



DIAGNÓSTICO DEPARTAMENTAL DEL SECTOR ARTESANAL

CUNDINAMARCA

L. Alejandra Amézquita Morales

Daniel Serrano

INTRODUCCIÓN

De 2015 a 2016, Artesanías de Colombia a través de la Subgerencia del Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal y en el marco de la estrategia Ampliación de la Cobertura Geográfica y Poblacional, realizó una investigación sobre el estado del sector en 20 departamentos donde la institución está presente. Dicho estudio comprende una encuesta a hombres y mujeres artesanos que permite realizar una caracterización de las particularidades del trabajo artesanal en cada departamento, reconocer los retos y dificultades a los que se enfrentan y evidenciar necesidades que deben ser resueltas.

A partir de la información colectada con la muestra de artesanos, se realizó el proceso de sistematización, cuyo resultado se presenta en este informe a través de gráficas y datos numéricos. Se investigaron las características sociodemográficas de la población, las características económicas del oficio, los procesos de formación, producción y comercialización. Se identificaron las limitaciones y dificultades que los artesanos manifiestan en estos procesos, limitaciones que se reflejan en ingresos, calidad del trabajo y formas de producción.

Este informe analiza particularidades del sector artesano en Cundinamarca y plantea algunas hipótesis sobre las limitantes, y posibles líneas de investigación a futuro. Este documento se

presenta en cuatro segmentos: (I) Información general, del departamento, (II) Caracterización sociodemográfica del sector, (III) Características productivas y económicas de las actividades artesanales, (IV) Conclusiones sobre las necesidades de la población Cundinamarquesa.

I. INFORMACIÓN GENERAL

El departamento de Cundinamarca está situado en la parte central del país. Cuenta con una superficie de 24.210 km². De acuerdo con estadísticas de 2012 del Instituto Geográfico Agustín Codazzi, el 99.16% del departamento corresponde a zona rural. Políticamente está dividido en 116 municipios, 14 corregimientos y 177 inspecciones de policía. Limita al norte con el departamento de Boyacá; por el este con los departamentos de Boyacá y Meta; por el sur con los departamentos de Meta, Huila y Tolima, y por el oeste con el río Magdalena, que lo separa de los departamentos de Tolima y Caldas. Al sur del departamento se encuentra en una de las partes más altas correspondiente al páramo de Sumapaz, en su parte media se encuentra el altiplano de la Sabana de Bogotá y al norte el valle de Ubaté y Simijaca. Las regiones más cálidas del departamento se encuentran en el valle del río Magdalena y parte de los Llanos Orientales.

La hidrografía del departamento comprende dos grandes cuencas; al oeste, la del río Magdalena, y al este la del río Meta. A estas cuencas confluyen un total de 11 subcuencas. El río Magdalena recibe las aguas de los ríos Bogotá, Negro, Sumapaz, Minero y Ubaté. Por su parte el Meta recibe los ríos Guavio, Negro, Humea, Guatiquía y Mchetá¹.

DESCRIPCIÓN DEMOGRÁFICA

Para el año 2013 y de acuerdo con las proyecciones realizadas por el DANE, la población de Cundinamarca fue de 2'598.245 habitantes, esta cifra convierte al departamento en el tercero a nivel

¹ <http://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/cundinamarca.html#2>.

nacional con un mayor crecimiento de población entre 1985 y 2011, después de Antioquia y Valle del Cauca². El 66.5% de la población es cabecera, el 50.1% de la población corresponde a hombres y el 49.9% a mujeres. Respecto a distribuciones de edad, el recuento realizado en el año 2014 indica que la población de Cundinamarca se caracteriza por tener una alta proporción de jóvenes menores de 20 años (cerca del 18%) y una baja proporción de ancianos mayores de 65 años (7.5%), esto causado por altas tasas de natalidad como de mortalidad.³

Los municipios más poblados del departamento se caracterizan por su cercanía a Bogotá como lo son Soacha (488.995 habitantes), Fusagasugá (129.301 habitantes), Facatativá (127.226 habitantes), Chía (120.719 habitantes), y Zipaquirá (118.267 habitantes); todos estos municipios en su conjunto suman más del 35% de la población de todo Cundinamarca. La proporción de la población que habita la zona urbana o rural es bastante heterogénea entre municipios. En Girardot y Mosquera cerca de la totalidad de la población habitaban la cabecera municipal (96.63% y 95.53%), mientras que en otros municipios como Fúquene y San Antonio del Tequendama menos del 10% de la población viven en la cabecera municipal (4.64% y 7.59%).⁴

Además de los 116 municipios presentes en el departamento, se encuentran tres cabildos Muisca regidos por gobernadores indígenas: Cota, Fonquetá y Cerca de piedra y Sesquilé.⁵

ACTIVIDAD ECONÓMICA

Los municipios que tienen un mayor aporte al PIB de Cundinamarca son Soacha (11,27%), Tocancipá (5,58%), Cota (5,58%), Mosquera (4,49%), y Chía (4,39%). Los once municipios que más aportan producen más del 50% del valor agregado departamental. La principal actividad

² <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/8681/1020763251-3.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

³ <http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/04aecefa-79d0-4a3c-be08-9440023c225a/TACO+estadisticas+cundinamarca+Publicaci%C3%B3n+WEB.compressed.pdf?MOD=AJPERES>

⁴ Ibid

⁵ SINIC, 2016

económica del departamento corresponde al sector agropecuario, seguido por la industria, los servicios y el comercio. Dada la variedad de pisos térmicos hay una gran diversidad agrícola, la cual comprende los cultivos de café, caña, papa, maíz, plátano, arroz, flores, cebada, sorgo, trigo, algodón, hortalizas y frutales. La producción avícola está altamente tecnificada. Los minerales más importantes del departamento son el carbón térmico, arcillas, calizas, dolomitas, sal, mármol, oro, plata y esmeraldas; además, existen yacimientos de cobre y hierro.⁶

CULTURA Y TURISMO

El nombre del departamento deriva del vocablo indígena cundirumarca, que significa “tierra o altura donde habita el cóndor”. Por tratarse de una tierra de ancestros indígenas, la cultura y las tradiciones en Cundinamarca están reflejadas por los nombres de sus municipios, las costumbres, la música andina, las artesanías e incluso en la gastronomía⁷.

La ubicación geográfica del departamento en el centro del país y en la Cordillera Oriental le permite tener toda una variedad de pisos térmicos y ecosistemas que comprenden desde páramos hasta valles cálidos en el Magdalena y parte de los llanos. Cundinamarca es un departamento rico en opciones turísticas, desde ecoturismo, paisaje y parques naturales en Suesca, Neusa y Chingaza, hasta piscina, deportes y aventura en Melgar y la Vega. También se pueden encontrar parques temáticos o de atracciones mecánicas como el Jaime Duque o Panaca Sabana entre Briceño y Zipaquirá⁸.

La madera y las fibras vegetales y animales constituyen la materia prima de las artesanías del departamento. Por sus características, el tejido de mimbre tiene una alta demanda para la fabricación de muebles. El fique es altamente utilizado para la elaboración de artesanías y se ha

⁶ <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/8681/1020763251-3.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

⁷ <https://cdn.colombia.com/docs/turismo/sitios-turisticos/bogota/cundinamarca.pdf>

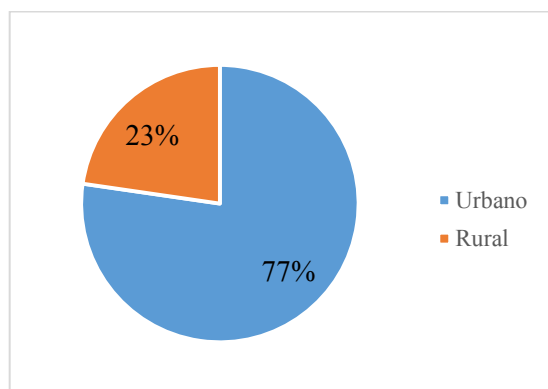
⁸ *ibid*

usado con otros materiales para crear bolsos. La lana virgen es utilizada para la creación de sacos, ponchos, gorros, bufandas, ruanas y cobijas.⁹

II. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DEL SECTOR

De acuerdo con la encuesta realizada, se ha encontrado más del 75% de la muestra residen en la zona urbana del departamento, mientras que un poco menos de la cuarta parte de los encuestados lo hacen en zona rural. Una explicación posible plantea que trabajar en las zonas rurales implicaría gastos adicionales de transporte de los productos, mientras que la fabricación de las artesanías en la cabecera del municipio podría ser una ventaja para su comercialización.

Gráfica 1. Zona de residencia de los artesanos en el departamento.

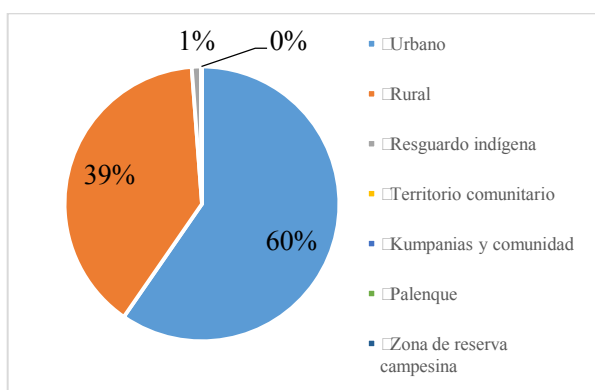


De acuerdo con los resultados de la gráfica 2, más de la mitad de quienes trabajan en el sector artesanal en el departamento hacen parte de la población urbana. Ésta distribución corresponde con los datos demográficos recogidos por el DANE, donde ubican al 66,5% de la población del

⁹ ibid

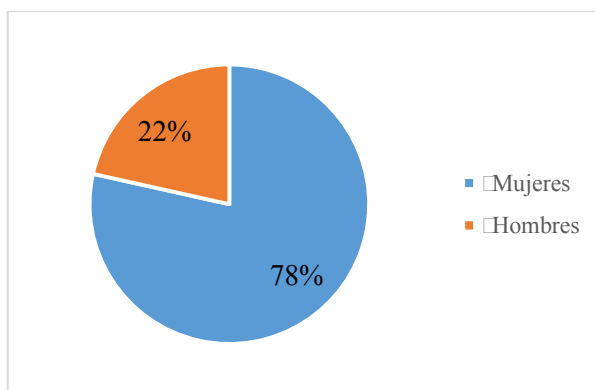
departamento en las cabeceras y al 33,5% en áreas rurales¹⁰. Así mismo se encuentra que una pequeña parte de la muestra habita en resguardos indígenas.

Gráfica 2. Distribución de la población de artesanos en Cundinamarca



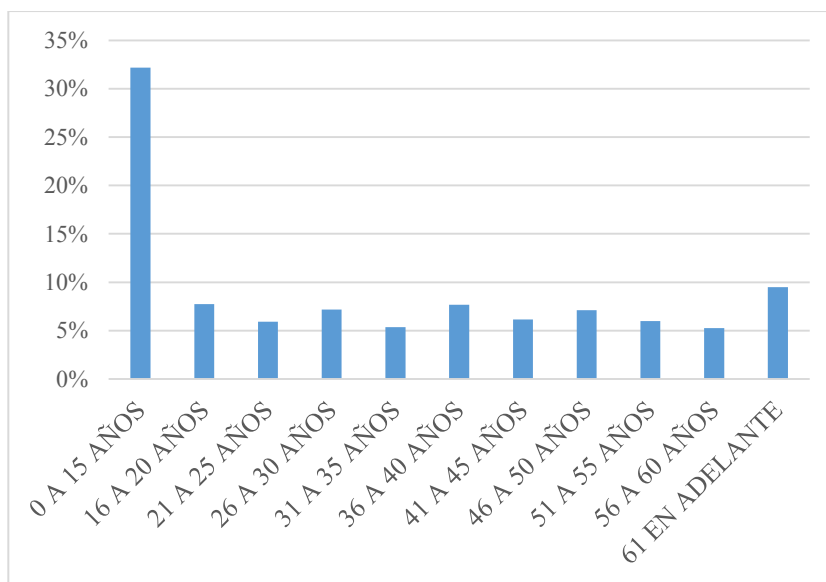
De acuerdo con la gráfica 3, se evidencia que el trabajo de las artesanías recae en su mayoría sobre las mujeres. El número de artesanas supera el 75% de la muestra encuestada. Una de las posibles explicaciones corresponde a la asociación de prácticas artesanales con las labores domésticas, puesto que en la visión sociocultural del departamento, aquellas labores que demandan esfuerzo físico y el trabajo del campo son responsabilidad de los hombres, mientras que las labores domésticas y de crianza son tarea de las mujeres.

Gráfica 3. Distribución de artesanos según sexo.



