para poder explicar lo que aparentemente es inexplicable y son, por ejemplo, seres superiores (médiums, sacerdotes, chamanes, brujos, etc.). Aquí se constituye lo que se conoce como las fuerzas representacionales, las cuales son simplemente la relación existente entre el objeto de la representación y los medios que se utilizan para obrar sobre dichos objetos. Las organizaciones empresariales construyen sus propios imaginarios, los reproducen y se aseguran de mantenerlos como una forma de sostener el establecimiento.

Ya se comentó que las relaciones sociales son un objeto indispensable en la investigación social. Las Mipymes, sus prácticas organizacionales y su relación con el territorio, se constituyen en un fenómeno social capaz de retroalimentarse a sí mismo. En este sentido, no se puede renunciar al análisis diacrónico si se pretende comprender las dinámicas organizacionales (Mayntz, 1972).

Emprendimiento como base para el desarrollo social y económico de la región

Cuando se habla de emprendimiento se habla de nuevas oportunidades de negocio y de impulsar a la creación de nuevas empresas grandes, medianas o pequeñas, que generan un crecimiento económico.

En Colombia esta tendencia va en incremento ayudando a la sostenibilidad del país, generando a su vez reducción en los índices de desempleo, teniendo en cuenta que

un emprendedor requiere de innovación y constancia para que su nueva oportunidad de negocio llegue al éxito.

Fortalecer la dinámica administrativa de las organizaciones de artesanos desde el emprendimiento implica que se analicen como emprendedor, el cual es el punto de apoyo y quien necesita dos componentes adicionales para llegar: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exitoso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas. De la firmeza del emprendedor depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe; el emprendedor “exitoso” siempre logra el capital o el gran proyecto. Por eso el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una mera actitud mercantil o un conjunto de conceptos. Freire, (2004).

Así mismo se percibe al emprendedor como una persona extraordinaria que promueve nuevas combinaciones o innovaciones.

“La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de la producción al explotar una inversión, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo”. Schumpeter, (1935).

Como corriente contrapuesta a la mirada de Schumpeter emerge lo que se ha denominado la Escuela Austriaca (Veciana, 1999). Varios autores rechazaron las ideas de Schumpeter, entre ellos Ludwig Von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner. Si bien compartían la percepción de la importancia de la contribución del emprendimiento al proceso de desarrollo capitalista, diferían en su concepción de la naturaleza de la persona y la actividad, en el impacto de éstos en el proceso y en la visión futura del capitalismo (Castillo, 2009). En contraste con Schumpeter, Mises, consideró que el factor emprendedor está presente en todas las acciones humanas

debido a las incertidumbres presentes en el contexto de estas acciones, y no limitado a las acciones de un tipo particular de personas.

El emprendedor según Howard Stevenson: En la década de los 80's Stevenson interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos. La enseñanza del emprendimiento tiene un gran impacto en la formación de líderes comerciales y por eso es considerada imprescindible en los principales currículos de MBAs. El método tradicional contempla la formación de personas cuyo desarrollo.

Para el caso del modelo y estilo organizacional, el concepto teórico Allan Gibb, (Gibb, A. & Ritchie, J. (1981), muestra un ejemplo de cómo las entidades deben enfocar sus esfuerzos para la educación empresarial. De ahí parte el análisis de la educación empresarial. En esta se tienen en cuenta las siguientes características: comparte los valores de las MiPyMe, está arraigada en las prácticas de la comunidad, fuertemente comprometida con todos los interesados, diseñada como una organización empresarial, entiende cómo los empresarios aprenden y construyen sus enfoques a partir de esta base. Usa cuidadosamente el conocimiento adquirido de otras fuentes.

Retomando de nuevo la definición de “cultura y mentalidad empresarial”, hay que señalar que la “verdadera” instauración de este estilo de vida organizacional va más allá de un simple eslogan, un esnobismo o una forma de maquillar las contradicciones internas de las organizaciones. Contradicciones en muchos casos irreconciliables y reprimidas bajo el sofisma de la “autorrealización personal” a través de la obtención de formas de trabajo de mayor productividad, y, por lo tanto, a la espera de generación de mayores utilidades con destino a la concentración en unas pocas manos, no impactando así en la idea de retribución acorde con la exigencia y valores hacia la organización.

Es preciso mencionar la cuestión de creencias en las diferentes sociedades y su marcada influencia en el desenvolvimiento cotidiano de las organizaciones, lo cual se ha presentado frecuentemente como algo inevitable, una especie de círculo vicioso del que no se puede escapar. Por ejemplo, la concepción norteamericana se basa en

“premiar y castigar”, es decir, la alusión del éxito frente a la negación continúa al fracaso. De ahí que una visión diferente a la organización a partir de la autoorganización y la espontaneidad, pueda, generar un nuevo cisma, en este caso, un cisma más profundo y “más humanizante” que sea capaz de derrumbar la visión miope del corto plazo, que ha generalizado la idea de un estilo de empresario que al ser humano como un medio o recurso para generar riqueza concentrando la en un reducido grupo de “ganadores”.

La asociatividad empresarial

La asociatividad se ha convertido en un tema de gran importancia para las empresas y organizaciones que pretenden lograr una mejora en su estructura. Las pequeñas y medianas empresas Pymes se enfrentan a numerosas amenazas del entorno al competir en mercados nacionales e internacionales con empresas que ya están organizadas y son altamente competitivas. Es necesario destacar que Colombia es un país que cuenta con un gran porcentaje de Pymes generadoras de empleo y por lo tanto involucrarse en procesos de asociatividad trae beneficios para las mismas y las ayuda a mantenerse en el mercado de manera competitiva manteniendo su independencia y autonomía.

La asociatividad, con diferentes perspectivas sociales y organizacionales, en la actualidad se está convirtiendo en una alternativa de desarrollo sostenible para empresas principalmente las PyMes, algunas definiciones que podemos apreciar son: la Asociatividad es un mecanismo de cooperación empresarial en el que cada una de las empresas que participan mantiene su independencia jurídica y su autonomía gerencial, decidiendo voluntariamente su participación en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común Rosales (1997).

Albuquerque (2004), nos habla de que encontramos diferentes formas asociativas que se crean alrededor de distintos espacios de interacción social con fines particulares. Entre ellas se destacan las asociaciones filantrópicas, las vecinales, las culturales, las de clase y las de trabajo, siendo estas últimas un tipo de forma asociativa que adquiere

suma importancia para hacer frente a las problemáticas de empleo de amplios sectores de la población.

Dini (1997), señala que el concepto de Asociatividad recoge la forma más sofisticada y avanzada del llamado proceso de integración empresarial, que en un sentido más amplio se define como el proceso de cooperación entre empresas independientes, basado en la complementación de recursos entre diferentes firmas relacionadas y orientadas al logro de ventajas competitivas que no podrían ser alcanzadas en forma individual.

Otro autor que se destaca es Pallares, Z. (2004, quien habla que la asociatividad Territorial que es la cooperación entre los actores locales para promover y alcanzar el desarrollo sostenible y vincular competitivamente al territorio a las corrientes mundiales.

