

Invitan al

Diálogo Sectorial

desafíos y oportunidades del sector artesanal en los tiempos del COVID-19

- ✓ **Jimena Puyo**
Subgerente de desarrollo de Artesanías de Colombia
- ✓ **Ana María Pinilla**
Raquirarte
- ✓ **José Ramón Sánchez**
Raquirarte
- ✓ **Marco Antonio Pavón**
Gerente de artesanato SAS en Cauca

**Miércoles
17 de junio
2:00 pm-4:00 pm**

Modera: Liliana González
Gestora cadena de turismo y artesanías de la ADEL Los Dinosaurios

Diálogo en el marco del Proyecto Comercio con Identidad Local en Colombia

Financiado por:



Memorias del Diálogo sectorial: desafíos y oportunidades en la economía digital en los tiempos del COVID-19

Objetivo: Conocer cómo se encuentra el sector de las artesanías desde sus diversos retos en el escenario del COVID-19 y qué herramientas existen o se están poniendo en marcha para apoyar la reactivación económica del sector en los territorios.

Introducción

- Saludo de bienvenida: Carlos Callejas - Director Ejecutivo Red ADELCO.

El sector artesanal es un sector que traduce los favores del territorio, las costumbres, la idiosincrasia y la forma de interpretar los paisajes; en pocas palabras es aquel sector poeta que expresa a través del arte el valor cultural del territorio en el que se inspira.

El actual contexto es propicio para analizar la fragilidad del sector, tanto en la economía sectorial como en la economía territorial. Es un sector que no está altamente formalizado y que no se adapta a otros negocios, porque el hecho de industrializarlo, le quita su valor artesanal. En su esquema de desarrollo no es fácil construir canales de comercialización; es un trabajo distinto, no se estandariza, como se estandariza la industria, se requiere ser más unitario y no como se hace en otros negocios, en los cuales se pueden llegar a hacer una curva de costos. Un sector que requiere cada vez más apoyo para poder llegar a una artesanía completamente funcional.

Agradecimiento a cada uno de los participantes e interventores, pues su contribución a este sector es muy valiosa, en especial a todas las agencias de desarrollo económico vinculadas en estas actividades, al programa de desarrollo territorial y a la Unión Europea, quien apoya el comercio con identidad local de la Red Adelco.

Introducción temática y de Contextos. Liliana Gonzales. Gestora Cadena Turismo y Artesanías, Adel Dinosaurios

La ADEL Dinosaurios es una identidad sin ánimo de lucro, ubicada en el alto Ricaurte, sus capacidades se escalan en la competitividad y en generar capacidades territoriales, es un ente que se articula entre lo público y lo privado. Su área de influencia está en ocho municipios, entre ellos Ráquira, Tinjacá, Villa de Leyva, Gachantivá, entre otros.

En lo que concierne a su área de influencia está se segmenta en la Agro Industria, el turismo, y la artesanía. Es una institución de origen mixto, en la que interviene la gobernación de Boyacá, la alcaldía de Paipa, de Villa de Leyva, de Sáchica y de Tinjacá, la Universidad UNAD, la cámara de comercio de Tunja, la asociación crecemos, Morativa, alma de barro, entre otros.

Su visión, hacer de la región un territorio competitivo, a través de la organización y de la planificación, desde una perspectiva de desarrollo integral y sostenible. Su gestión está enfocada en tres líneas estratégicas:

1. Desarrollo rural y agro industrial: esta línea está focaliza en la producción de hortalizas y de frutales como la mora, el agraz y la gulupa. El sector lácteo, también hace parte de esta línea, sector de doble propósito (carne y leche)
2. Turismo responsable y sostenible: Se fomenta la planificación responsable del turismo a nivel territorial, con el fin de desarrollar productos turísticos comunitarios.
3. Industrias culturales y creativas: En esta línea, se hace hincapié, es todo lo que concierne a las artesanías. Teniendo como referencia y línea base la capital más importante del sector artesanal en Colombia, Ráquira, Boyacá. La estrategia se concentra en la expansión de espacios físicos de promoción de los productos artesanales en Villa de Leyva, esto impulsado por camino rural (agencia de viajes y socia de la ADEL)