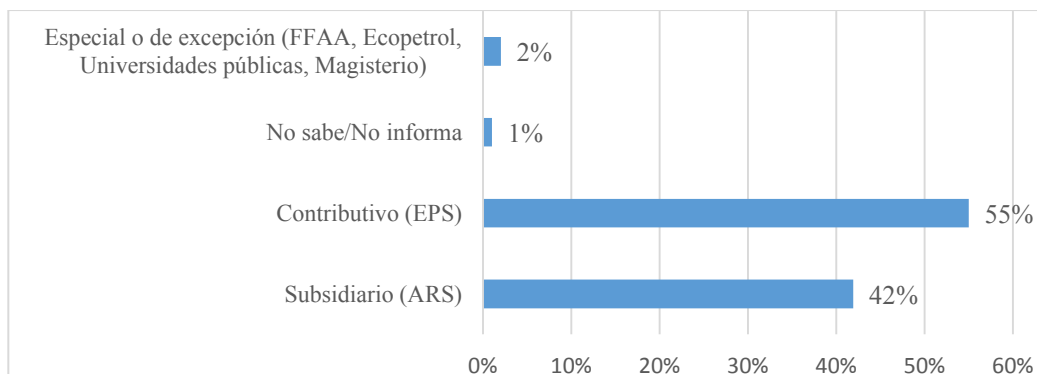
A partir de la información recogida, se identifica que cerca de la tercera parte la población dedicada al oficio artesanal en Cundinamarca está conformada por jóvenes menores de 16 años. Se observa una disminución drástica en la categoría de 16 a 20 años, donde menos del 10% de la población se dedica a las artesanías, esta tendencia se mantiene relativamente constante hasta la población mayor de 61 años. Se puede sugerir que la población joven se encuentra interesada en la tradición artesanal de la región, posiblemente porque en los espacios educativos o familiares se les inculcan estos valores y se promueve el oficio artesanal.

Gráfica 4. Distribución según grupo etario



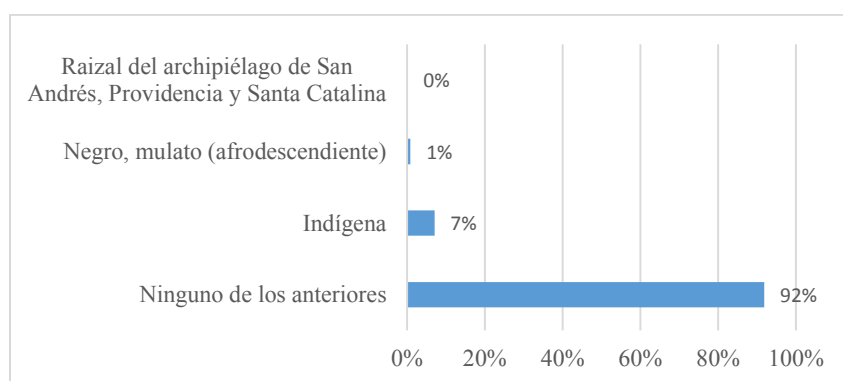
Según los datos recolectados, la mayor parte de la población encuestada está afiliada al régimen contributivo, seguido por el régimen subsidiado. Una pequeña parte de la población está afiliada a un régimen especial.

Gráfica 5. Regímenes de seguridad social en Cundinamarca



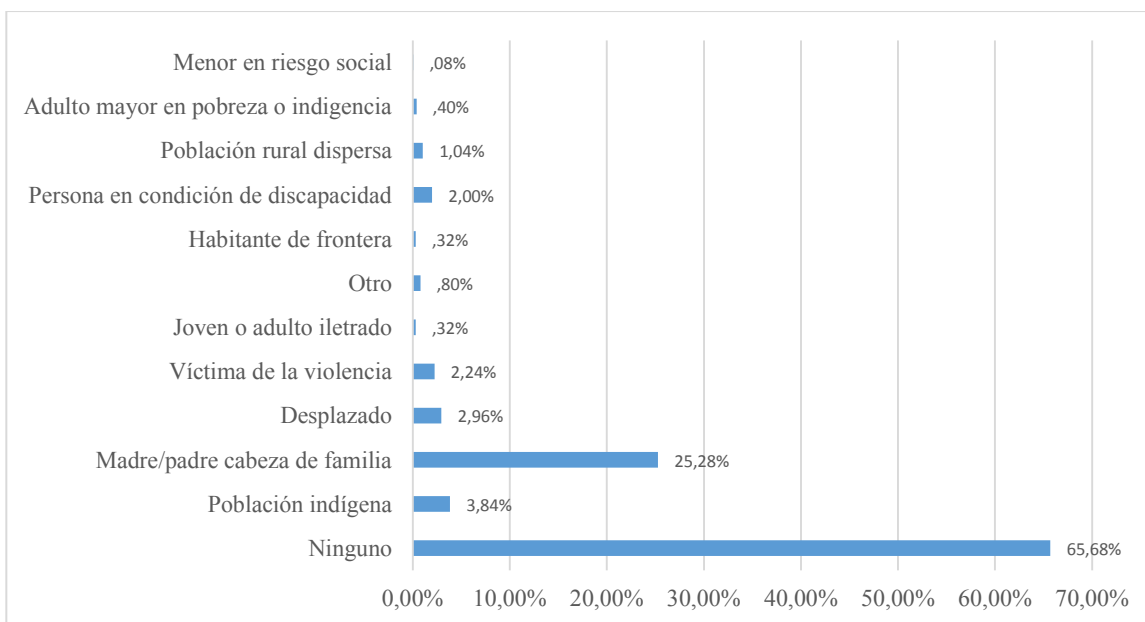
De acuerdo con la gráfica 6, el 7% de la población corresponde a indígenas, el 1% afrodescendientes y el 92% de los encuestados no se identifican como indígenas.

Gráfica 6. Grupos étnicos presentes en el departamento



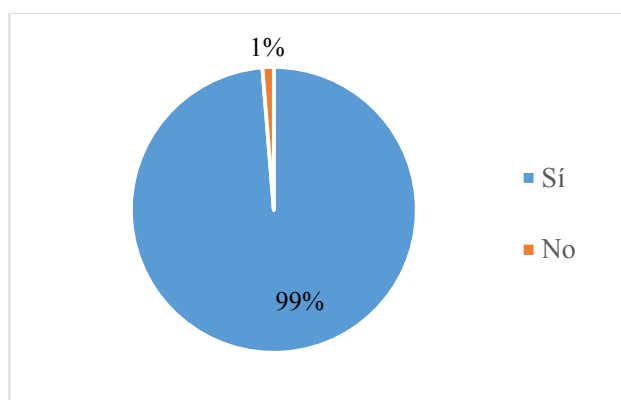
Los resultados de las encuestas demuestran que la mayoría de la población no se considera en estado de vulnerabilidad. La encuesta indagaba si la población se autodetermina vulnerable y, de ser así, cuál era la razón. Una de las razones de vulnerabilidad corresponde a ser padre o madre cabeza de hogar, puesto que esta condición en algunos casos implica dificultades para formarse educativamente lo cual disminuye las posibilidades para acceder a mejores empleos y salarios. La población indígena se declara afectada, lo cual puede ser a causa de la pérdida de sus tradiciones por vivir en un entorno que busca ser industrializado cada vez más. Así mismo, una pequeña parte de la población se considera vulnerable a raíz de la violencia y del desplazamiento.

Gráfica 7. Población vulnerable en Cundinamarca

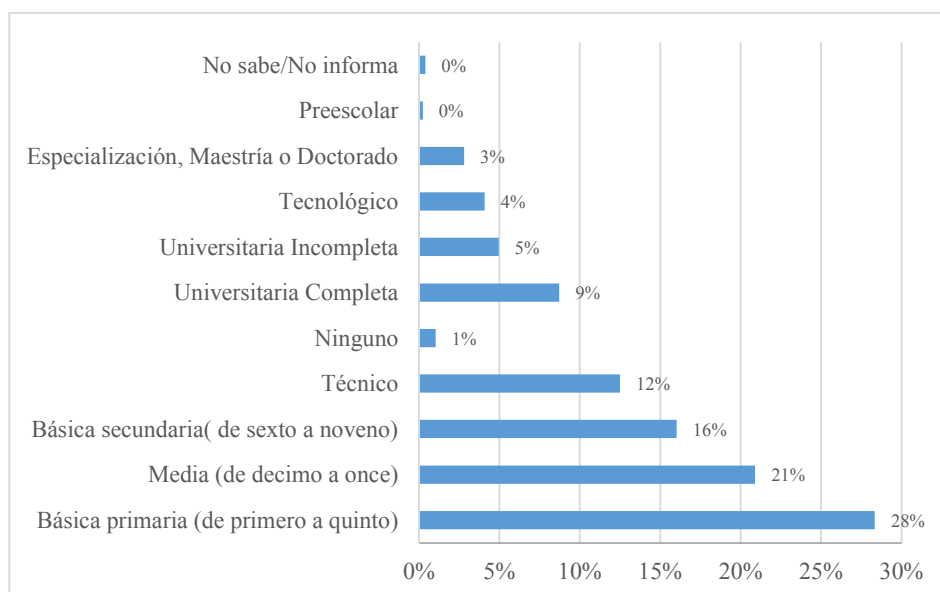


De acuerdo con la gráfica 10, el 44,3% de la población encuestada consta de educación básica, el 13,7% ha podido acceder a la educación superior y el 2,8% han alcanzado los estudios de posgrado. Solamente el 1% de la población no tiene ningún nivel educativo, el cual corresponde con el porcentaje de encuestados que no saben leer en el departamento (Gráfica 8). Generalmente, la escolarización es alta en los cascos urbanos, mientras que en las zonas rurales sucede lo contrario. Se han encontrado relaciones inversamente proporcionales entre la edad de inicio de la vida laboral y la pobreza, con lo cual las personas con más necesidades empiezan a trabajar cuando finalizan la educación básica, mientras que las personas con mayor capacidad económica lo hacen cuando finalizan su carrera profesional. Teniendo en cuenta que algunos de los municipios más importantes de departamento poseen instituciones educativas tanto técnicas como de nivel superior, es posible la formación académica de algunos encuestados sin tener que abandonar el municipio.

Gráfica 8. Leer y escribir en Cundinamarca



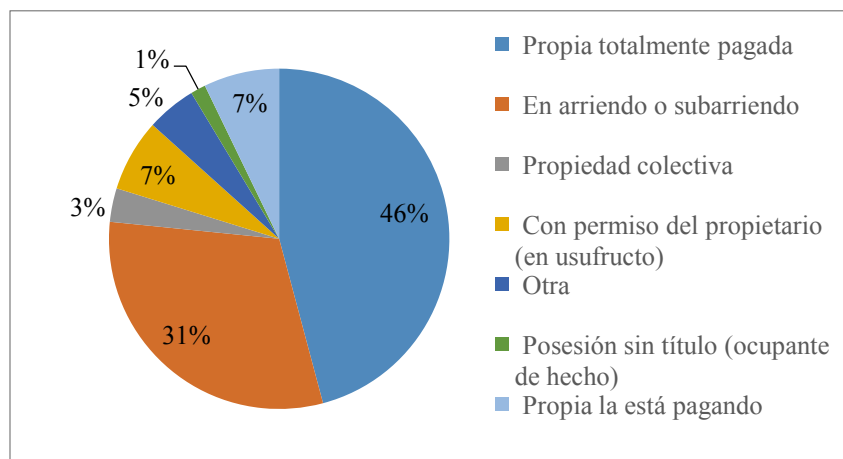
Gráfica 9. Nivel educativo alcanzado



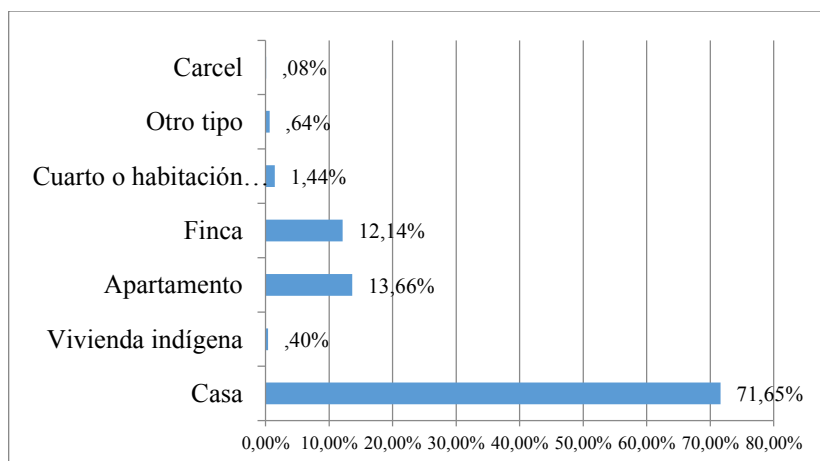
Otro aspecto que se puede caracterizar es la vivienda y las condiciones de habitabilidad. Cerca del 50% de la población artesana posee vivienda propia, ya sea paga o en proceso de pago, cerca del

30% de la población vive en arriendo (Gráfica 10). Así mismo, se observa que el grueso de los artesanos encuestados viven en casa, lo cual está relacionado con que cerca del 35% de la población del departamento de Cundinamarca se encuentra concentrada en pocos municipios. El 13% de la población encuestada vive en apartamento, el 12% vive en fincas y muy pocas personas viven en viviendas indígenas, inquilinatos u otro tipo de viviendas (Gráfica 11). Teniendo en cuenta que sólo el 12% de la población encuestada vive en fincas y que la principal actividad del departamento es el sector agropecuario, podría sugerirse que esta parte de la población podría estar compatibilizando sus actividades artesanas con actividades agropecuarias.