Estas definiciones o conceptos presentan varios elementos similares como la cooperación, alianzas, independencia jurídica, compromiso, objetivos comunes, mejoramiento de la productividad y competitividad, todo esto para fortalecerse y competir en un mercado global, satisfaciendo las necesidades de otras culturas pero manteniendo la identidad de cada empresario y lograr así un desarrollo sostenible de las empresas y del país (Acevedo y Buitrago, 2009).

La consolidación de un modelo de asociatividad, en beneficio de las organizaciones artesanales, permite consolidar una importante estructura, donde sus miembros se beneficien de las oportunidades comerciales y mercadeo de sus productos, a su vez formar parte de una importante Red de organizaciones artesanales empresarial, que es una “una alianza estratégica permanente entre un grupo claramente definido de empresas independientes, que colaboran para alcanzar objetivos comunes orientados al desarrollo de la competitividad de los participantes” (Guerrero, 2006)

Por otra parte, autores como Cardona definen a las redes como los principales componentes de las cadenas productivas; para ella “son conjuntos de relaciones entre las unidades productivas para superar obstáculos y conquistar mercados más allá de

los alcances individuales.” (Cardona, 2005). Así las redes empresariales es una forma terminar con el aislamiento empresarial y permiten que las organizaciones, entre ellas los artesanos, puedan tener mayor flexibilidad en los mercados, obteniendo procesos innovadores y adaptándose a las nuevas tecnologías.

En conclusión, se entiende que la asociatividad como un mecanismo de cooperación empresarial, en la que varias organizaciones o personas de una comunidad se unen para crear una empresa productiva, y promover el desarrollo de un sector.

La informalidad

Tal vez se haya “satanizado” la informalidad en Colombia como algo negativo, consecuencia y causa de pobreza, lo cual, no necesariamente es así. En el fondo de la informalidad, lo que hay es un emprendimiento incipiente aun, pero muy valioso. Los vendedores informales, tienen la semilla del emprendimiento, de empresario, sólo que por diversos motivos no han podido desarrollar totalmente, lo cual, en lugar de ser negativo, es algo supremamente positivo, y en lugar. En efecto, un vendedor ambulante es un pequeño empresario con la habilidad y determinación suficiente para obtener sus ingresos sin ser asalariado, lo cual, en nuestro medio, es algo muy aplaudible.

Existen muchos trabajadores informales que no cambian su oficio por un trabajo formal en una empresa, porque a pesar de ser informales, obtienen ingresos aceptables, tienen libertad para implementar sus ideas, etc. Lo que muchos miran como algo negativo, no es más que un gran potencial de generación de empresas, oportunidades, empleos.

En este orden de ideas, en lugar de definir políticas orientadas a incorporar estos emprendedores y microempresarios al mercado laboral, lo que se debe hacer es diseñar políticas encaminadas a dar apoyo real y efectivo a estas personas que han sido privilegiadas con su capacidad y competencia para hacer negocios.

El desarrollo de la actividad económica artesanal en el país, se encuentra en el renglón de la economía informal, a pesar de tratarse de un oficio capaz de ubicarse dentro del sector productivo con grandes posibilidades de desarrollo, hasta el momento no ha tenido el suficiente apoyo que los ayude a destacarse en el mercado nacional.

Según el estudio de Santa María & Rozo (2008), se puede entender la informalidad como el no cumplimiento de las obligaciones legales por parte de la empresa (por ejemplo, el no pago de impuestos, la falta de registro mercantil o la no afiliación a la seguridad social). En este sentido, se dice que esta práctica tiene una estrecha relación con una gran desventaja de las unidades productivas para alcanzar la competitividad, ya que este escenario las pequeñas unidades productivas no tienen acceso a los mercados financieros (lo que restringe su capacidad de expansión y de inversión en nuevas tecnologías) ni a los mercados internacionales, entre otros, los cuales son pilares básicos del crecimiento empresarial, organizacional y de la productividad. Estas son algunas de las razones que, por lo general, hacen que la informalidad en las empresas incida de manera negativa en los niveles de productividad, manteniendo una escala operación inferior a la óptima, generando un menor número de empleos, que usualmente son de baja calidad.

Las causas de la informalidad pueden ser de dos tipos: por exclusión, como, por ejemplo, las personas o pequeños productores, en nuestro caso los artesanos que no pueden conseguir un trabajo en el sector formal y las empresas que no pueden desarrollar sus actividades formalmente por causa de los excesivos requisitos y los altos costos de la formalidad. Por otro lado, dentro de las segundas, se encuentran las causas que pueden relacionarse con motivos de escape, como son, la independencia y la flexibilidad. En este último caso, la decisión de ser o no informal es voluntaria. Sin embargo, es importante notar que una de las causas de escape puede ser, precisamente, los altos costos de la formalidad (sus bajos beneficios y el desconocimiento de que ellos se tenga). En este caso, las empresas a los trabajadores prefieren, voluntariamente, operar en la informalidad porque la relación costo-beneficio de la alternativa formal es negativa.

Otra de las consecuencias de la informalidad empresarial en la generación de empleo informal, toda vez, por lo general, estos establecimientos no utilizan contratos que cumplan con lo estipulado por la legislación laboral. De esta forma, sus trabajadores no se encuentran afiliados al sistema de salud, no realizan aportes a fondos de pensiones y cesantías y, por ende, son vulnerables ante choques exógenos. Por esto, otra dimensión interesante de evaluación en la composición de la fuerza laboral de los establecimientos informales, en términos de la participación de trabajadores sin remuneración, trabajadores permanentes y temporales.

En conclusión, la informalidad empresarial que es entendida como el no pago las obligaciones legales, limita el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). Es una situación que estaría indicando que este tipo utilidades productivas restringen sus posibilidades de alcanzar la competitividad y, así mismo, la sobrevivencia en los mercados sea más difícil. De igual manera, el costo de oportunidad suele ser alto en aspectos como: acceso a modalidades de financiación, exclusión de contratación formal tanto con empresas legalmente constituidas como con las empresas del sector estatal, la informalidad se convierte también en un problema de responsabilidad social, el cual incide en ampliar cada vez más la brecha entre trabajos de mala calidad y trabajo decente.

Región Socialmente Responsable

El objetivo final es que los empresarios de la artesanía y otras PYMES del ámbito rural lleguen a implementar acciones de gestión y mejora de la Responsabilidad Social en sus respectivas actividades y desarrollen a la vez planes o estrategias de comunicación para dar a conocer prácticas propias de la Responsabilidad Social. Cuando se habla de producción artesanal no se hace referencia al pasado, la artesanía que se practica hoy no renuncia a los adelantos tecnológicos ni al conocimiento. Y desde luego, no se puede abandonar la búsqueda del bienestar de las personas. Pero esto se logra por medio de un enfoque que integra el compromiso de sostenibilidad y mejora de la competitividad de empresas artesanales.

De acuerdo con Salinas (2010), el gran reto de la Responsabilidad Social (RS) es demostrar su efectividad y consistencia en el propósito de transformar el

funcionamiento económico global, y, por ende, dar un giro en buena parte al devenir general de la sociedad global.