Estas tres líneas estratégicas, tienen cuatro ejes de intervención: sistemas productivos, financiación economía solidaria, desarrollo empresarial, comercialización y marketing. Estos ejes intervienen en el fortalecimiento de los procesos y las actividades con enfoque comunitario, los cuales deben resaltar el patrimonio cultural, natural y tradicional de la región. Para ello se han constituido varias rutas que refuerzan este canal, entre ellas todo lo que concierne a la promoción del rol protagónico de los artesanos, quienes ponen en marcha la impartición de capacitaciones, en relación a la historia y a las técnicas artesanales.

Hay diversas técnicas en la artesanía que no solamente se concentra en la alfarería, por ejemplo, la tejeduría, con un gran valor y reconocimiento, en las que se integran varios materiales, como la lana, el palmicho, el fique y las combinaciones que se puede dar con la madera.

Ráquira es el mayor productor de alfarería en el país, 80% de la población se dedica a esta producción artesanal en el municipio. Es el punto fuerte de su economía y como sede de promoción y reconocimiento de estos productos está Villa de Leyva.

Lo que se busca con todas estas estrategias es revalorar los oficios artesanales que con la pandemia se han visto afectados. Al inicio de la pandemia, se pudieron comercializar varios productos destinados al turismo, pero esto fue rápidamente abatido, pues el turismo se frenó y la principal vía de comercialización era esta. Como canales externos, se ha comenzado a hacer una injerencia en las TIC, con el fin de vender virtualmente. Sin embargo, el acceso a internet es precario y fomentar estas nuevas prácticas es un gran desafío.

Actualmente se siguen elaborando artesanías y se han comenzado a adquirir insumos de bioseguridad. Se está haciendo un trabajo mancomunado entre la Red Adelco y la ADEL Dinosaurios, se creó un fondo de ayuda para al artesano, con el objetivo de entregar mercados e insumos de bioseguridad.

Bloque de intervenciones:

MODERA. LILIANA GONZÁLEZ Y NICOLÁS TUPAZ

- **Jimena** Desde la visión del Ministerio de Comercio y en especial desde **Artesanías de Colombia**, teniendo en cuenta que el sector es uno de los más afectados por el COVID-19 por acceso a mercados, por características del mismo, por modelo de negocios de la cadena, qué hacer para reactivarlo, qué se ha reflexionado y pensando frente a la nueva realidad.

JIMENA PUYO. Artesanías de Colombia

Los planes de desarrollo artesanal se están haciendo a nivel nacional.

Desde el inicio de la pandemia **Artesanías de Colombia** sabía que todas las acciones no iban a hacer suficientes, por lo que se comenzó a priorizar. El 25 de marzo se comenzó a identificar las necesidades básicas que deberían ser cubiertas, como:

1. Los alimentos de primera necesidad
 2. La necesidad de desarrollar o fortalecer nuevas actividades para enfrentar esta situación
 3. Acceder a materias primas y herramientas, con el fin de ofrecer los insumos o elementos suficientes en materia de bioseguridad y con el fin de ofrecer igualmente programas de adecuación y de capacitación que permitan al artesano o artesana capacitarse para que no se orienten hacia otros sectores.
 4. Acceso a créditos
 5. ¿Cómo se está trabajando para la reactivación?
- Estrategias

En lo que concierne al número de artesanos que están siendo atendidos por la actual crisis sanitaria, hay un total de 44.390 artesanos, 31.650 artesanos están registrados el Sistema de Información Estadístico de la Región, 10.500 han participado en los programas de Artesanías de Colombia desde el 2019, 40 artesanos han hecho peticiones muy concretas, representando a 416 familias, estas se han hecho a través del PQRs y han sido 2.200 artesanos los encuestados desde el 25 de marzo hasta el 1 de abril.