Gráfica 10. Tenencia de vivienda



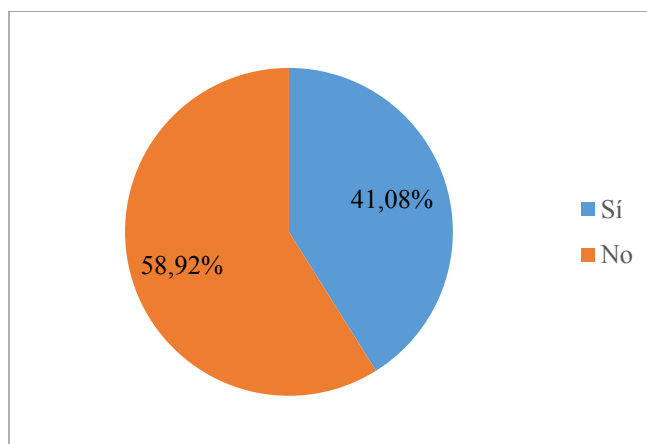
Gráfica 11. Tipo de vivienda habitada por los artesanos encuestados



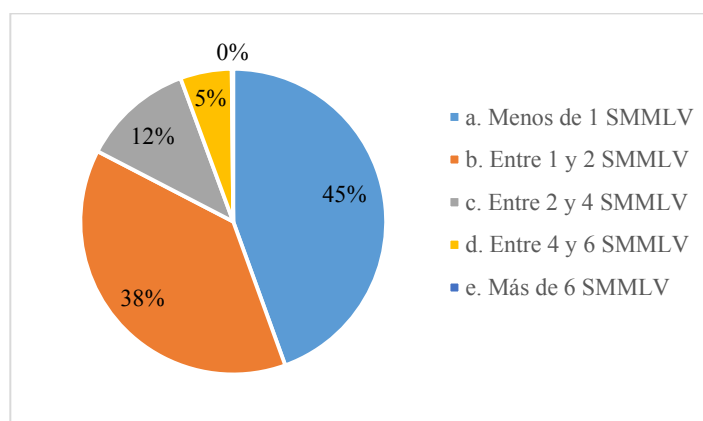
III. CARACTERÍSTICAS PRODUCTIVAS Y ECONÓMICAS DEL SECTOR

De acuerdo con las gráficas 12 y 13, el 41,08% de la población encuestada recibe ingresos de la actividad artesanal. Así mismo, los ingresos mensuales devengados no superan un salario mínimo legal en el 45% de los casos. Según la gráfica 13, solo el 5% de la población encuestada posee ingresos superiores a cuatro salarios mínimos legales, mientras que cerca de la mitad de los encuestados gana menos de un salario mínimo legal y cerca de la tercera parte de la población gana entre uno y dos salarios mínimos legales.

Gráfica 12. ¿La mayor parte de su ingreso es generado por las artesanías?



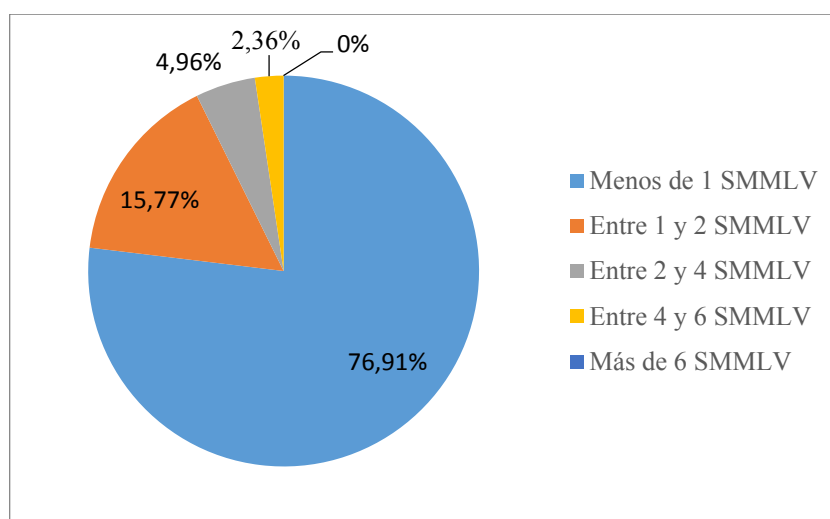
Gráfica 13. Ingreso medio mensual del hogar



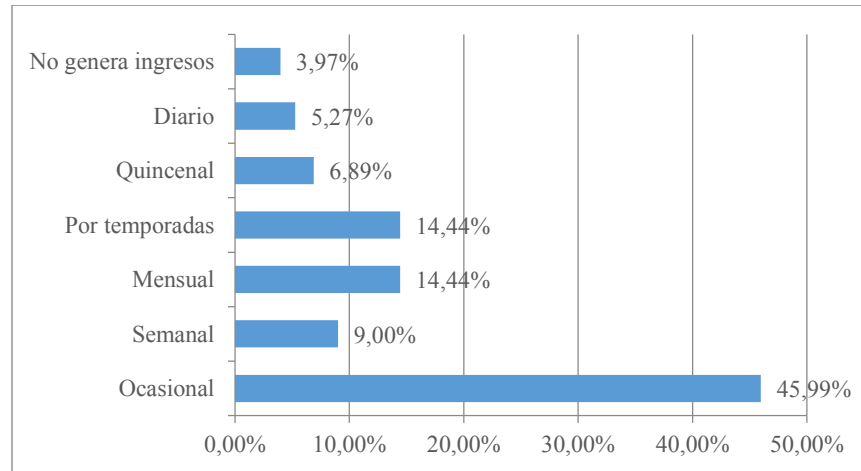
Según la gráfica 14, los ingresos devengados a partir de las artesanías son menores a un salario mínimo en el grueso de la población encuestada (76,91%), sólo un porcentaje bajo (7,32%) posee ingresos superiores a 2 salarios mínimos gracias a esta actividad. Esta situación se agrava al observar que el 45% de los ingresos provenientes de las artesanías no son periódicos, el 5,27% de la población reporta que sus ingresos son diarios, el 9% semanales, el 6,89% consigue ingresos quincenales, el 14,44% adquiere ingresos mensuales y por temporadas (Gráfica 15).

La ausencia de ingresos constantes genera grandes incertidumbres respecto a la resolución de necesidades básicas e inmediatas, con lo cual se dificulta la proyección a largo plazo de los oficios artesanos como una fuente robusta de ingresos.

Gráfica 14. Ingreso promedio mensual del último año generado por las artesanías

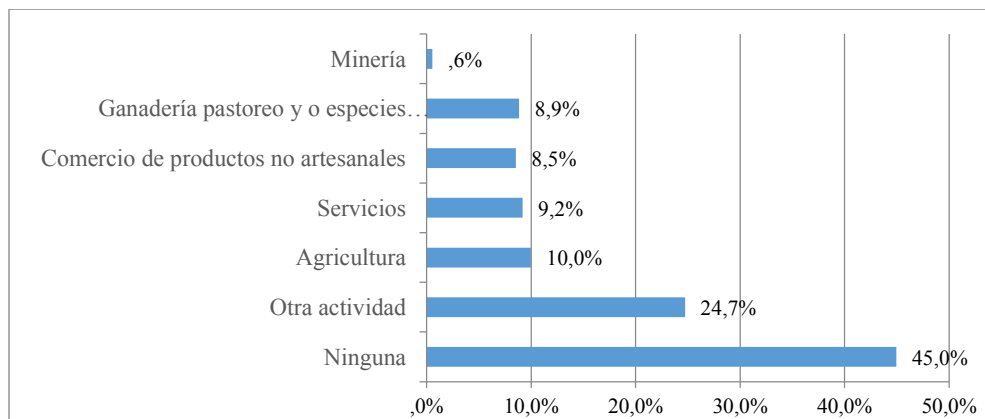


Gráfica 15. Frecuencia de ingresos producto de artesanías.

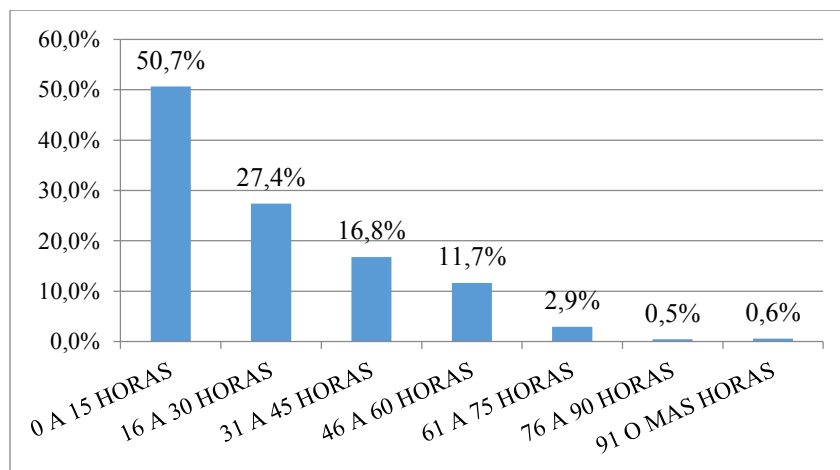


Otra situación bastante preocupante consiste en que los artesanos, a pesar de poseer bajos ingresos de baja periodicidad, no los compensan con actividades económicas alternas. El 45% de los encuestados se dedican exclusivamente a las artesanías, mientras que el 10% trabaja alternamente en agricultura, el 9,2% en servicios, el 8,5% comercializa otros productos, el 8,9% se dedica a la ganadería y el 24% se dedica a otras actividades no especificadas (Gráfica 16). Teniendo en cuenta el contraste entre quienes ganan más de 3 salarios mínimos, no necesitan ningún tipo de actividad económica alterna y poseen ingresos periódicos respecto a quienes devengan menos, valdría la pena estudiar las razones por las cuales el trabajo artesanal es más rentable para algunos que para otros y, en base a ello, desarrollar estrategias que puedan fortalecer la economía de aquellos grupos de menores ingresos.

Gráfica 16. Actividades económicas simultáneas a los oficios artesanos.



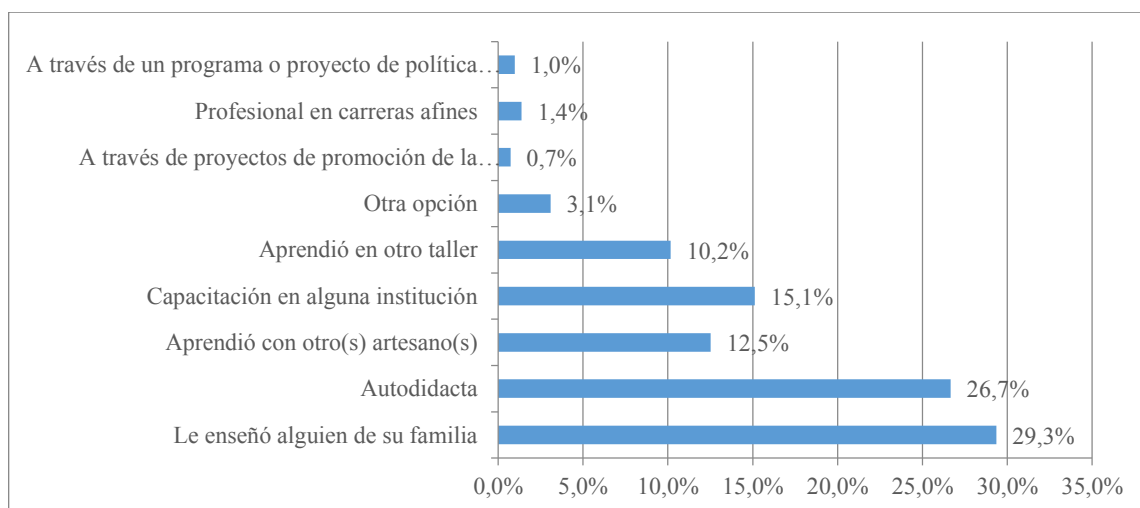
Gráfica 17. Número de horas a la semana dedicadas a la manufactura de artesanías.