Para maximizar su eficiencia la RS busca desplegarse a través de mecanismos colectivos asociados al funcionamiento económico. Los principales son: sectoriales, cadena de valor, temáticos y territoriales. Las iniciativas sectoriales, son de carácter de autorregulación por parte de algún sector global de la producción o de funcionamiento de económico que mediante el establecimiento de códigos y estándares de conducta buscan que todas las empresas inscritas en dicho sector alcancen un comportamiento ético de acuerdo a lo definido. Las iniciativas de mayor fuerza en la actualidad son las del sistema financiero global, el sector extractivo, agroindustria y construcción.

Las iniciativas de cadena de valor, por su parte, se enfocan en integrar todos los componentes de la estructura de agregación de valor bajo mismo patrón de comportamiento. Se presenta el caso en que las iniciativas sectoriales apuntan en dirección de toda su cadena de valor, como es el caso de la Industria del aceite de palma, pero también el caso en el que unas de las mismas cadenas de valor concurren diferentes sectores.

En cualquiera de las dos situaciones el propósito es lograr que el conjunto de personas, instituciones y empresas que convergen en un propósito productivo o de prestación de servicios orienten sus actuaciones bajo un acuerdo ético compartido. Al igual que los sectoriales las de cadena de valor se consideran iniciativa de autorregulación.

Las iniciativas temáticas se enfocan en garantizar el comportamiento social y empresarial en algún aspecto específico de las dimensiones del desarrollo de situaciones sociales críticas. Las hay de origen de autorregulación como son “el Mandato por el Agua” y “el Cuidado del Clima” impulsadas por el Pacto Global de Naciones Unidas y las hay de carácter Control Social orientadas por organizaciones de la sociedad civil global que busca impulsar actitudes y prácticas sociales y empresariales que protegen derechos ciudadanos. En materia de Derechos Humanos

es en donde más iniciativas de este tipo se encuentran y se relacionan con asunto tales como la abolición del trabajo infantil, la discriminación en los entornos de trabajo, la protección de derechos laborales, de la biodiversidad, etc.

Y finalmente las iniciativas territoriales (Regiones Responsables) parten de la consideración de una región como un escenario local para el despliegue del comportamiento social general y buscan que dicha región o territorio, como un todo, logre establecer acuerdos fundamentales de comunidad de propósito colectivo y arreglos de funcionamiento social que permiten el desarrollo humano y la sostenibilidad. Estas iniciativas si bien pueden tener impulso en cualquiera de los actores de la sociedad, se orientan a activar el marco social de tres componentes: regulación del Estado, autorregulación empresarial y control de la sociedad en general, en una única perspectiva de convergencia dentro de un territorio.

Cualquiera que sea la iniciativa, todas apuntan en esencia lo mismo: a lograr transformaciones en la comprensión social de nuestro devenir y por tanto cambiar comportamientos, actitudes y prácticas sociales de manera que puedan construirse desarrollo humano y sostenibilidad en la sociedad.

El programa de regiones responsables fue creado en Colombia en 2007 como una iniciativa de la Red del Pacto Global con el ánimo de ofrecer mecanismos prácticos colectivos para el ejercicio de la Responsabilidad Social. En la actualidad “Regiones Responsables” es un programa autónomo con organización propia con el apoyo del Pacto Global. Una “Región Responsable” se sustenta en la noción del “Sistema Social” que se configura en una región o territorio específico y en el que se desenvuelve la vida social, política, económica, cultural y espiritual de una comunidad. En tanto región se entiende como un sistema interdependiente entre sí y con el entorno natural que configura un interés común que se garantiza a través de un “Contrato Social”.

El contrato social de una Región Responsable se enfoca, en principio, en cuatro elementos básicos:

1. Ciudadanía Responsable: activación del ejercicio cívico de los ciudadanos que asumen sus responsabilidades frente al colectivo y ejercen de manera activa y constructiva sus deberes y derechos.
2. Economía responsable: funcionamiento económico basado en la ética, la justicia social, la cohesión social y la equidad, se reducen los impactos se agrega valor colectivo expresado en desarrollo humano y sostenibilidad.
3. Educación para la responsabilidad: formación de líderes de ciudadanos capaces de conducir a la sociedad hacia el rumbo de desarrollo humano y la sostenibilidad.
4. Política responsable: ejercicios transparente, participativo y eficaz de la política con el modelo democrático de múltiples niveles de gobernabilidad de desarrollo.

Una Región Responsable es aquella que logra identificar los factores objetivos y subjetivos del colectivo que favorecen o impiden el logro de propósitos de desarrollo y los transforma a partir de la conciencia la responsabilidad social y a través de modelo públicos privados de movilización y participación ciudadana.

A nivel conceptual “Regiones Responsables” Integra los planteamientos del desarrollo local, de la gobernabilidad pluralista y de múltiples niveles, y por supuesto, de la Responsabilidad Social.

OBJETIVOS

Los objetivos de investigación se conciben desde la importancia de algunos municipios de la región norte del Valle del Cauca, que se han caracterizado por mantener, por generaciones el oficio de los artesanos, además por la ubicación estratégica hacia importantes ciudades y el acceso o sitio de encuentro de la población desplazada, víctima, vulnerable – artesana, es una importante alternativa en la generación de empleo, más aún en el marco del postconflicto.

Objetivo General

Analizar el modelo organizacional para las aldeas artesanales, en el marco del postconflicto, como estrategia para generación de empleo, en la región Norte del Valle del Cauca.

Objetivos específicos

- Realizar una caracterización de la región norte del Valle del Cauca y su relación con la producción artesanal.
- Identificar cuáles son las apuestas productivas estratégicas que permitan soportar la competitividad de la comunidad de artesanos en la región norte del Valle del Cauca.
- Realizar un análisis del impacto social, económico, ambiental y de sostenibilidad, a partir del fortalecimiento organizacional de la comunidad de artesanos en la región norte del Valle del Cauca.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este proyecto de investigación aplicada se combinarán métodos cualitativos y cuantitativos. La estrategia de desarrollo del proyecto está concebida en dos fases articuladas.

La primera fase Diagnóstica y de Caracterización. El análisis documental y caracterización de la región se realizó a partir de los municipios que forman parte de la región norte del Valle del Cauca, localización geográfica, ventajas comparativas y competitivas, división política, aspectos relacionados con la vocación productiva por municipios, aspectos sociodemográficos, así mismo la relación con la producción artesanal.

Para la caracterización de las variables establecidas se recurrió al procesamiento de información a partir de fuentes primarias a través de la consulta a los actores de la región, artesanos vinculados directamente con el proceso productivo y el uso de

mallas de lectura, entrevistas a profundidad, trabajo de campo y sistematización de la información, consulta de documentos más recientes sobre los principales aspectos socioeconómicos de la región y la producción artesanal. Así mismo en esta fase se realizará un análisis de las capacidades empresariales y sociales instaladas, soportado en la base empresarial de la región y lectura del capital social, procesos sociales en términos organizativos y participativos que promuevan el desarrollo de la región.