De acuerdo a lo identificado en necesidades básicas, 16.046 artesanos están cubiertos por planes del gobierno, como familias en acción, de igual manera se ha solicitado que el artesano sea amparado por seguros solidarios, un subsidio del gobierno. *En julio se abre una convocatoria:* acceso a los BEP, es un beneficio económico periódico de cada dos meses por \$ 520.000 para quienes no alcanzaron a cotizar una pensión.

Se ha comenzado un proceso de Articulación con identidades territoriales, para facilitar base de datos y así poder priorizar y entregar mercados y donaciones. La fundación solidaridad está apilando las donaciones y el fondo vulnerabilidad Iberatersanías se ha unido a esta causa y ha invertido \$ 277.000.000 para mercados, materias primas y herramientas.

De acuerdo a la campaña de promoción y comercialización de artesanías, se ha priorizado a aquellos artesanos que ya tenían inventarios, por ejemplo, se ha comenzado a fomentar las ventas a través de la campaña de comparas solidarias, que se ha impulsado a través del sitio web de **Artesanías de Colombia**, en esta plataforma, se están publicando los sitios web de todos aquellos artesanos que quieran promocionar sus productos. Se han promocionado dos plataformas: **Yo me quedo en mi negocio**, en esta se han vinculado 100 artesanos y la otra llamada **la tienda**, focalizada más a la venta de todos los inventarios que han quedado tras esta crisis. Se ha comenzado a hacer un trabajo de Marketplace: una compra y venta de productos por Facebook y de igual manera se ha puesto en marcha tres grandes ferias virtuales. El día 17 de junio del 2020 se lanzó la campaña de “Bolívar a tu casa”; es un catálogo de artesanías de Bolívar, con varios aliados comerciales, como **Servientrega Rappi y Amazon**, es un canal de visualización y de venta directa, el 18 de junio del 2020 será presentada a los medios de comunicación.

En el desarrollo integral se ha promovido nuevas capacidades para un nuevo escenario. En este se visualiza al artesano como pieza clave de la solución, una iniciativa llamada voces artesanas, son videos con mensajes conmovedores y ejemplarizantes. Se ha puesto en marcha igualmente talleres virtuales, en estos se le da una gran relevancia al uso de las TIC y su aplicación para la construcción de tiendas Online, pagos y redes sociales.

En muy poco, se va iniciar un proyecto piloto con la Universidad Santa Tomas, se va a capacitar diez artesanos de Ráquira en e- commerce. Se deja en constato que el uso de las TIC antes considerado como un plus (valor agregado) hoy es extremadamente necesario para la exploración de nuevos mercados.

En cuanto al apoyo de procesos propios, el Min Cultura está ofreciendo talleres más personales y en términos de acceso a créditos se ha establecido una alianza con el Banco Agrario de \$5000 millones para la cobertura del sector artesanal. Son créditos accesibles, de acuerdo a las características y dificultades que pueda tener el artesano, además se ofrece un acompañamiento a su actividad.

En la reactivación del sector artesanal, **Artesanías de Colombia** está capacitando en temas de bioseguridad y adecuación de talleres, bajo los nuevos estándares de seguridad. Se está haciendo un trabajo mancomunado con cada laboratorio artesanal del país, para la construcción de un fondo. Por medio de los laboratorios se pueden hacer conexiones y estos pueden servir de puente para poder acceder a muchos de los servicios de **Artesanías de Colombia**.

Se invita de manera mensual a conocer todas las convocatorias de formación, acompañamiento y asesoría, en tres temas fundamentales: diseño de productos, marketing digital y promoción y comercialización. Cada temática es abordada la última semana de cada mes.