De acuerdo con la Gráfica 17, la mitad de los artesanos dedica máximo 15 horas semanales (2.1 horas diarias) en la manufactura de artesanías. El 27,4% dedica entre 16 y 30 horas en la creación de artesanías, el 16,8% trabaja entre 31 y 45 horas. El 15,16% emplea más de 46 horas semanales en la fabricación de artesanías. Es posible que en algunos casos las actividades artesanas sean compatibilizadas con otras actividades que también puedan devengar ingresos, especialmente en aquellos casos en los que se dedican pocas horas de trabaja artesanal en la semana.

Un factor a tenerse en cuenta consiste en la forma de aprendizaje de los oficios, la capacitación y las características que permiten valorar su incidencia en relación con la productividad alcanzada. El 29,3% de los encuestados declara haber aprendido gracias a algún miembro de la familia, lo cual sugiere que los oficios hacen parte de una tradición familiar. El 26,7% de los encuestados indica que aprendieron los oficios de manera autónoma, el 15,1% se capacitó en instituciones, el 12,5% aprendió con otros artesanos y el 10,2% aprendió en otro taller (Gráfica 16). Éstas formas de aprendizaje mencionadas proponen un interés genuino por parte de los artesanos, independiente de las tradiciones familiares. Teniendo en cuenta la gran cantidad de autodidactas que hay en el departamento, valdría la pena ver el tipo de oficios a los que se dedican con el fin de crear jornadas o actividades en las cuales se puedan pulir las técnicas y también puedan aprender nuevos oficios.

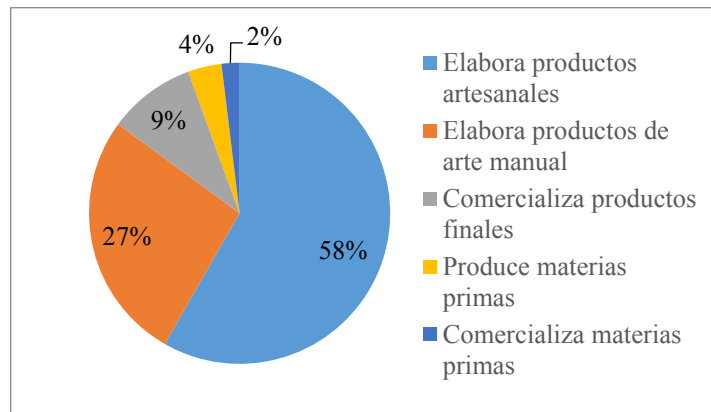
Gráfica 18. Formas de aprendizaje del oficio artesanal.



Según la Gráfica 19, un porcentaje muy bajo de los artesanos trabaja en la manufactura y comercialización de materias primas (4% y 2% respectivamente), mientras que el 85% de los artesanos se encarga de la elaboración de productos tanto manuales (27%) como artesanales (58%). Dado que en este departamento parece no producirse una cantidad significativa de materia prima, es posible que los artesanos deban acudir a otras regiones para acceder a estas materias primas. El 9% de los artesanos se dedica a la comercialización de los productos finales.

Dado que estas actividades no son independientes las unas de las otras (quienes producen también comercializan, por ejemplo), valdría la pena estudiar la posibilidad de formular nuevas formas de producción, comercialización que optimicen los procesos y puedan garantizar mayores ingresos.

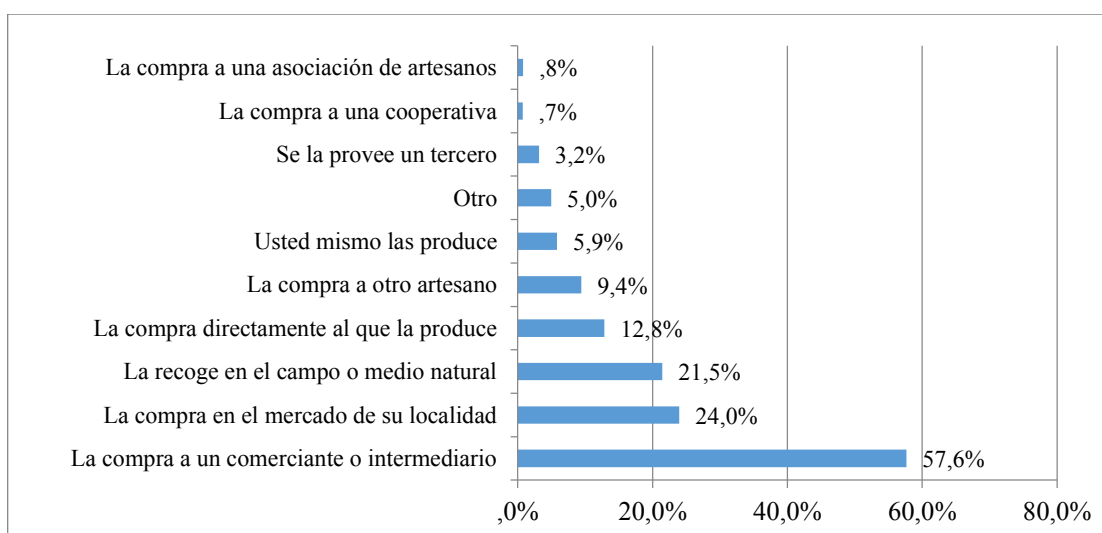
Gráfica 19. Actividad económica de los artesanos



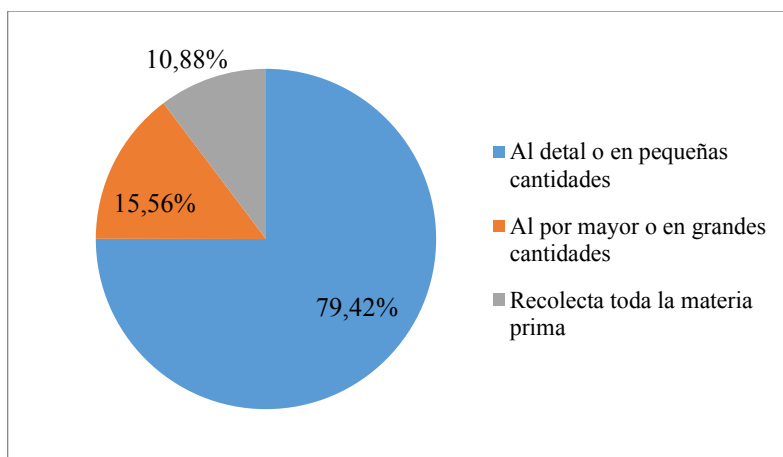
Según la gráfica 20, el 21,5% de los artesanos recoge su materia prima en el medio natural y el 5,9% la produce directamente, Así mismo, se observa que el 72,6% de los artesanos compran la materia prima, ya sea a intermediarios (57,6%), en mercados (24%), a productores (12,8%), a otros artesanos (9,4%). La manufactura o recolección directa de materia prima involucra menos costos en la cadena de producción, mientras que las compras por intermediarios, mercados, etc, implican un costo adicional ya que esos actores devengan un porcentaje de las ganancias.

Por otra parte, la forma de adquisición de materias primas es en mayor parte por pequeñas cantidades o al detal (79,42%), el 15,56% se adquiere al por mayor y el porcentaje restante se fabrica o se recolecta directamente por los artesanos. Dado que los ingresos de los artesanos comprenden uno o dos salarios mínimos legales, es posible que ellos no tengan la capacidad económica de adquirir materia prima al por mayor, siendo ésta más accesible al detal o por medio de recolección directa en el campo.

Gráfica 20. Formas de adquisición de materia prima.

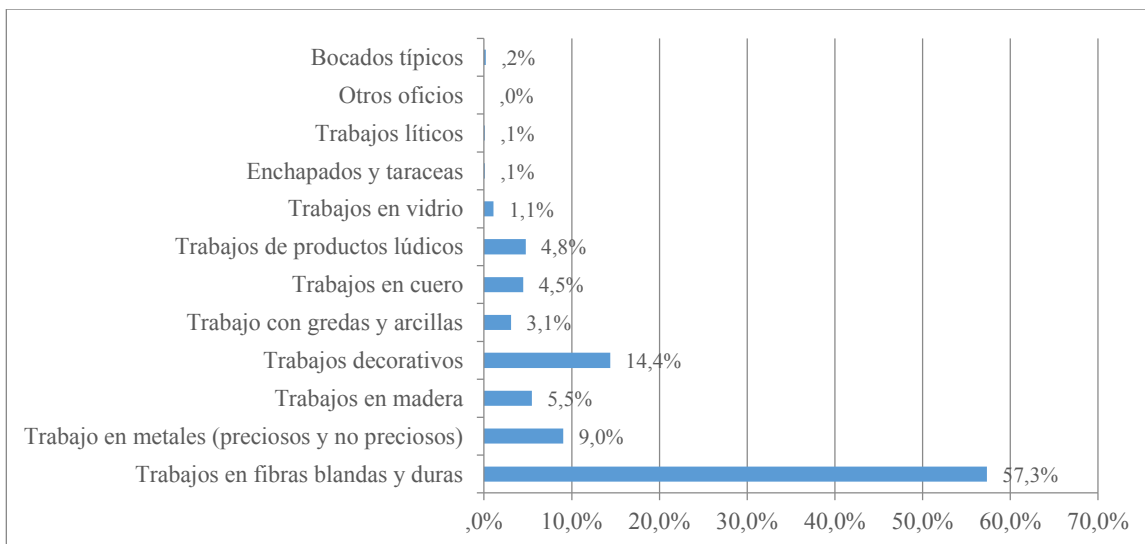


Gráfica 21. Compra de materia prima.



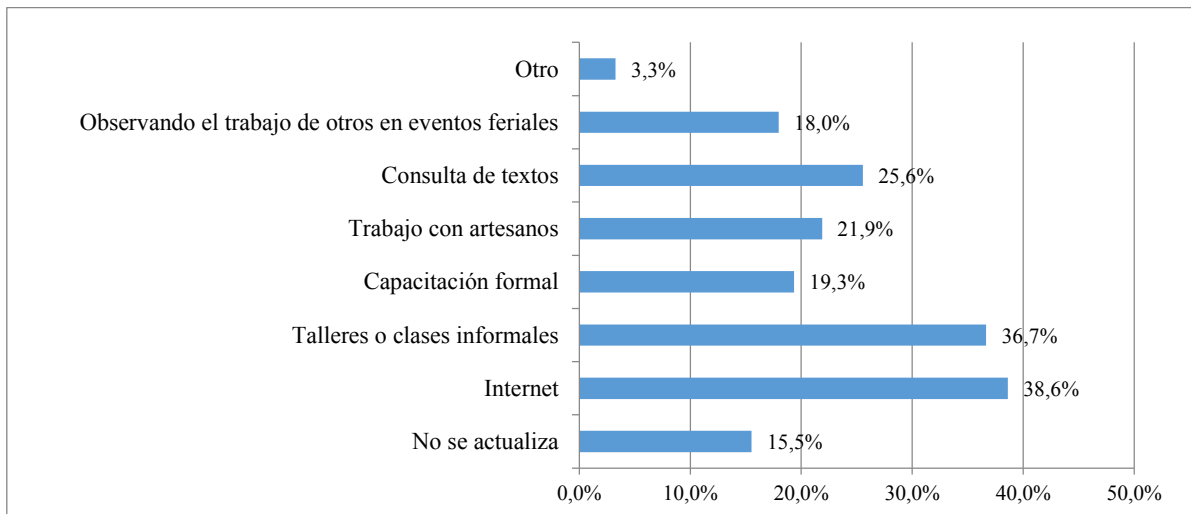
De acuerdo con la grafica 22, se evidencia una gran diversidad de oficios en el departamento de Cundinamarca. Los tres oficios principales corresponden al trabajo en fibras blandas y duras, trabajos decorativos y el trabajo en metales, siendo ejercidas por el 80% de la población consultada. Valdría la pena fomentar y fortalecer otros oficios, ya que al haber una concentración de trabajo unos pocos oficios es posible una competencia entre los artesanos, seguramente con la diversificación de técnicas y oficios se puedan generar nuevos productos que generen mayores ingresos tanto a nivel del sector como a nivel individual.

Gráfica 22. Oficios artesanales.