La segunda fase de consolidación de estrategias. Busca establecer estrategias para la organización de los artesanos de la región Norte del Valle del Cauca. Su componente estratégico propone de manera integral y holística, un portafolio amplio de proyectos y planes de largo plazo orientados a fortalecer acciones en lo social, económico, ambiental mediante la educación, el conocimiento y el desarrollo, procurando incorporarlos en los planes de desarrollo de los respectivos municipios, con el propósito de comprometer el respaldo de los gobiernos locales para alcanzar una mejor calidad de vida de sus ciudadanos y comunidades artesanales a manera sostenible a largo plazo.

RESULTADOS

En este informe preliminar de la investigación se presenta un análisis del estado del arte de las artesanías en América Latina, Colombia, desde su generalidad, culminando en la región Norte del Valle del Cauca, donde se presenta una caracterización, referido en la relación de sus municipios con la producción artesanal. De igual manera un análisis a los actores y expertos consultados sobre la problemática de las organizaciones de artesanos y posibles soluciones, que permitan fortalecer la dinámica organizativa y productiva de este importante sector en el contexto.

Las artesanías reviven y se transforman cuando encuentran nuevos mercados y son capaces de competir en ellos. La revitalización y el rescate de esta actividad permiten reforzar el patrimonio cultural de nuestra nación, porque en el arte de los pueblos reside parte de la identidad que nos representa y nos distingue.

Dinámica de la Artesanía Latinoamérica como factor de Desarrollo Económico, Social y Cultural

La artesanía constituye uno de los productos culturales más fuertemente enraizado en la tradición y la cultura popular latinoamericana, su diversidad y riqueza expresiva nos habla del crisol étnico y multicultural de los pueblos de la región, de sus costumbres, creencias y modos de vida. La artesanía latinoamericana actual se desarrolla en medio de situaciones económicas y sociales de gran complejidad, como producto, su alcance cultural se ve limitado por aquellas concepciones que la catalogan como arte menor, reservando sólo para el arte profesional las más altas consideraciones estéticas–sociales; o cuando se aprecia sólo por su valor mercantil y es expuesta a la sobreexplotación del mercado que la somete a un proceso de banalización y descaracterización.

Por otra parte, los artesanos pertenecientes a los sectores populares más vulnerables precisan de una atención especial que les provea capacitación e información, que les asista en la organización de su producción y en la protección intelectual de sus creaciones frente a las actuales condiciones del mercado. La UNESCO ha favorecido una nueva comprensión de la artesanía, la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, celebrada en París en octubre del año 2003, incluyó a las técnicas artesanales tradicionales dentro de los ámbitos que abarca el Patrimonio Inmaterial, lo cual constituye un reconocimiento tácito al importante rol desempeñado por la creación artesanal en la producción y reproducción de los medios de vida de los pueblos a través de toda la historia.

La dimensión cultural del desarrollo ha permitido apreciar con mayor claridad la importancia de la preservación de la creación material e intelectual, estableciéndose el criterio de que la salvaguarda de todo lo creado por los pueblos, por los grupos étnicos, por la humanidad en su conjunto tiene tanta importancia para las generaciones actuales y futuras como la preservación del medio ambiente, las condiciones de habitabilidad del planeta y la defensa de la biodiversidad de las especies.

En marzo del año 2001 la UNESCO organizó una reunión de expertos en Turín (Italia) titulada “Patrimonio cultural inmaterial, definiciones operacionales” que definió el patrimonio cultural inmaterial como: los procesos asimilados por los pueblos, junto con los conocimientos, las competencias y la creatividad que los nutre y que ellos desarrollan, los productos que crean y los recursos, espacios y demás aspectos del contexto social y natural necesarios para que perduren; además de dar a las comunidades vivas una sensación de continuidad con respecto a las generaciones anteriores, esos procesos son importantes para la identidad cultural y para la salvaguardia de la diversidad cultural y la creatividad de la humanidad.

La historia de artesanías de Colombia s.a. y la artesanía Colombiana. En la Ponencia presentada por Artesanías de Colombia S. A. en el marco del seminario “Políticas públicas para el sector artesano de América Latina”, realizado en Cartagena-Colombia del 15 al 19 de octubre de 2012, elaborado por Daniel Ramírez y presentado en el Seminario de Políticas Públicas para el Sector Artesano de América Latina por Iván Moreno Sánchez, en el cual cita a varios autores (García, N. (1989); Turok, M. (1988); Malo, H., (1982), que en múltiples espacios y temporalidades, han sostenido que la producción artesanal se puede rastrear hasta los albores de la humanidad, y toman al neolítico como el periodo en el que se dio inicio a la cerámica, la cestería y la tejeduría. La filosofía contemporánea, por su lado, hace un llamado para entender la artesanía como la habilidad de hacer las cosas bien, y no sólo aquellos objetos de producción manual, sino todo el ejercicio mismo de la vida, incluido el de la ciudadanía Sennett, R. (2009). A pesar de estas concepciones, y de la fuerza del hábito de pensar la historia como una sucesión de eventos que dan cuenta de un proceso continuo de maduración, las artesanías, las artesanas y los artesanos de Colombia, pero también los de América Latina Lauer, M. (1989). Difícilmente pueden ser pensados en una línea de tiempo que hunda sus raíces en el olvido.

En Colombia, la figura de los artesanos como practicantes de un oficio puede rastrearse hasta el inicio del periodo colonial, e incluso antes si se incluye en esa categoría a los pobladores prehispánicos que el afán colonizador, y el de la república, pretendieron borrar de la historia. También se puede hacer una exaltación de la incidencia que tuvieron los artesanos en los procesos de consolidación del partido

liberal mediando el siglo XIX, y luego dar un salto hasta la segunda mitad del siglo XX para resaltar herencias y formas de transmisión generacional que hacen del artesanado una constante en la historia de la nación. No obstante, solo hasta la década del sesenta el Estado colombiano empezó a considerar a los artesanos una fuerza productiva importante de la economía y, por lo tanto, un grupo al cual atender. De hecho, como sugirió en 1972 Graciela Samper de Bermúdez, primera gerente general, mujer, de Artesanías de Colombia, la atención estatal que iniciaba era apenas el despertar de sueño centenario:

Para empezar, hay que resaltar que la producción artesanal en Colombia empezó a ser relevante más por la puesta en marcha de la política estadounidense del buen vecino, enmarcada en la Alianza para el Progreso y agenciada por los voluntarios de los Cuerpos de Paz, que por un ejercicio espontáneo de visibilización iniciado por el Estado colombiano. Al menos así lo expuso Cecilia Iregui de Holguín, una folclorista colombiana (Piñeros et al. (1972), durante una de las sesiones del Primer Seminario sobre Diseño Artesanal, evento público destinado a pensar de manera sistemática el desarrollo de la producción artesanal en Colombia.

Estas consideraciones ponen de manifiesto que, entre el segundo y tercer cuarto del siglo XX en Colombia, como en otros países de la región, la mirada estatal a la producción artesanal antes que el despertar a una somnolencia centenaria fue la conformación de un nuevo campo productivo y cultural que, en buena medida, respondió a unas directrices políticas y económicas de orden internacional.

