



El fomento al arte originario y popular en Santa Cruz,  
*una experiencia de 35 años de desarrollo integral, junto a Artecampo*





# Dos organizaciones complementarias

## **CIDAC** - Centro de Investigación, Diseño Artesanal y Comercialización Cooperativa - 1980

Institución no gubernamental de desarrollo social, trabaja por el desarrollo integral en el campo.



## **ARTECAMPO** - Asociación de artesanas del campo - 1985

Nace de un proceso de organización, capacitación, y apoyo del CIDAC. Congrega 14 asociaciones de los grupos étnicos guaraní, ayoreode, guarayo, chiquitano y weenhayek; y otras comunidades interculturales.

# Los 14 grupos de artesanas

1. Pintores de Urubichá
2. Hamaqueras de Urubichá
3. Bordadoras de Ascensión
4. Tejedoras de Palma de Ichilo
5. Bordadoras de Los Tajibos
6. Bordadoras de Lomerío
7. Talladores de San Miguel
8. Tejedoras de Garabatá y Talladores ayoreode
9. Ceramistas de Cotoca
10. Taller Experimental de Santa Cruz
11. Artesanas de Vallegrande
12. Alfareras de Tentayape
13. Tejedoras Sumbi-Regua
14. Talladores Weenhayeck

- 14 grupos afiliados
- 30 comunidades
- 500 artesanas y artesanos
- 95% de mujeres
- Grupos étnicos guaraní, ayoreode, guarayo, chiquitano y weenhayek





# Tejedoras Sumbi Regua del Isoso





# Hamaqueras de Urubichá





# Tejedoras de Palma de Ichilo





# Bordadoras de Los Tajibos





# Bordadoras de Lomerío





# Talladores de San Miguel





# Tejedoras de garabatá y talladores ayoreode





# Ceramistas de Cotoca





# Artesanas de Vallegrande





# Alfareras de Tentayape





# Talladores Weenhayeck





# Objetivo general

**Recuperar, preservar e impulsar la artesanía como un proceso productivo para la mejora de las condiciones de vida de las y los artesanos y mediante el cual un pueblo se expresa y afirma sus valores culturales, creando un puente entre el campo y la ciudad y fortaleciendo la cohesión social.**

- > Lazo intrínseco entre cultura y desarrollo/bienestar.
- > Cultura propia de las comunidades como base para su desarrollo.





# El arte originario y popular: una alternativa de desarrollo integral

- Ingreso económico complementario, justo y seguro para comunidades rurales con difícil acceso al empleo
- Generación de procesos de equidad de género a través del empoderamiento de las artesanas (organización, capacitación, autonomía económica)
- Preservación del patrimonio cultural y fomento a la creatividad e innovación. Identificación y valoración de las expresiones culturales indígenas y campesinas.
- Preservación del patrimonio natural para asegurar la materia prima





# El arte originario y popular: una alternativa de desarrollo integral

**Visión y estrategia de desarrollo integral de largo alcance implementada por CIDAC y Artecampo:**

- **Trabajo de apoyo que acompaña todo el ciclo creativo, productivo y comercializador:**
  - Investigación
  - Organización comunitaria y formación
  - Diseño, diversificación y producción
  - Apoyo a la comercialización cooperativa
- **Los pilares transversales de nuestro trabajo:**
  - Enfoque en las capacidades locales
  - Diálogo cultural horizontal entre el campo y la ciudad
  - Diálogos interculturales entre pueblos indígenas y campesinos
  - Asegurar la vitalidad de la producción cultural diversificándola y adaptándola a nuevas realidades
  - Concebir a la artesanía como arte popular y originario y a las artesanas como guardianas de nuestras culturas





# El arte originario y popular: una alternativa de desarrollo integral

En la experiencia de Artecampo-CIDAC las instituciones se dividieron los roles:

Artecampo - las artesanas autogestionan el circuito de **producción** desde sus comunidades y su equipo de **comercialización** en la ciudad se sostiene con los **ingresos de las ventas**.

CIDAC- el equipo urbano trabaja en las áreas de **investigación, organización, formación, diseño y apoyo a la comercialización, con financiamiento externo (nacional e internacional)**.

**Independencia y complementariedad.**

*—> Para que la artesanía sea una alternativa de desarrollo sostenible no basta con asegurar su comercialización, se necesita un apoyo efectivo en todas las etapas de su ciclo creativo, productivo y comercializador.*





# Evolución de Artecampo en cifras

- **1984** - 150 artesanas en 3 comunidades
- **2007** - 1300 artesanas en 60 comunidades
- **2019** - 500 artesanas en 30 comunidades
- el **70% de los ingresos de ventas vuelve a las comunidades**
- el margen de **30% cubre todos los costos** de la Asociación en la ciudad
- el **70% de los clientes son extranjeros**
- existe un alto potencial de **exportación** (2008 - 15% ventas)
- **Meta de mercado: sostenimiento comercialización.**



La disminución del tamaño de la asociación se debe a una serie de factores:

1. **Cambios estructurales en las comunidades** (nuevas oportunidades económicas, migración a la ciudad o a otros países, deceso de socias más antiguas)
2. **Cambios en la ciudad de Santa Cruz**, nuevas formas de consumo y ofertas que llevan a una disminución en las ventas
3. **Disminución del financiamiento externo al CIDAC** que dificulta su trabajo en las distintas áreas de especialización