Las encuestas evidencian que gran parte del aprendizaje es en el entorno familiar, así como de manera autodidacta. La población encuestada manifiesta diferentes métodos de aprendizaje así como de actualización de su conocimiento y técnicas artesanas. El 38,6% de los encuestados señalan aprender en internet, posiblemente porque es un medio accesible a una mayor cantidad de personas y en el cual se puede consultar cualquier oficio de interés. El 36,7% acude a talleres o clases informales, el 25,6% consulta textos, el 21,9% se capacita al trabajar con artesanos, el 19,3% se capacita formalmente y el 18% observa el trabajo de otros artesanos en eventos feriales. Un porcentaje importante de la población (15,5%) no se actualiza de ninguna forma. Se evidencia que un alto porcentaje de artesanos manifiesta su interés en el aprendizaje de oficios, pero que la gran mayoría lo realiza de maneras alternas a la formal.

Gráfica 23. Formas de capacitación y actualización en los oficios artesanos.

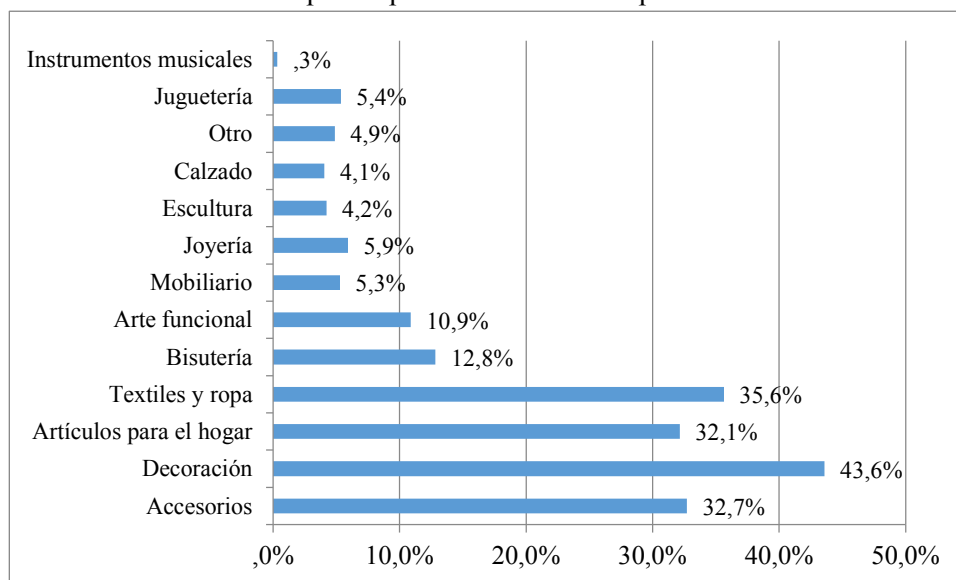


Así como diversidad de técnicas, se encuentra una gran variedad de productos creados por los artesanos. El principal tipo de producto hecho por los artesanos corresponde a los artículos de decoración (43,6%), seguido de los textiles y ropa (35,6%), accesorios (32,7%), artículos para el hogar (32,1%), bisutería (12,8%), arte funcional (10,9%), joyería (5,9%) y otros. Teniendo en cuenta los resultados reportados en la Gráfica 22, gran parte de los artesanos trabaja las fibras, lo cual corresponde a que dentro de los principales productos manufacturados sean los de textiles y ropa. A pesar de que según esa misma gráfica, el 14% de los artesanos sabe de oficios decorativos, la mayoría de artículos creados por los artesanos son de decoración.

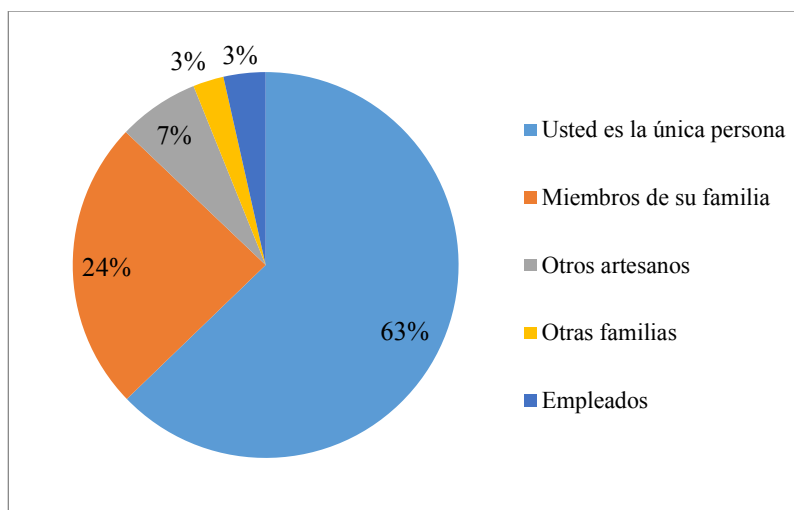
Finalmente, se puede decir que la actividad artesana no logra generar empleos a grupos grandes o a personas más allá de la familia. El 63% de los artesanos ejercen sus labores de forma individual, el

24% vinculan a los miembros de su familia y el 13% logra vincular a personas ajenas a su círculo familiar.

Gráfica 24. Tipos de productos realizados por los artesanos.



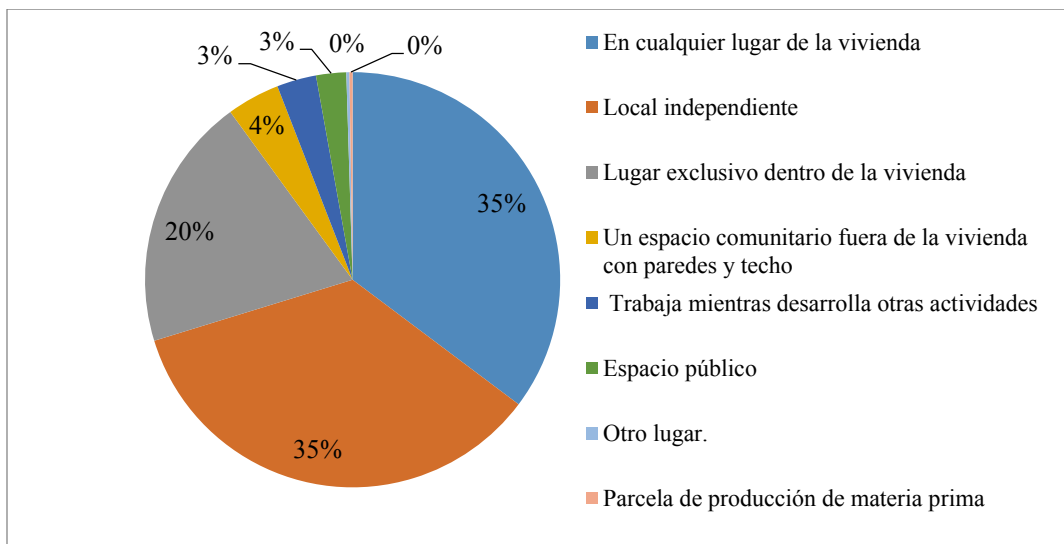
Gráfica 25. Personas vinculadas a la labor artesanal.



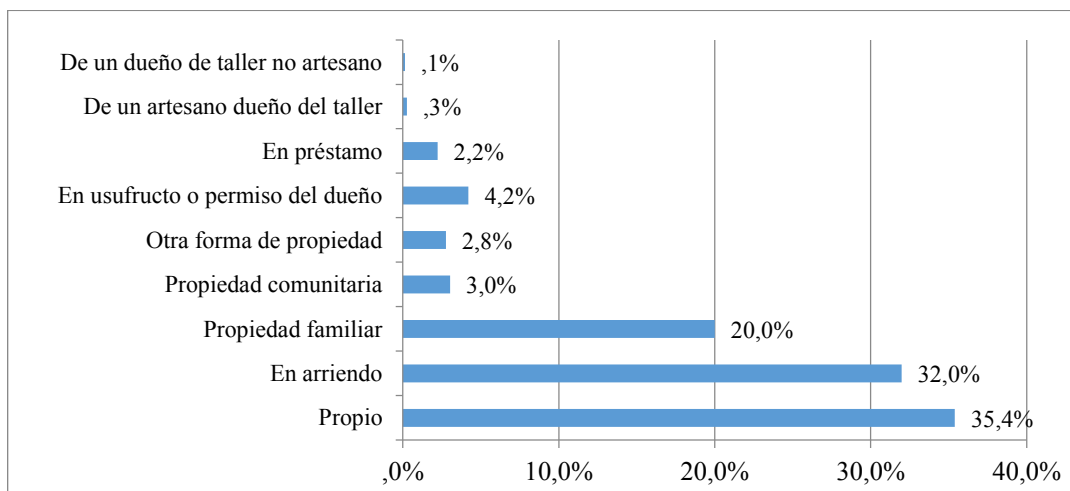
Condiciones de trabajo para el sector artesanal

Respecto a las condiciones de trabajo, se logró determinar que los artesanos realizan su trabajo en cualquier parte de la vivienda o en locales independientes en igual proporción (35%). El 20% de los encuestados posee un lugar exclusivo de su vivienda el cual usan a manera de ‘taller’; el 6% reporta que emplea lugares comunitarios o el espacio público como espacio de trabajo. Según la gráfica 27, más de la tercera parte de los artesanos son propietarios de su sitio de trabajo y la quinta parte ocupan un lugar que es propiedad familiar, lo cual coincide con la gráfica 26. Cerca de la tercera parte de los encuestados (32%) son arrendatarios, lo cual se debe tener en cuenta en el momento de evaluar aspectos como ingresos y gastos relacionados con la realización de productos.

Gráfica 26. Lugar donde se realiza la actividad artesanal.



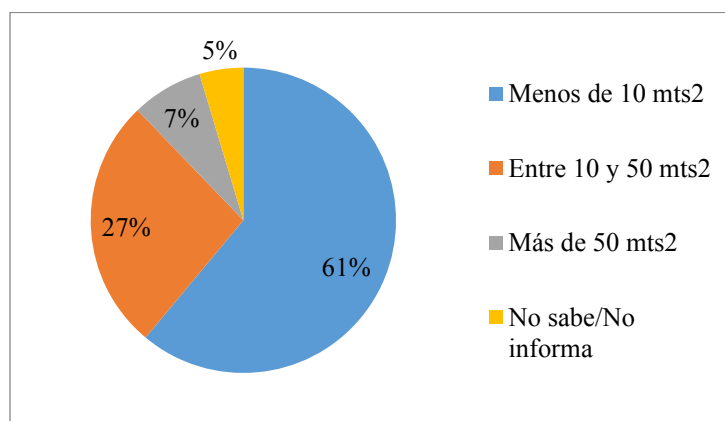
Gráfica 27. Propiedad y lugar de trabajo.



Según la gráfica 28, el 61% de los artesanos y artesanas trabaja en un área no mayor a 10m², el 27% lo hace en un espacio entre 10 y 50m², y finalmente el 7% trabaja en un área de más de 50m². Es posible que la mayoría de espacios de trabajo sean pequeños dada la limitada capacidad económica de parte de los artesanos, lo cual el pago de un local grande; así mismo, es una vivienda

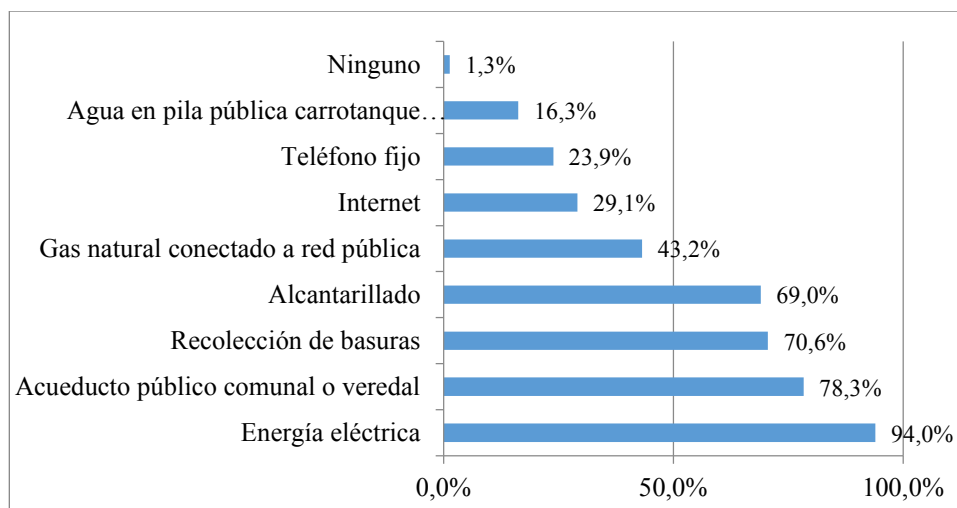
familiar se puede dificultar destinar un espacio de trabajo amplio. Se esperaría que aquellos espacios con un área superior a los 10m² correspondiesen a un local independiente.