JOSÉ RAMÓN SÁNCHEZ Y ANA MARÍA PINILLA. Raquirarte

- **José Ramón, Ana María** *ustedes son jóvenes innovadores y creadores del valor en un sector tan competitivo e informal como el artesano, hoy en día, con la coyuntura de la pandemia, qué han hecho para sostenerse ante la difícil situación económica. Cómo pensar en los clientes, en el cambio de uso de las artesanías. Qué propuestas tienen para que los gobiernos no dejen perder la identidad artesanal*

José Ramón es un artesano de 40 años, cuya experiencia en el sector artesanal, le permite identificar una serie de aspectos relevantes desde sus vivencias y actividades artesanales. Su coherencia en cuanto al sector, resalta la importancia de la artesanía, pero no como producto de primera necesidad. Este panorama mundial, le ha permitido constatar, que el hecho de ser artesano o artesana, no está tan ligado al hecho de ser agricultor y que, en muchas ocasiones, los artesanos no se han podido inclinar a otros sectores por falta de conocimiento en la ciencia y su permanente presencia en el sector artesanal. Factor que los ha bloqueado, ya que, para sobrevivir en una zona rural, el mínimo conocimiento del sector agrícola es necesario y mucho de los artesanos no lo tienen.

Las ayudas no han sido suficientes. La producción que se está desarrollando, en gran parte está siendo fiada, es decir que lo que se produce no alcanza para el mínimo sustento. Las ayudas son un alivio, no una fuente económica estable.

Y el turismo José Ramón, con el turismo de capa caída y sabiendo que es un sector que se demorará en recuperarse, qué hacer para las ventas y los clientes que se canalizaban por este sector ¿qué piensas de esto? (5 min)

Para José Ramón, la calidad del producto debe ser mejorada, es en esto, en lo que hay que hacer énfasis y a lo que hay que dar más relevancia; la idea es que el consumidor tenga un verdadero interés en comprar el producto, que no se pague solo por una vasija, por ejemplo, sino por el proceso y la historia que hay detrás de cada fabricación a mano. Pero para ello hay que capacitarse y adaptarse en términos de bioseguridad.

En ese mismo sentido Ana María, un consejo para las familias artesanas en especial a los jóvenes, sobre cómo ayudar a sus padres con todo lo relacionado a la economía digital, el comercio electrónico y la innovación: es posible o es un sueño romántico? (5 min)

En cuanto a comenzar a incorporar una economía digital y todo lo que concierne al comercio electrónico, el artesano no está capacitado en muchas cosas, en varias ocasiones solamente llega a conocer Whatsapp, por lo que dar relevancia a estos métodos no es tan eficaz y no debe ser la prioridad.

La prioridad debe ser el producto y la calidad de este, desde su fabricación hasta su empaque. Hay muchas cosas que hacer y el añadir otra labor como el uso de redes sociales, no es pertinente para el artesano, este puede pasar muchas horas en estos nuevos canales y dejar a un lado la verdadera fuente económica. Estas plataformas son particularmente mecanismos de entretenimiento. En este momento, le damos la relevancia, porque no hay actividades que ejecutar y se ha concentrado toda la atención en ello y por ende se le ha dado su valor, pero cuando llegue la reactivación, esto podrá ser una gran distracción o quizás no se tendrá el tiempo suficiente para su utilización. Debe haber entidades que se encarguen de coordinar y gestionar estas herramientas, para que el artesano se dedique a su labor.

Al hacer esto y concentrarse en el producto, el artesano va rescatar la tradición del trabajo a mano, que la industria ha eliminado. Es aquí donde está la reinención, en que no se haga un producto normal, hay que ponerle corazón a la fabricación del producto, tener la satisfacción de saber que se está creando algo nuevo y diferente. Hay que evolucionar, pero regresando a las raíces.

Recomendación:

- No hay que dejarse abatir, lo importante es encontrarle el sentido a lo que se está haciendo y enseñarles a los hijos el valor tan grande que tiene esta labor. El sector va a demorar en reactivarse, pero hay que perseverar para que se vea el alma en cada trabajo artesanal.
- El tema tecnológico, no debe ser una obligación, debe hacerse paulatinamente, ya que es mucha información para manejar.