La artesanía, una alternativa para el Pacífico colombiano. El Programa de Atención a Población Desplazada y Vulnerable, APD, de Artesanías de Colombia, ha venido trabajando durante cinco años en el Andén Pacífico con comunidades afrodescendientes, indígenas y mestizas que han sido víctimas de desplazamiento forzado por el conflicto interno del país. Para las comunidades de nuestro Pacífico, el oficio artesanal no sólo es una experiencia que mantiene viva su cultura, sino también, una oportunidad para dinamizar su economía. Cada mes, un equipo interdisciplinario de la entidad viaja hasta la región, para encontrarse y trabajar junto a estas personas,

cuya supervivencia depende la mayoría de las veces de labores esporádicas que surgen dependiendo de la época del año.

A Través del proyecto de investigación denominado “Realizar un análisis del impacto organizacional de las aldeas artesanales, en el marco del postconflicto, como estrategia para generación de empleo, en la región Norte del Valle del Cauca”, El proyecto tiene como objetivo principal el fortalecimiento del sector artesanal, generando ingresos y mejorando su calidad de vida, desde su análisis y estructura organizacional, de tal manera que se identifiquen aspectos importantes como es el tema de manejo de conflicto, proyecto de vida, estimular el fortalecimiento de la comercialización de sus productos, con los cuales se busca contribuir a la restauración del tejido social y del sentido de solidaridad y promover la consolidación y reactivación de las organizaciones de artesanos que existan.

Artesanías en Colombia

Con la apertura económica, la oferta tradicional del sector artesano ha asumido el reto de desarrollar condiciones de competitividad necesarias para poder mantener o ampliar su participación en un mercado competido, con una oferta fuerte y creciente de China y Taiwán, México, India, Indonesia, Tailandia y África, entre otros. La crisis, originada por el choque entre una oferta tradicional estancada y las nuevas demandas, ha enfrentado a la artesanía colombiana al dilema de su desarrollo o desaparición, poniendo en riesgo la supervivencia de la mayoría de artesanos que aún no han podido adaptar sus formas de producción a las exigencias de productividad y competitividad actuales. Las artesanías en Colombia representan para la economía de varias familias la manera de vivir en su territorio, este sector contribuye no solo a la economía familiar sino la de todo un país. Como lo afirma la revista OMPI (2006). *“Este sector, que contribuye notablemente a la economía nacional, cuenta con unos 350.000 artesanos, de los cuales aproximadamente el 60% procede de zonas rurales y de comunidades indígenas, y el 65% son mujeres”*. El impacto en la economía es del 34% de la población quienes viven de este arte u oficio.

Las artesanías tienen gran potencial para el desarrollo de la economía y la generación de empleo en zonas rurales y/o marginadas, este puede llegar a ser un motor de reivindicación social además de todo lo que implica el hacer artesanía que puede llegar a generar en los individuos que la practican terapia ocupacional, es decir que este además de convertirse en un oficio, puede llegar a generarse todo un programa de reinserción, restauración de familias en tiempos de posconflicto.

Hablar de artesanías en Colombia y en cualquier otro país, es escudriñar al interior de las culturas o comunidades ancestrales las prácticas de este arte, que más allá de una técnica está inmersa toda una cultura y tradición del saber endógeno. Es el caso de las mujeres Wayúu, quienes viven en la frontera entre Colombia y Venezuela. En la misma publicación de la OMPI se cuenta que esta comunidad y en especial las mujeres son las que ejercen el oficio de tejer y quien les enseñó este arte fue la araña que en su lengua es 'Waleker', "Los secretos de sus técnicas de tejido tradicionales forman parte de los ritos de iniciación a los que se someten las adolescentes al hacerse mujeres". (OMPI, 2006)

Como lo expresa una publicación en la revista Dinero para el año 2015, los artesanos que se han dedicado a esta actividad milenaria, se han puesto en la labor de reinventar e innovar para entrar a los mercados internacionales y poder competir con las ventajas comparativas que estos poseen. No es quizá la falta de materia prima, pues con ella se cuenta para el desarrollo de piezas artesanales es quizá como lo expresa el experto la falta de creatividad para darle un valor agregado al producto final. (Revista Dinero, 2015)

En la misma revista, entrevistaron a la ex ministra de cultura Araceli Morales quien agrega que: "El aprendizaje de los oficios artesanales es de carácter informal, y se da en el contexto familiar y por iniciativa personal, mediante la participación directa en los procesos productivos". Pero estos no solo llevan consigo toda una carta económica, sino también cultural, tradición y de herencia ancestral de nuestro país.

Caracterización socio económica de la región del Valle del Cauca

El departamento del Valle del Cauca, se encuentra ubicado geo estratégicamente al sureste de Colombia, en sus costas está el océano pacífico y al interior la cordillera de los Andes. La biodiversidad ambiental, cultural, social y económica, permite desdibujar un territorio con grandes potencialidades para mercados nacionales e internacionales.

Lo conforman cinco subregiones o subdivisiones territoriales norte, sur, centro, occidente y oriente, agrupan 42 municipios en todo el territorio. La subregión del norte lo integran municipios como Alcalá, Ansermanuevo, Argelia, Bolívar, Cartago, El Águila, El Cairo, El Dovio, La Unión, La Victoria, Obando, Roldanillo, Toro, Ulloa, Versalles y Zarzal.



Figura no. 1 Mapa departamento del Valle del Cauca.

Emergen en estos territorios culturas ancestrales como los Quimbayas, Gorriones, Chocoes, entre otros. Territorios de los que se desprende la mayor variedad de cultivos agrícolas como son el cacao, el café, azúcar, caña y plátano.

En Bolívar, la actividad económica vinícola artesanal, ha logrado posicionarse en el mercado local y regional, pero la Unión Valle es conocida como “la capital vinícola de Colombia” por la industria que se ha desarrollado en el municipio, con una gran cantidad de viñedos como son Casa Grajales, el parque nacional de la Uva y el Museo del Vino. Aparte de la agricultura, ganadería y comercio Cartago es reconocido como la “capital mundial del bordado”.

La producción del café tiene un manejo tecnificado con capacidad de 9.000 toneladas de café pergamino seco por año, convirtiéndose en la actividad agrícola más importante para el municipio de el Águila.

Alcalá fue declarado patrimonio cultural por la UNESCO a través del Ministerio de Cultura por el paisaje cultural cafetero, Ulloa hace parte del paisaje cultural cafetero, que también declarado por la misma organización. Versalles tiene como base actividades agropecuarias, líneas de confección, prestación de servicios y otras fuentes menores. Zarzal es primordialmente cultivo extenso de caña de azúcar, pequeñas y medianas empresas en el sector metalúrgico y de distribuciones. Es tierra de los ingenios azucareros como la Paila y Fábrica de Dulces Colombina, además se menciona algo de la actividad económica como el turismo.