Gráfica 28. Área del lugar de trabajo



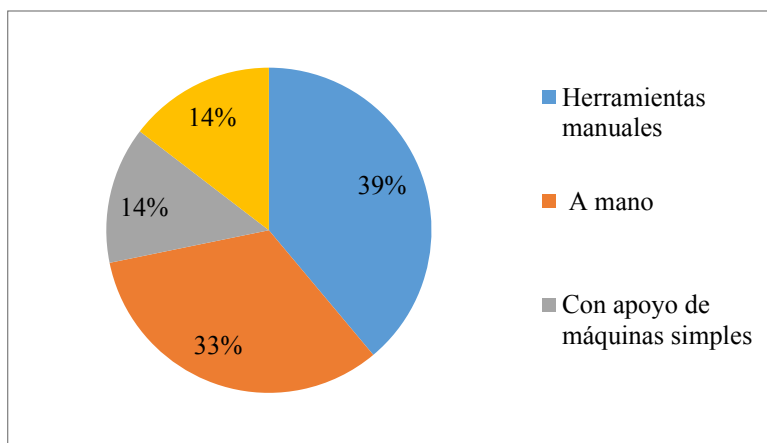
De acuerdo con la gráfica 29, la cobertura de servicios es casi total en energía eléctrica (94%), así como la distribución de agua potable ya sea por acueducto (78,3%) o carrotanques (16,3%). Los servicios con menos cobertura corresponden a la telefonía fija (23,9%) y al internet (29,1%), lo cual sería entendible en zonas que se encuentren alejadas del casco urbano de los municipios.

Gráfica 29. Oferta de servicios públicos en los lugares de trabajo.



Respecto a los procesos de producción, la información únicamente permite determinar los recursos que aplican los artesanos en la elaboración de sus productos. Los procesos de producción siguen siendo en gran parte manuales, siendo este trabajo en su mayoría apoyado por herramientas simples. El 14% de la población usa maquinarias simples y el 14% restante emplea maquinaria con motor. Podría esperarse que aquellos artesanos que se encuentren en capacidad de adquirir un local independiente y amplio puedan invertir a su vez en maquinaria, ya sea simple o con motor.

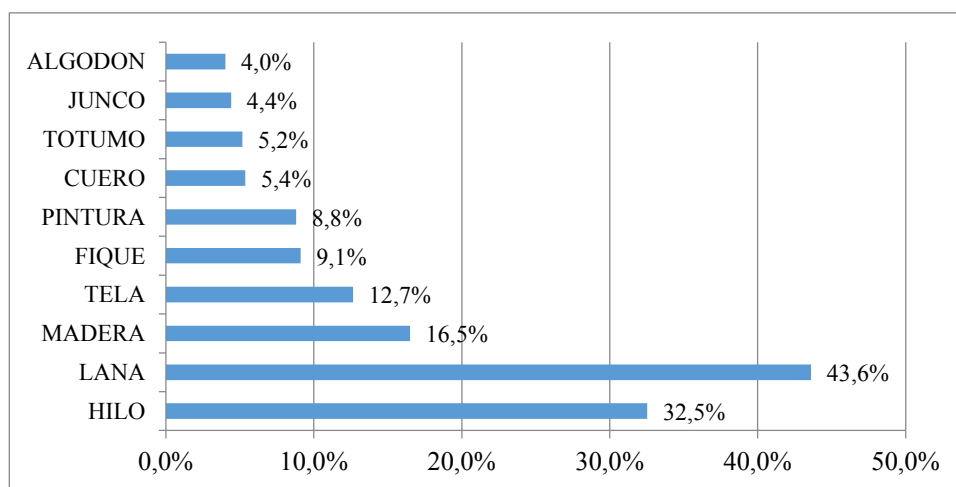
Gráfica 30. Formas y medios de producción



Se encuentra que las principales materias primas utilizadas son la lana, los hilos, la madera y la tela, siendo algunos de estos empleados en la elaboración de los artículos más fabricados por los artesanos: textiles y ropa. Así mismo se utilizan otros materiales naturales como el algodón, las semillas, el totumo, el cuero y el fique, los cuales en general se utilizan para artículos de decoración.

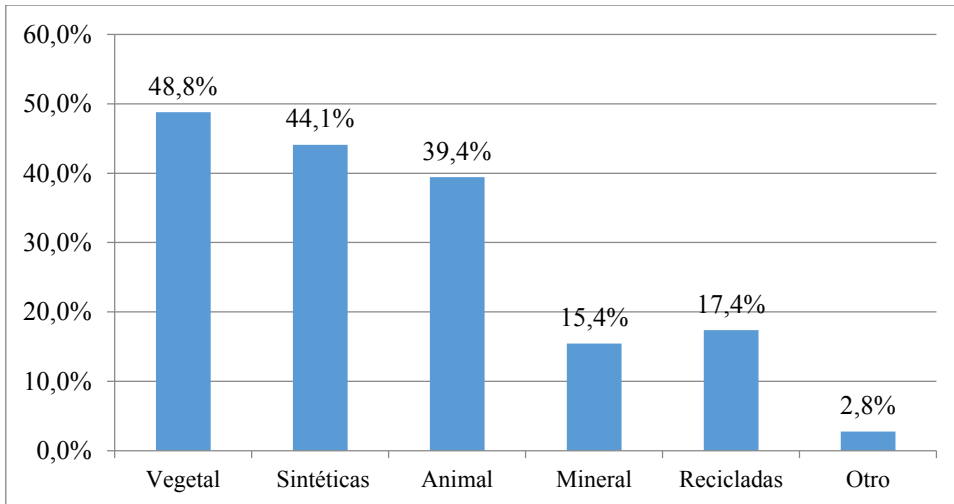
Según la gráfica 32, cerca de la mitad de las materias primas son de origen vegetal (algodón, totumo, fique, semillas, guadua, mimbre, entre otras), el 44% son sintéticas (nylon, plástico, resinas), el 15,4% son minerales (pedrería), y el 17,4% son recicladas (botellas). Puede que se emplee una mayor cantidad de materia prima de origen vegetal dado que algunos elementos pueden ser colectados en la naturaleza, lo cual implica menores costos de adquisición, caso similar con los materiales reciclados.

Gráfica 31. Principales materias primas usadas en la producción



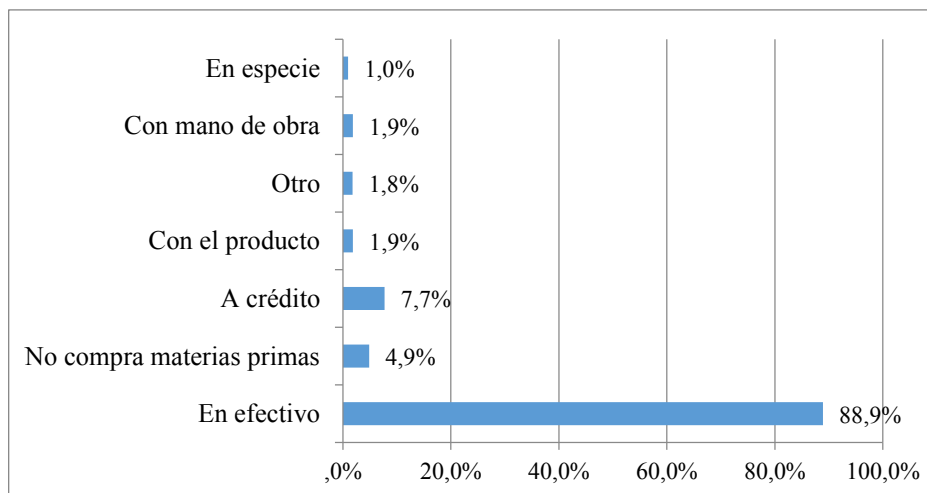
* Sólo se ingresaron en la gráfica las 10 materias primas que más se utilizan en la manufactura de artesanías.

Gráfica 32. Origen de las materias primas



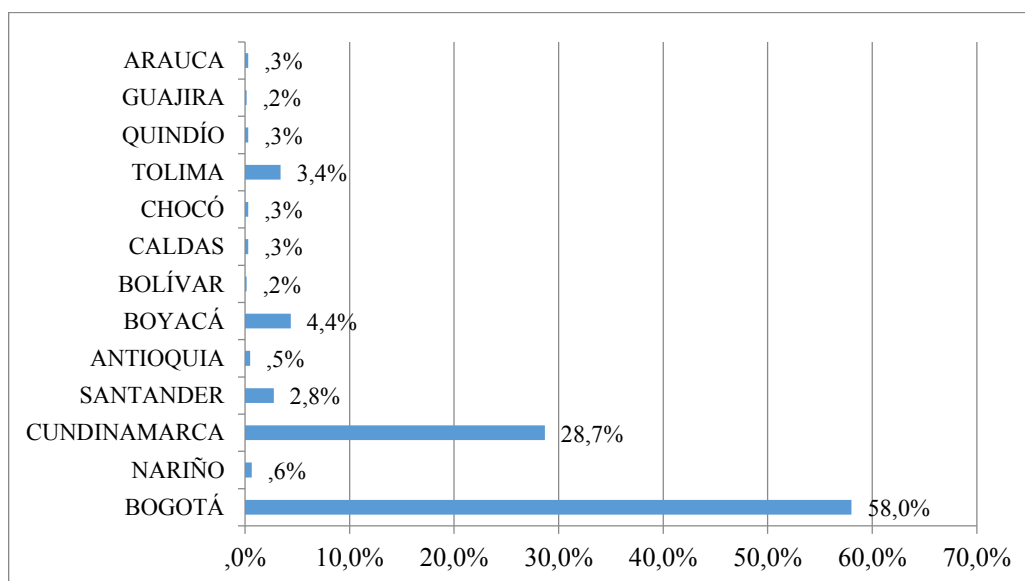
De acuerdo con la gráfica 33, la principal forma de pago de materias primas es con dinero en efectivo, mientras que el 7,7% de los artesanos solicitan créditos. El 5% de los artesanos no compra materias primas sino que, como se menciona anteriormente, colectan sus insumos de trabajo en el campo. Un porcentaje muy bajo paga con mano de obra, en especie o con el producto final.

Gráfica 33. Formas de pago de materias primas.



La gráfica 34 indica que la gran mayoría de los artesanos adquiere la materia prima dentro del departamento o en zonas aledañas como Bogotá (58%), Boyacá (4,4%) y Tolima (3,4%). Esto está relacionado con los precios del transporte de materias primas, puesto que si estas se adquieren en regiones más alejadas, los costos de transporte serían alejados. Es posible que en zonas más lejanas se adquieran productos específicos que no pueden conseguirse en las cercanías a la zona de residencia de los artesanos.

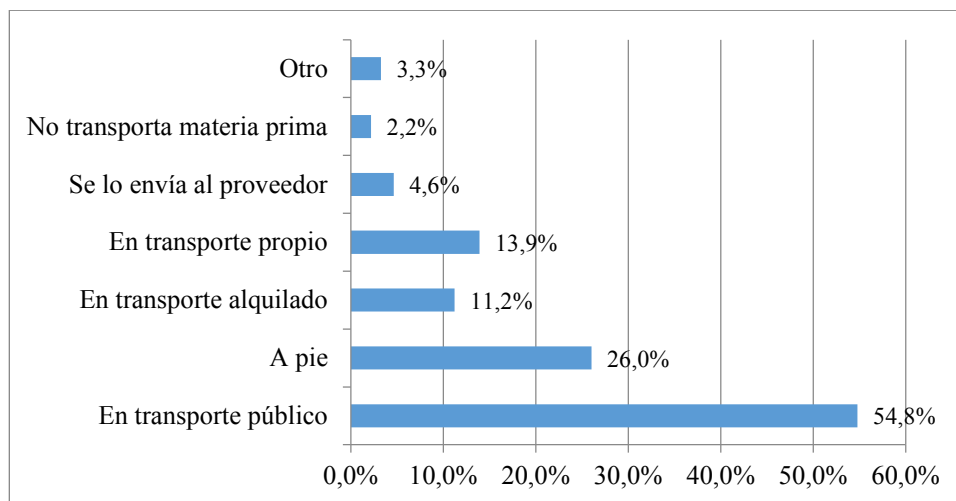
Gráfica 34. Departamentos donde se adquiere la materia prima.