MARCO ANTONIO PABÓN. Artesanato, Cauca

***MARCO, Artesanato** es un ejemplo de promoción y fomento que busca la comercialización justa y el posicionamiento de las artesanías no solo del Cauca; hoy cómo lees la realidad del sector. Qué se debe hacer para no dejar sucumbir el sector, y cómo desde su experiencia ve temas como bioseguridad, mercado y desarrollo del sector.*

Artesanato nace hace un año para rellenar el silencio institucional de la región, cuya filosofía se basa en la pasión, cualidad fundamental que debe mover más que cualquier otra cosa en el sector artesanal.

En lo que concierne a Popayán, por ser referente y sitio con más acojo de acuerdo a todas las actividades religiosas que se llevan a cabo en el país, su impacto por la reciente crisis ha sido enorme y el turismo se ha volcado de tal manera que todas las actividades han sido suspendidas. Se ha tratado de buscar soluciones, como:

- Estar activos en redes sociales.
- Medidas de bioseguridad
- Se ha comenzado a llevar a cabo un proyecto piloto en un taller de tejeduría, en donde se están aplicando todas las medidas de bioseguridad.
- Se han hecho varias capacitaciones.

Se debe comenzar a crear canales que fortalezcan y ayuden al artesano en su legalidad laboral, para ello se debe reforzar la ley del artesano, que está sea más robusta, ya que el artesano no cuenta con un gremio que verdaderamente los represente, no existe una verdadera alianza para la artesanía. Muchos artesanos no tienen conectividad, un tema complejo y que se debe confrontar a través de capacitaciones, acordes a las circunstancias actuales.

Bloque de preguntas

- Debate abierto: Intercambio de preguntas y opiniones con los participantes

¿Cómo se puede beneficiar de las ferias virtuales?

Esto depende de la feria virtual. Ej: En marketplace. Se puede tener acceso a través de los laboratorios, ellos ofrecen toda la información necesaria y son el puente para vincularse con **Artesanía de Colombia** y de igual manera harán conocer el trabajo del artesano.

Actualmente hay 28 ferias, hay que comunicarse con el laboratorio del territorio.

- ¿Dónde se encuentran las cartillas digitales?

Esto depende, hay unas que se encuentran en el Facebook de **Artesanías de Colombia**, Por otro lado, se está haciendo un inventario con todas las cartillas para el interés de los artesanos, en todos los temas. <http://www.facebook.com/ArtesaniasColombiaOficial>

<https://twitter.com/artesaniasdcol>

- ¿Cómo acceder a los créditos?

A través del correo creditos@artesaniasdecolombia.com.co

- ¿Cómo se puede garantizar la venta de las artesanías?

Hay que mirar la página web de Artesanía de Colombia, ya que hay plataformas en donde se tiene los datos directos del artesano y su página web. Se deben hacer llegar las fotos al laboratorio del artesano y del producto para hacerlos parte de esta innovación. Las ventas son supervisadas, además todos los productos se venden con IVA, no es una actividad sin ánimo de lucro, todo lo que se vende es para comprar más productos. Ejemplo: labboyaca@artesantiasdecolombia.com.co

Contacto con Jimena puyo: jpuyo@artesantiasdecolombia.com.co

Información del SENA Boyacá – Capacitaciones en mercadeo mesaartesantias@sena.edu.co,

Para el valle de cauca y el resto del país mcamenc@sena.edu.co

Conclusiones y cierre

1. La Reinención como eje principal, no solo es regresar a lo tradicional, hay que contarle al público lo que significa ser artesano y lo que hay detrás de la artesanía.
2. Hay que estar abiertos a las nuevas perspectivas y miradas que se adapten a la nueva normalidad y condicionarla a nuestros modelos de vida.
3. Se sigue en pie de lucha para desarrollar capacidades en términos de conectividad.
4. Hay que Generar alianzas, ayudarnos los unos con los otros.
5. Estar pendiente de la convocatoria de las BEP.