Por último, los municipios como Alcalá, La Victoria, el Dovio, Obando, Roldanillo, Toro entre otros, han generado fuentes económicas a partir de la extracción minera, ganadería y agricultura debido a la riqueza de su tierra para la producción de cítricos, café, tomate, Tabaco Rubio, Arracacha, Tomate de Árbol, Yuca, Lulo, Cebolla Junca y Cabezona, Pimentón, Caña de Azúcar, Pepino, Maíz y Plátano, etc.

Artesanías en el Norte del Valle del Cauca

Actualmente el Norte del Valle tiene una importante afluencia de turistas nacionales e internacionales, en el marco de una estrategia de posicionamiento turístico a través del fortalecimiento del destino, apalancado en una ubicación envidiable, como precepto de conectividad de pueblos y comunidades con la educación y el mundo. Esta importante oportunidad merece que las vocaciones endógenas de los municipios tengan los elementos suficientes para generar un impacto positivo en estos turistas, que cristalicen intenciones de compra y nuevas oportunidades de comercialización a escala nacional.

En el Sistema Nacional de Información Cultural, en la zona cafetera que hace parte de la región norte del Valle del Cauca, en la que se encuentran los municipios de

Sevilla, Caicedonia, Alcalá y Ulloa. El oficio de la tejeduría es el 50% de la actividad de mayor práctica por parte de los habitantes. La calceta, es un material orgánico del tallo del plátano, este que para muchos es desecho para algunos artesanos es materia prima para elaborar baúles, iglesias, carpetas, individuales, billeteras y porta vasos.

Este tipo de artesanías podrían convertirse en un ingreso adicional para las familias y convertirse en el motor de desarrollo de la región, aparte de la exportación del plátano. Aunque este portal considera que la transformación de los procesos de producción es de gran importancia para abaratar los costos y se avance en la producción. Entre otros, productos reconocidos a nivel mundial están los manteles, blusas, individuales y vestidos, bordados a mano, estos son confeccionados en Cartago, Ansermanuevo y Toro.

El caso de Sevilla, están los telares para elaborar camisas, ponchos, chales, chalinas y abrigos. Técnicas como el alquitrán y vinilos sobre vidrios, obras de artes sobre lienzo y al óleo. El uso de materias primas como: madera, bambú, fique, cerámica y cáscara de coco para la elaboración de hebillas, correas, zapatos y bolsos, esto representan la tradición cultural indígena Calima.

El proyecto “Valle del Cauca en busca de su identidad artesanal” se desarrolló en el año 2015, el cual tenía como objetivo fortalecer el sector artesanal de ese departamento en 4 áreas: Desarrollo social, Diseño y desarrollo de productos, producción y comercialización. La atención a 350 artesanos del Valle del cauca en 7 municipios, Ansermanuevo 27, Buenaventura 65, Caicedonia 25, Cali 125, Cartago 28, Palmira 30, y Yumbo 50 artesanos.

El valle del Cauca cuenta con cuatro (4) asociaciones artesanales del territorio Asopanar (Naranjal-Bolívar), Asoamar (Roldanillo), Hateños (La Unión) y Asoartetoro (Toro), a las cuales pertenecen más de 80 artesanos.

Artesano

La definición de artesano según Molina (2001) es *“sujeto trabajador con dos características básicas, una referida a la forma de hacer su trabajo, esta es*

manualmente; y otra, por ser dueño de sus medios de producción, ya sean sus herramientas de trabajo y/o el taller donde realice dicho trabajo, según esta última característica es tenido como trabajador independiente". Se debe tener en cuenta que el trabajo de un artesano es manual, su trabajo no puede ser producción en serie debido a la poca influencia de la maquinaria para la elaboración de sus productos.

Un artesano no puede clasificarse como independiente, pues este estuvo en algún momento en subordinación en un taller artesanal como aprendiz. El oficio del artesano se cualifica según el desempeño que este tiene frente a la labor, a su vez tiene un mentor, tutor o maestro que lo guía y entrega las técnicas en la producción de los productos que elabora. Molina (2001)

De acuerdo con Molina, los artesanos se diferencian de los trabajadores asalariados porque este vive de realizar su labor y es el sustento económico de su familia. Entre otras características está la de ser productor y no revendedor de artesanías.

Como lo expresa Granda, O. (2016): *"...los artesanos cuando hacen un objeto, lo acaban de la forma que más les gusta y les pone alegres, porque quieren transmitirles esa alegría a quienes vean los objetos o a quienes los compren y lleven a sus casas" ... "lo hacen con mucha dedicación utilizando solamente sus manos y unas poquitas herramientas"*.

Finalmente, Molina (2012) define el artesano como:

"...el artesano es un trabajador que puede estar inscrito en el capitalismo actual, cuya característica central es que hace su trabajo de forma manual, siendo esta forma de hacer su trabajo, la de mayor peso en los objetos que realiza. Además, este trabajador vive de realizar su labor, la cual domina durante un período de aprendizaje más o menos largo, por lo general de forma empírica en el taller artesanal. Y, finalmente, si el artesano no realiza todos los pasos en el proceso de producción de los objetos que elabora, por lo menos sí los conoce todos". (p:10)

En el estudio etnográfico de Granda (2016), cuenta como los campesinos heredaron de los indígenas el conocimiento técnico y estético en la época de la Colonia, es entonces el inicio de la práctica de artesanías nativas y nuevas. Además, la labor de mujeres campesinas que aparte de trabajar la agricultura, ganadería y en casas de familia o en las propias, voluntariamente continúan con esta tradición milenaria.

Esta investigación se centró en el “tejido” y el aporte a la identidad colombiana desde la cultura, este llegó a significar más que la protección del clima frío sino del legado prehispánico que este tiene desde la mitología andina.

El mayor aporte del trabajo fue el significativo del tejido elaborado por estas mujeres, quienes muestran toda la cosmovisión de una cultura, donde se resalta la dualidad entre lo femenino y lo masculino.

Como se menciona en el capítulo II:

“Hanan y urin son las clásicas oposiciones en el pensamiento inca que trascienden de las oposiciones naturales a las humanas y a la organización del tiempo y el espacio. Así, el Cuzco se dividió en dos parcelas ocupadas por los hanancuzco (nobles) y los urincuzco (comuneros y forasteros). Hana es lo alto, masculino, derecho, diurno y de carácter solar. Urin es abajo, terrestre, femenino, izquierdo, su carácter es nocturno y lunar”.
(Granda, 2016)

La relación entre el patrimonio y la artesanía, lo cuenta Granda (2016) en el libro “Paseo por las artesanías de Nariño”. Las tradiciones son transmitidas de padres a hijos y de esa manera, según el autor, se conforma la identidad y herencia, para finalmente convertirse en patrimonio.