De acuerdo con la gráfica 35, se observa que más de la mitad de los artesanos encuestados transportan la materia prima adquirida en transporte público, mientras que cerca de la cuarta parte lo hace a pie. Esto es coherente con las gráficas en las cuales se habla de los ingresos mensuales de los artesanos, como la mayoría gana menos de dos salarios mínimos, carecen del poder adquisitivo para tener un vehículo propio, por lo cual acudirían al transporte público. Teniendo en cuenta que los

materiales se compran en el mismo departamento o en las áreas aledañas, es posible que los artesanos no vean necesario el uso de algún medio para transportar su materia prima, sino que van a pie directamente. El 13% de la población posee algún vehículo propio y el 11,2% alquila un medio de transporte para movilizar la materia prima y, finalmente el 2,2% de los artesanos no necesita transportar la materia prima.

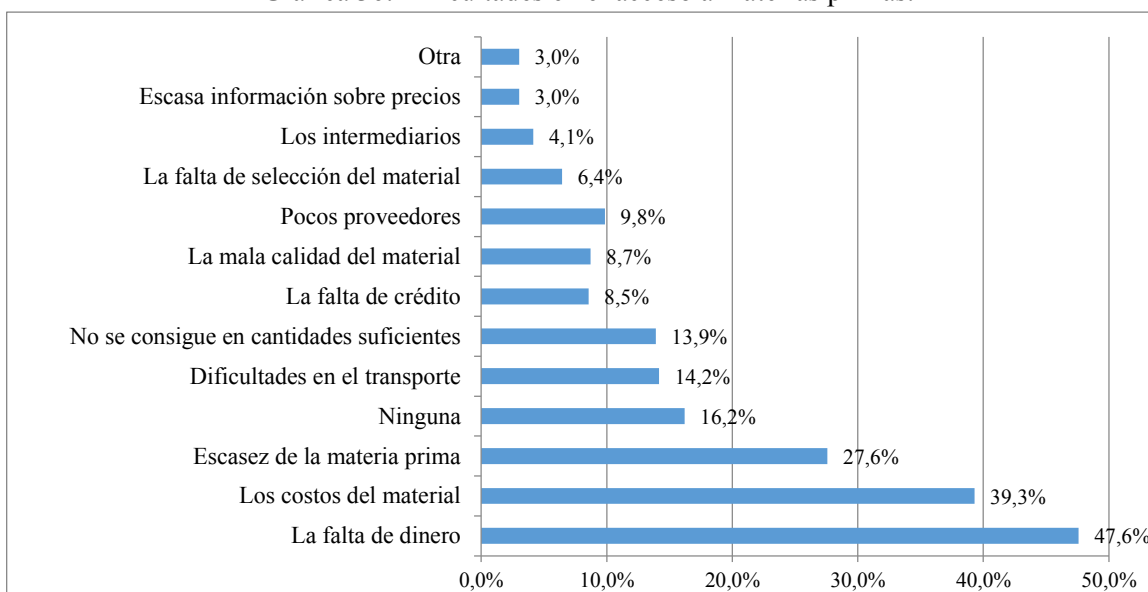
Gráfica 35. Formas de transporte de materia prima.



Según la encuesta realizada, las principales dificultades que tienen los artesanos a la hora de adquirir materiales son la falta de dinero, los, la disponibilidad y cantidad de los mismos, ausencia proveedores y dificultades en el transporte. Algunos de estos problemas radican en la reducida capacidad económica de los artesanos. Otra dificultad consiste en la mala calidad del material, lo

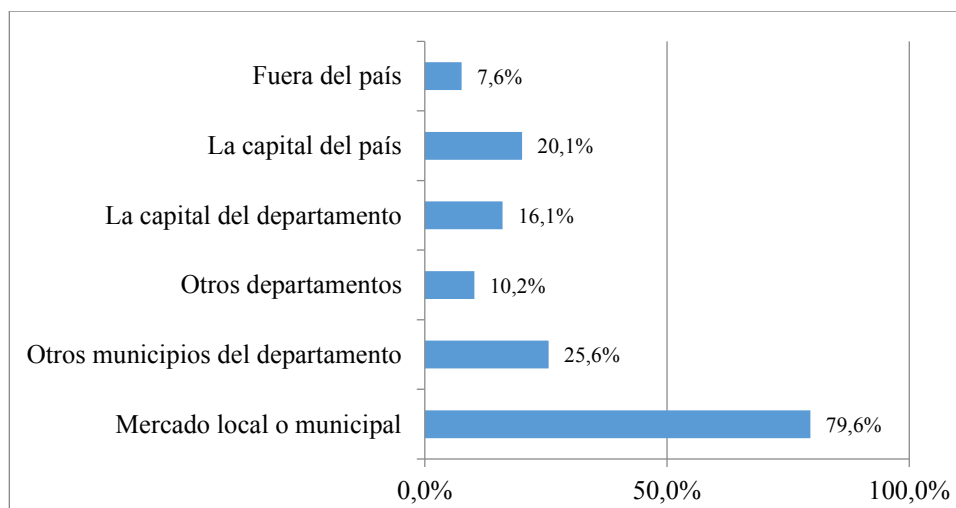
que denota un quiebre entre el productor de materias primas y el artesano, esto, al igual que lo mencionado anteriormente, puede ser causado por las dificultades económicas de los artesanos puesto que adquirirían materiales de baja calidad a un precio más accesible. De acuerdo con estos resultados es necesario promover mejoras en el acceso a materias primas por diferentes medios (microcréditos, medios de transporte) y generar acciones que permitan mejorar y controlar los precios y la calidad de los materiales.

Gráfica 36. Dificultades en el acceso a materias primas.



Como se esperaba, los artesanos destinan sus productos a mercados a diferentes escalas. El 79,6% de los artesanos dirigen sus productos a mercados locales y/o municipales, el 25% se destina a otros municipios del departamento, posiblemente aquellos que brindan altas contribuciones económicas al departamento, el 20% envían parte de sus artesanías a Bogotá, el 16% de las artesanías termina también en la capital del departamento. El 7,6% de los artesanos destinan sus productos al exterior.

Gráfica 37. Destinos de venta de productos

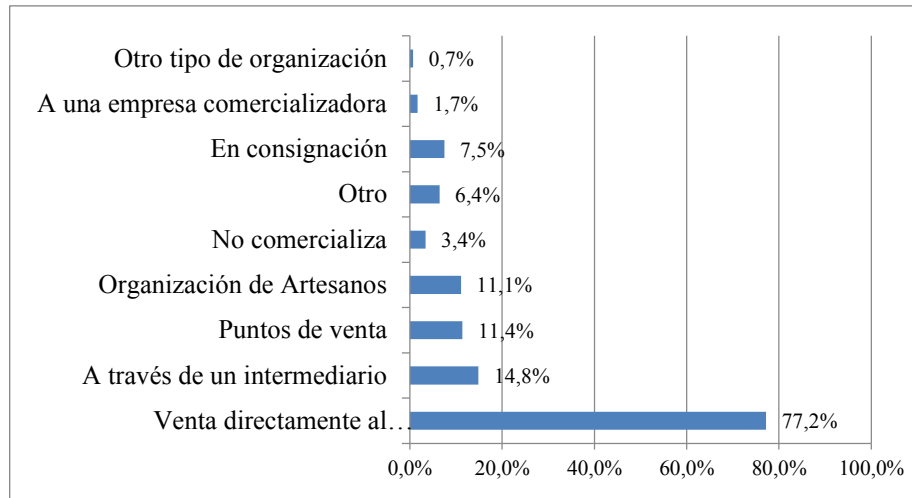


Respecto a la comercialización de los productos, los artesanos de Cundinamarca usan diferentes medios al tiempo, aunque predomina la venta directa en más de tres cuartas partes de los encuestados (Gráfica 38). La venta a través de intermediarios, puntos de venta en mercados locales se hace en proporciones parecidas. Las organizaciones de artesanos empiezan a tener un rol en la comercialización de artesanías al ser un medio al cual acuden el 11,1% de los productores.

Dada su cercanía a Bogotá, éste es un destino de venta importante, así como a los municipios que más le contribuyen económicamente al departamento.

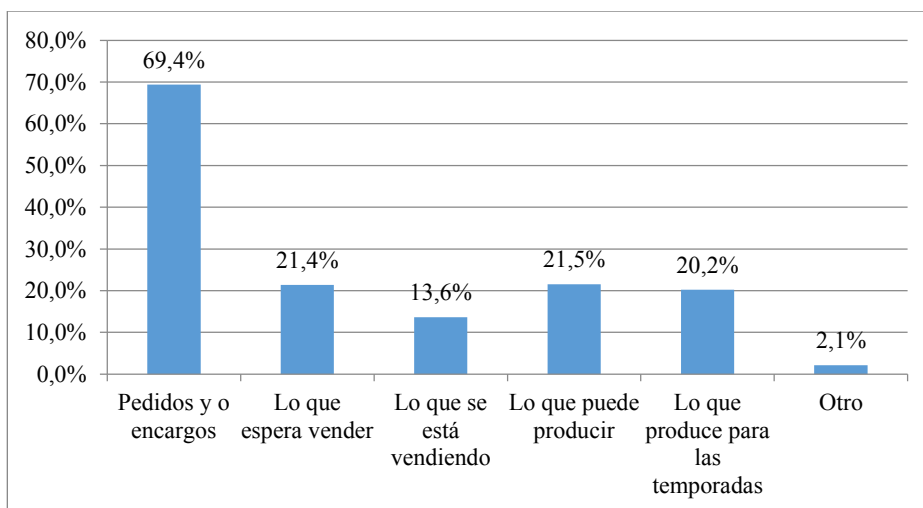
Sería relevante estudiar la posibilidad de promover el fortalecimiento de los procesos de comercialización con el objetivo de ampliar el destino de los productos y llevarlos a mercados nacionales e internacionales.

Gráfica 38. Medios habituales de venta.



Según la encuesta realizada, el principal determinante de la cantidad de productos que elaboran los artesanos depende de los pedidos o encargos realizados por los clientes (69,4%). Otros factores que influyen en la disponibilidad de productos son la capacidad de producción del artesano, la cantidad de productos que se están vendiendo en el mercado y lo que el productor esperaría vender (Gráfica 39). Es necesario que los artesanos tengan un control histórico de las ventas (cantidad, tipos de artesanías más demandadas) para que en base a ello puedan elaborar la cantidad necesaria de productos, esto con el fin de no quedarse cortos o excederse en el número de artesanías elaboradas y que esto implique uso excesivo de materias primas y, por ende, gastos innecesarios.

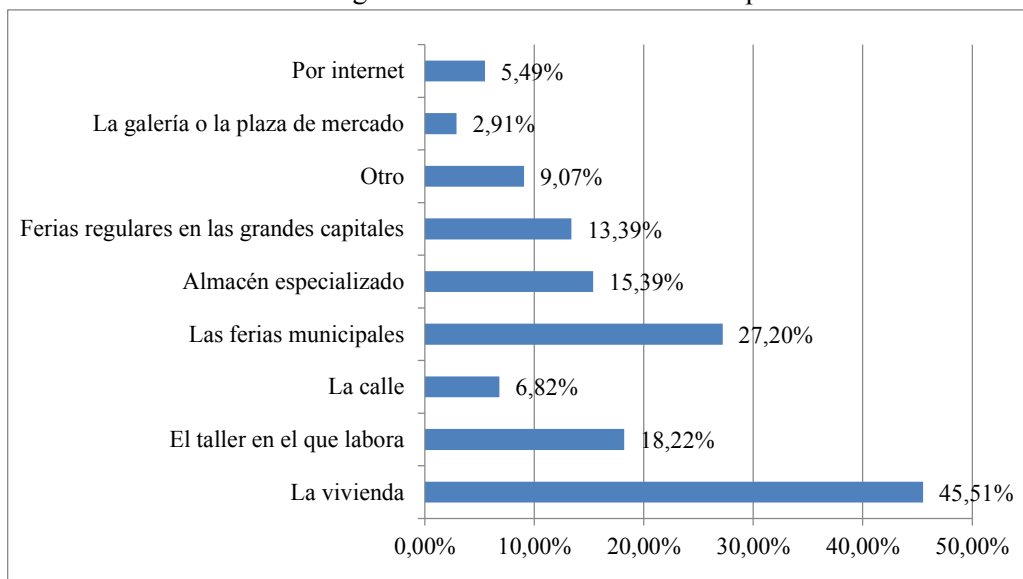
Gráfica 39. Motivos que determinan la cantidad de productos elaborados



De acuerdo con la gráfica 40, el principal espacio destinado para la comercialización de productos es la vivienda, seguido por las ferias municipales, los talleres de manufactura, almacenes especializados, ferias en grandes ciudades, la calle, internet y por último la plaza de mercado. Estas tendencias son esperadas, puesto que gran parte de las artesanías se venden en el mismo departamento y de forma directa, lo cual sugiere que una parte importante de los artesanos están realizando todo el proceso productivo y de comercio en sus viviendas.