Artesanías de origen indígena

Artesanías	Detalles	Oficio	Materia prima	Objetos	Elaboración
Vajillas de Barro	Objetos en arcilla	Alfarero o ceramistas	La arcilla es la mezcla de barro ceroso y agua.	Platos: jarras, compoteras y figuras antropomorfas, animales y plantas.	Raspadores de cortezas secas de frutas, pulidores de piedra, tinturas minerales. Hornos de tierra y fuego con plantas

Orfebrería Prehispánica	Fundición y dorados	Orfebres	Oro, Resinas	Orejas, ajorcas, brazaletes, diademas, instrumentos musicales, broches y esteras en oro.	Sometían el oro al fuego. Grabar, martillar, repujar y vaciar.
Textiles	Tejidos	Tejedores	Fibras de animales de alpaca y de llama, hilo de algodón	Ruanas, cobijas, telares de pared o "guangas" y tapices.	
Talla en piedra	Tallas en piedra	Escultores	Piedras de caminos, ríos o cerca de sus casas.	Figuras humanas femeninas y masculinas, esculturas de bulto.	Eran talladas

Fuente: Elaboración propia

Artesanías de la época colonial

Artesanías	Detalles	Oficio	Materia prima	Objetos	Elaboración
El barniz colonial	Recubrimiento de objetos		Planta llamada mopa-mopa	Recubrimiento de tazas, cantimploras, pequeños barriles, bastones y hasta las bacinillas.	Moler la pasta de mopa y hervirla varias veces hasta dejarla totalmente blanda y limpia.
Vestidos		Tejedores	Hilo, guasca, fique, tela.	La mujer usaba pañolón, falda, enagua. Los hombres ruanas de guanga, sombreros de paja toquilla o de fieltro. Alpargatas de tela o hilo	

Fuente: Elaboración propia

Problemática del sector artesanal colombiano

En el sector artesanal colombiano, uno de los problemas observados frente al proceso creciente de la globalización del mercado, la economía digital y todo el avance tecnológico, político y social que implica la nueva sociedad del conocimiento, es la falta de inserción, integración e inclusión del sector artesanal frente a y/o con los demás sectores de la economía del país. Este rezago obedece y es consecuencia del muy alto nivel de analfabetismo en general, y específicamente del aún mayor grado de analfabetismo digital e informático del artesano como eje del sector.

El problema se extiende, se acentúa y se hace mucho más evidente si se tiene en cuenta la ausencia de contenido e información ágil, dinámica, oportuna y actualizada que les permita a los artesanos orientar sus decisiones tanto de desarrollo, como de

producción y comercialización. Frente a este panorama, se debe trabajar en dos frentes que permita atacar esta problemática: De una parte continuar trabajando muy de la mano de los programas de Gobierno en Línea y Vive Digital, a fin de la alfabetización, masificación y apropiación del Internet y las TIC en general, por parte de los artesanos, que finalmente permita su inclusión en este nuevo modelo económico y en la sociedad del conocimiento en general; y de otra parte seguir trabajando en el desarrollo, actualización e implementación de herramientas y soluciones digitales, así como en la generación de información, contenido y conocimiento que satisfaga la demanda de los usuarios del sector.

Problemática del sector artesanal en el Valle del Cauca

De acuerdo con los resultados preliminares del trabajo de campo y análisis de la información suministrada por los actores y expertos en el tema de artesanías en la región Norte del Valle del Cauca, algunos de los problemas que enfrenta el sector:

- Desconocimiento y no atender, por parte de los organismos del estado, la importancia socioeconómica y cultural del sector artesano, para el desarrollo económico y social de la región.
- Deficiencias de calidad y falta de innovación del producto, ello en razón a la falta de capacitación y desconocimiento de las tendencias del mercado.
- No cuentan con procesos tecnológicos para soportar procesos de producción de gran volumen.
- Debilidades en la estructura organizacional para la producción y la comercialización.
- Se encuentran en el mercado productos industrializados similares a bajo costo, lo que dificulta competir con los mismos.
- No se le da valor al trabajo artesanal, lo cual dificulta competir con precios
- Altos costos de producción.
- En las pocas asociaciones de artesanos que existen uno de los principales inconvenientes es que todos los socios no son tan participativos y cuando se les cita a las reuniones no asisten, lo que conlleva a que la desinformación reine en medio del ambiente de trabajo.

- Otro de los conflictos es que cada socio maneja diferentes precios lo cual resulta desleal en la comercialización de los productos, disminuyendo las ventas y la utilidad que se pretende alcanzar.

DISCUSIÓN

La investigación aquí referenciada no es definitiva, ello en razón que se deben desarrollar planes, programas y proyectos, a fin de fortalecer la dinámica competitiva de los artesanos en la región objeto de estudio. Para el fortalecimiento del sector artesanal, se debe desarrollar formación gerencial, para la dirección de las empresas y comercialización que forman parte integral del sector.

El producto artesanal requiere de un cambio de imagen; es decir se requiere de nuevas estrategias que les permitan a los usuarios percibir los objetos artesanales como productos más cercanos, una manera podría ser a través de la creación de productos, como apuesta productiva que identifique la región. Por otra parte, para emprender un cambio en el taller artesanal es imprescindible pensar en la colaboración con profesionales de distintas áreas del conocimiento. En concreto para la mejora del producto y para la planeación estratégica del proyecto es imprescindible la colaboración con el diseñador para lograr desarrollar productos actuales y competitivos, productos que tomen en cuenta las necesidades del mercado, es decir productos que interesen a los jóvenes usuarios que son aquellos que recibirán el compromiso y la obligación de mantener y fomentar la evolución de la cultura material. Si se pretende potenciar la cultura material artesana es imprescindible crear una cultura neo-artesanal, las bases existen, la tradición está presente, los materiales son los que siempre se han usado, pero esto no es suficiente. Estamos en una época en la que los gustos del consumidor son de carácter ecléctico, influidos por los poderosos medios de comunicación y por la convivencia continua con cientos de artículos innecesarios; Existen en la actualidad tipologías de productos tan heterogéneas que

es asfixiante, ante esta problemática debemos aprovechar la coherencia, el contenido, la facultad de sentir y la belleza que tienen los productos artesanales.

Los organizadores de los talleres artesanales deben de considerar la posibilidad de trabajar con microempresas dedicadas a la neo-artesanía, para ello han de hacer uso de las nuevas tecnologías en aquellas partes del proceso artesanal donde se requiera acelerar el proceso de manufactura; Si se quiere que el producto artesanal se venda y esté presente en los mercados internacionales de forma competitiva, es necesario que operen ciertas condiciones básicas entre las principales se encuentra una correcta comunicación (en cuestiones relacionadas con elementos proyectuales del producto, la marca, el embalaje, las aplicaciones), y contar con un equilibrio entre las prestaciones y el precio del producto, es decir fabricar productos de calidad, productos con excelentes acabados.

CONCLUSIONES

Los artesanos de la región norte del Valle del Cauca deben situarse en un contexto global y de análisis histórico, es importante reflexionar acerca de cuáles son las metodologías que se emplean en la actualidad, cuáles son los modelos de aprendizaje con los que cuentan los artesanos, revisar el aporte que ha realizado el sector artesanal al fortalecimiento económico de las regiones, el país y al mundo, así mismo analizar que se pretende aportar en un futuro a corto, mediano y largo plazo, es importante definir cuáles son los objetivos que se han marcado los diferentes grupos de artesanos como conjunto, cuáles son las estrategias que pretenden emplear frente al fenómeno de la globalización.