Las ferias municipales y en grandes ciudades son una oportunidad vital para establecer alianzas de trabajo que posteriormente podrían ampliar el alcance de comercialización de los productos incluso a nivel internacional, con lo cual valdría la pena promover más ferias artesanales en diferentes puntos del país.

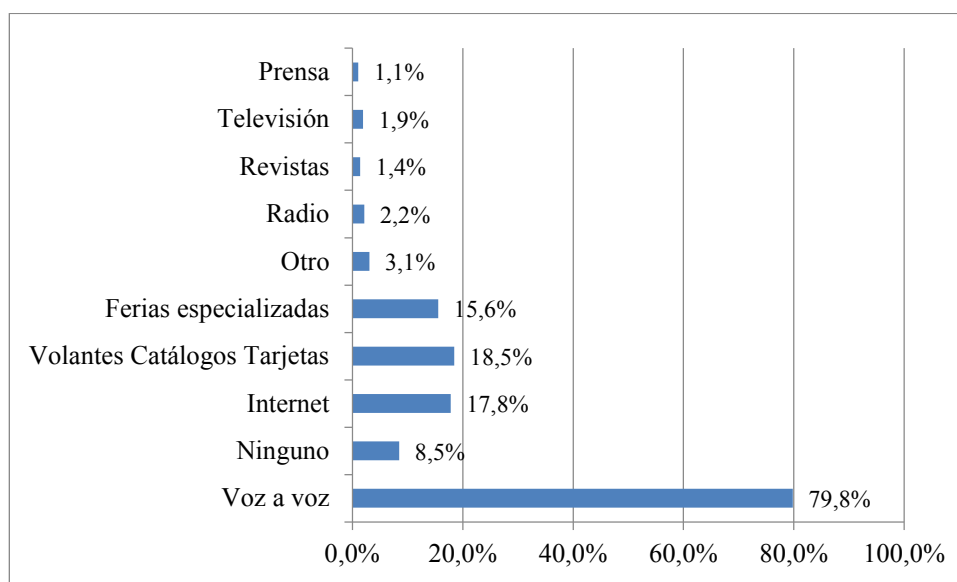
Gráfica 40. Lugares donde se comercializan los productos.



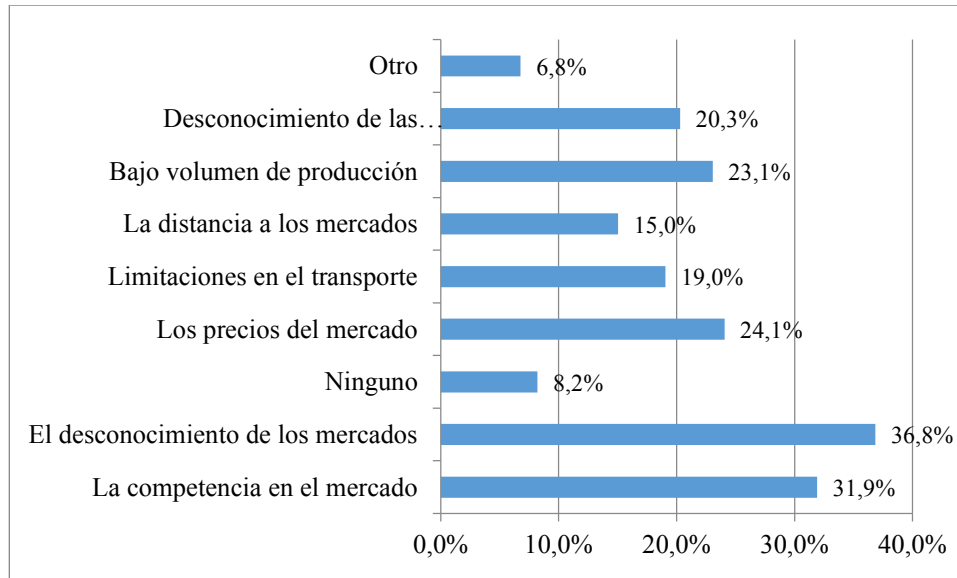
Según las encuestas, el principal medio de divulgación y promoción de las artesanías es mediante voz a voz, lo cual concuerda con las rutas de comercio del departamento, que son a una escala local; también se emplean en menor proporción volantes, tarjetas, internet, ferias y otros medios (Gráfica 41). Es importante tener en cuenta que actualmente una gran parte de la población posee teléfono inteligente, con lo que podría potenciarse el uso del internet y las redes sociales con el objetivo de promocionar los productos y darlos a conocer tanto nacional como internacional.

Respecto a las dificultades que encuentran los artesanos en la comercialización de sus productos, la principal problemática radica en el desconocimiento de los mercados, lo cual lleva a consecuencias como baja competitividad respecto a otros productores, precios muy bajos a raíz de dicha competencia, y el desconocimiento de las preferencias de los consumidores (Gráfica 42). Dado que la contratación se limita a una sola persona, el volumen de producción es limitado, por otra parte la distancia y el transporte a los mercados implican un esfuerzo económico importante para parte de los artesanos.

Gráfica 41. Medios para dar a conocer los productos.

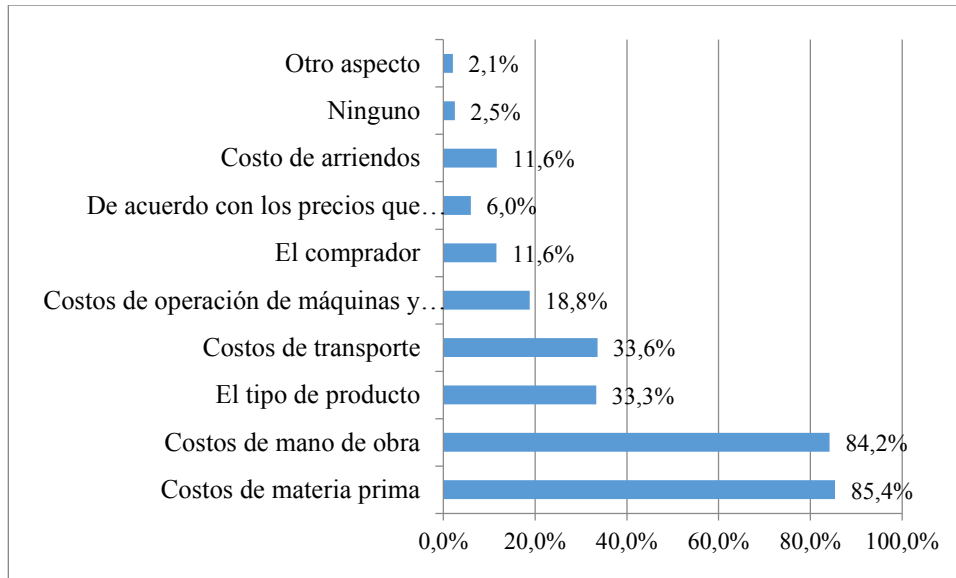


Gráfica 42. Dificultades en la comercialización de productos.



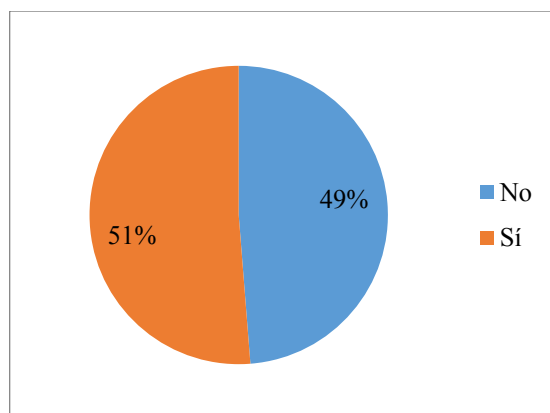
Los factores que son determinantes en la fijación de los precios de los productos son el costo de la materia prima, los costos de la mano de obra, los costos de transporte y el tipo de producto. Aquellos otros factores que influyen pero no de forma significativas son el arriendo del local, los precios del mercado, y el comprador. Puede explicarse por qué los artesanos prefieren en su mayoría comercializar los productos en sus viviendas, transportarlos a un local aparte involucra costos adicionales que se reflejarían en el precio del producto. Estos costos de transporte podrían ser también el limitante para que los artesanos puedan participar en ferias, puesto que al desplazarse largas distancias, los precios se elevarían y seguramente los posibles compradores no estarían interesados en adquirir los productos.

Gráfica 43. Aspectos tenidos en cuenta para establecer precios de los productos.

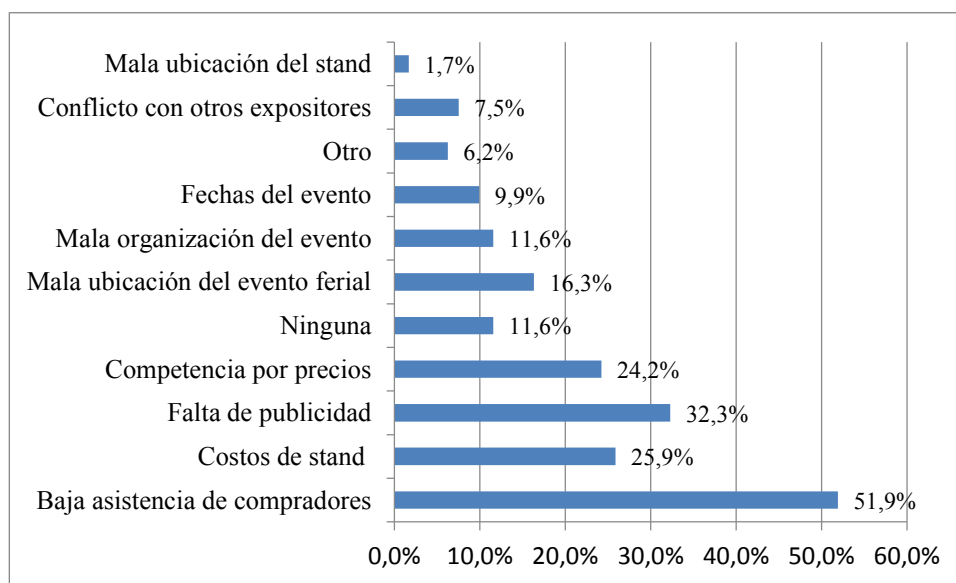


El 51% de los artesanos encuestados han participado en una feria artesanal local o nacional en los últimos 3 años. La baja asistencia de compradores, la falta de publicidad y los costos del stand hacen parte de los principales problemas presentados en las ferias. Estos factores pueden desestimular la participación de los artesanos en las ferias, por lo cual acuden a los lugares de venta tradicionales. Es necesario considerar estas perspectivas de los artesanos para así poder gestionar las problemáticas, evitar que sucedan en escenarios futuros y que así la inversión realizada por los artesanos pueda ser compensada positivamente.

Gráfica 44. Participación de los artesanos en ferias en los últimos 3 años.



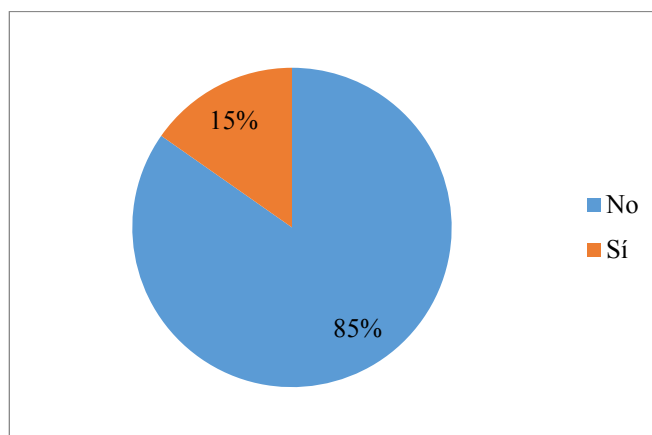
Gráfica 45. Problemas presentados en ferias artesanales pasadas.



Según la gráfica 46, solo el 15% de los encuestado ha hecho parte de proyectos de apoyo a la actividad artesana. De esos artesanos que participaron, el 50,3% lo hicieron en proyectos financiados por la Alcaldía municipal, seguido por la Gobernación de Cundinamarca (27,3%), Artesanías de Colombia (23,5%) y la Cámara de Comercio (10,7%). También se encuentra en menor proporción el apoyo por parte de ONGs y fundaciones nacionales e internacionales, entidades públicas y privadas, el departamento para la prosperidad social y la agencia del Gobierno de los EEUU.

Re resalta el interés por parte de las autoridades locales por promover las actividades artesanas, sin embargo es necesario hacer una mayor divulgación de estos proyectos para que una mayor población de artesanos puedan acceder y participar en ellos.

Gráfica 46. Participación en proyectos de apoyo a la actividad artesana.



Gráfica 47. Actores que financiaron proyectos de impulso a la actividad artesana.