El sector artesano, debe fortalecer su proceso organizacional, desde lo administrativo y comercial, de tal forma que le permita hipotizar un escenario futuro, extraordinario, de valiosas proporciones para la cultura y la sociedad de nuestro país. Como herederos e hijos de algunas civilizaciones del pasado se considera que es una obligación y un compromiso crear una nueva organización que sirva como plataforma para que la artesanía evolucione hacia un mejor futuro.

Se debe establecer un proceso de comercialización, desde la identidad de las regiones, en este caso la región Norte del Valle del Cauca, a fin de fortalecer esta dinámica económica, así mismo aprovechar la herencia cultural, lo cual hace que en algunos países se valore la artesanía con respeto y admiración, pero es prudente y necesario reflexionar sobre los procesos productivos actuales de que hace uso el artesano.

Hoy en día la tecnología permite alcanzar cualquier estándar de calidad si se suma a esta calidad la riqueza cultural aunada al valor conceptual, factor fundamental, así como a la creatividad, lo funcional, y lo económico, generado por los procesos del diseño.

Se deben fortalecer estrategias por parte de las entidades de estado y entidades privadas para que los artesanos puedan comercializar sus productos, toda vez que es una característica de la artesanía, que se realiza en talleres individuales o de pocas personas, con poca capacidad para llegar al mercado.

Para evitar inconvenientes y conflictos organizacionales, administrativos y de comercialización, es necesario que se ejecuten capacitaciones direccionadas al trabajo en equipo, de tal manera que los miembros sean participativos y las relaciones interpersonales mejoren, también es importante la aplicación de la propuesta del diseño organizacional para que ayude y mejorar los diferentes procesos que se presentan a diario.

Una conclusión más general es que la gran mayoría de los artesanos no sostiene a su grupo familiar sólo con esa actividad, y que debe complementarla con otros trabajos de él o de otros miembros de su grupo familiar, en este caso y de darle un potencial organizacional al sector artesanal de la región permite consolidar un esquema y calidad de vida de los miembros de las aldeas de los artesanos.

REFERENTES

- Acevedo, C. & Buitrago, R. (2009). *Asociatividad empresarial, crecimiento productivo e innovación. El caso de las Pymes del sector textiles y confecciones en Bogotá*. Universidad de la Salle. Recuperado de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/10185/11684/2/T10.09%20A21a.pdf>.
- Agenda Interna para la productividad y competitividad., 2007
- Albuquerque, F. (2011). *Fundamentos del Desarrollo Local*. España: Editorial Académica Española.
- Artesanías De Colombia. *Entorno económico del sector de artesanías*. Ubicación en el contexto nacional. Bogotá, 2006.
- Betancourt, B. Gómez, U. (2012). *Caracterización del sector de las mipymes de Sevilla y Caicedonia, identificación de las prácticas organizacionales predominantes*. Cali, programa editorial Universidad del Valle.
- Cardona, M. (2005). *Redes sociales en la cadena productiva de la industria del vestido*. Medellín: Universidad EAFIT.
- Castillo., A. (2009). *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento*. Chile: Intec

- Colombia. Departamento Nacional de Planeación - DNP. *Agenda Interna para la productividad y competitividad*. Bogotá, 2007.
- Dini, M. (1996). *Políticas Públicas para el Desarrollo de Redes de Empresas. La Experiencia Chilena, en Redes y Regiones: Una Nueva Configuración*. México: Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Freire, A. (2004). *Pasión por emprender*. Argentina: Aguilar.
- García, N. (1989). *Las culturas populares en el capitalismo*. México: nueva imagen.
- Gibb, A. & Ritchie, J. (1981). *Influences on entrepreneurship: Study over time*. U.K., Small Business Research Conferenc. London.
- Giddens, A. (1995). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Granda, O. (2016). *Paseo por las artesanías de Nariño*. San Juan de Pasto: Morada.
- Guerrero, C. (2006). *El poder de la asociatividad*. Bogotá: CCB.
- Lauer, M. (1989). *La producción artesanal en América Latina*. Lima: Mosca Azul.
- Malo, H., (1982). *El pensamiento ecuatoriano en el siglo XIX, Historia del Ecuador*, Vol. 6, Barcelona: Salvat.
- Mayntz, R. (1972). *Sociología de la organización*. Madrid: Alianza Editorial
- Molina, J. L., (2001). *El análisis de redes sociales. Una introducción*. Barcelona: Bellaterra.
- Molina, L., (2012). *Una caracterización del artesano de Cali*. Universidad del Valle
- Pallares, Z. (2004). *Asociatividad Empresarial, Estrategia para la competitividad*. Colombia: Fondo Editorial Nueva Empresa.
- Piñeros et al. (1972). *Trajes regionales de Colombia*. Bogotá: Arco.
- Revista mundial de la propiedad intelectual. (2006). Ginebra, enero a febrero de 2006.
- Rosales, R. (1997). *La Asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las PyMes*. Universidad de Texas. México: UAM.
- Salinas, L.E. (2010). *Norte del Cauca Región Socialmente Responsable*. Cuadernos de Administración. Colciencias. Instituto de prospectiva, innovación y gestión del conocimiento, Santiago de Cali: Universidad del Valle.

- Santa María, M., & Rozo, S. (2008). *Informalidad empresarial en Colombia: alternativas para impulsar la productividad, el empleo y los ingresos*. Fedesarrollo.
- Schumpeter, J. (1935). *Análisis del cambio económico. Ensayos sobre el ciclo económico*. México: Fondo de cultura económica.
- Sennett, R. (2009). *El artesano*. Barcelona: Anagrama.
- Stevenson, H. & Gumpert D. (1985, march-april). *The heart of entrepreneurship*. Harvard Business Review.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2006). Wipo.int: Artesanías de Colombia Recuperado de: http://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2006/06/article_0002.html
- Revista Dinero (2015). Dinero.com: Los artesanos colombianos avanzan hacia la internacionalización con el reto de lograr una mayor competitividad. Recuperado de: <https://www.dinero.com/economia/articulo/las-artesantias-colombianas-llegan-mercados-internacionales-exhiben-farex-2016/215594>
- Touraine, A. (1978). *Introducción a la Sociología*. Barcelona: Ariel
- Turok, M. (1988). *Cómo acercarse a la artesanía*. México: Plaza y Valdes.
- Vallée, L. (1985). "Representaciones colectivas y sociedades". En: *La Rupture entre l'entrepise en les hommes*. Montreal. Ediciones d'organization.
- Veciana. J. (1999). *Creación de empresas como programa de investigación científica*. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa.

WEBGRAFIA

- El Espectador (2013). Elespectador.com: Colombia, desde la artesanía. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/opinion/colombia-desde-la-artesania-columna-451570>
- <http://tesis.ipn.mx/handle/123456789/2718>
- https://spi.dnp.gov.co/App_Themes/SeguimientoProyectos/ResumenEjecutivo/1191000240000.pdf
- https://spi.dnp.gov.co/App_Themes/SeguimientoProyectos/ResumenEjecutivo/1191000270000.pdf