# Organización de información para planificación

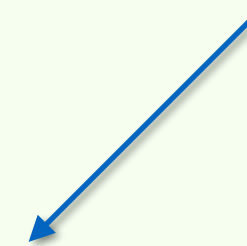
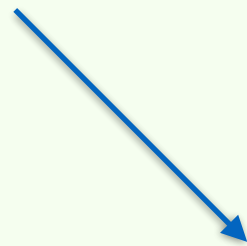
- **Sistema de inventario, ventas y contabilidad** que nos facilita informes detallados y consolidados (está siendo actualizado este año)
- A nivel de **Artecampo departamental**: informes de ventas generales, de inventario general, estado de resultados, balances
- A nivel de las **Asociaciones locales**: informes de ventas, informe de inventario, estado de resultados
- En base a esta información definimos los **pedidos de producción** (cantidades y tiempos, según asociación), las proyecciones de ventas, los gastos que puede realizar la Asociación...
- Problema actual: falta de encargada de comercialización quien debería darle seguimiento a la información



# Estructuras de costos

Costo de materia prima +  
 Total pago artesanx +  
 Gastos asociación (transporte, encargada)  
 = **Costo total de la producción**

Aporte Directiva Artecampo +  
 Aporte Fondo previsión +  
 Aporte administración  
 = **Costo total de aportes**



Costos total de la producción +  
 Costo total de aportes +  
 Comisión de tarjeta  
 = **Precio de venta**

Código del producto	Nombre del producto	Costo de materia prima	Pago Efectivo Contra Entrega del Producto	Premio de Calidad	Ahorro Voluntario y/o Pago Diferido	Total Pago Artesana	Gastos asociación (transporte, alimentación, encargada)	Costo total de la producción	Aporte Directiva Artecampo (2%)	Aporte Fondo de Previsión	Aporte Administración	Costo total aportes	Precio producto	Comisión Tarjeta (2,5%)	Precio de venta	Comercialización
210402A	TAPIZ CLEA GUARANI PEQ.	75,00	190,00	10,00		200,00	30,00	305,00	8,50		100,87	109,37	414,37	10,63	425,00	23,73
250102A	BOLSITA APLICACIÓN s/TELA	5,00	14,00	2,00	2,00	18,00	2,00	25,00	0,70		8,42	9,12	34,12	0,88	35,00	24,06
100106A	BOLSO TEJIDO AYOREO PEQ.		55,00	4,00		59,00	8,00	67,00	1,80		20,90	22,70	89,70	2,30	92,00	22,72



# Dificultades que enfrenta la producción artesanal en las comunidades

- **Formación permanente** a los y las artesanas en organización, diseño, control de calidad, planificación, estructuras de costos, comercialización, etc.
- Intervención integral para **preservar las técnicas artesanales en proceso de extinción** (hamacas atadas, chuses labreados, cerámica de Cotoca)
- Desafío de **relevo generacional de las artesanas** en las comunidades (migración a las urbes)
- **Agotamiento de recursos naturales** (materia prima: palma jipijapa, garabatá, arcilla...)
- **Patrones culturales patriarcales** que dificultan la organización y vida pública de las artesanas
- Definición de **estándares de calidad, “denominación de origen”** para artesanías originarias y emblemáticas
- **Dificultad de acceso y de comunicación** con las comunidades más aisladas
- **Reconocimiento del valor del trabajo artesanal** en las propias comunidades







# Potencial de desarrollo del sector artesanal

- **Inmensa riqueza del arte originario y popular boliviano** gracias a la diversidad de pueblos indígenas y campesinos que mantienen hasta hoy en día vivas sus culturas.
- La artesanía es un potencial medio de generación de ingresos para muchas comunidades si se cuenta con una política de apoyo adecuada.
- **Potencial de exportación**, oportunidad para abrir nuevos mercados. (calidad)
- El **desarrollo del sector turístico** representa nuevas oportunidades para las y los artesanos y viceversa.
- El **reconocimiento y apropiación de nuestro patrimonio e identidades culturales** puede ser un medio efectivo de afianzar la cohesión social.
- Instituciones con capacidades y experiencias prácticas adquiridas (ASUR, AAA)

## Desafíos principales

- **Desconocimiento y desinterés por una gran parte de la población** boliviana hacia las artes originarias y populares y su rol vital en nuestra sociedad.
- **Desatención por parte de las autoridades públicas**, a pesar de la promulgación de la *Ley N.306 de promoción y desarrollo artesanal* y su Reglamento en 2014. **Revisión necesaria y aplicación efectiva.**

**Necesidad de reconocer que el fomento al arte originario y popular precisa de un apoyo público especializado con una institucionalidad propia capaz de estructurar programas integrales, efectivas y sostenibles a largo plazo, con participación y en consulta con los artesanos.**



# Propuestas

- **Crear institucionalidad específicamente dedicada a la promoción del arte originario** y popular desde el Estado (ej. Colombia, México) siguiendo líneas estratégicas:
  - **Area de investigación** para el estudio, preservación, rescate y valoración del patrimonio cultural artesanal. Sistema de información estadístico de la actividad artesanal **para enfocar correctamente el apoyo al rubro.**
  - Area de **capacitación integral o asistencia técnica** a artesanos y otros agentes del sector (calidad, innovación, materia prima).
  - Apoyo para mejora del **circuito de producción**, incluyendo la preservación de la materia prima natural.
  - Apoyo para **impulsar la comercialización** (coordinación con otros niveles de gobierno, alianzas con empresariado regional, canalización de recursos nacionales e internacionales públicos y privados, participación en espacios estratégicos para promocionar, divulgar y posicionar la artesanía en mercados locales, regionales, nacionales e internacionales).
  - Creación y administración de **centros artesanales**, centros de ventas y de formación.
  - Acciones para el desarrollo de espacios o **itinerarios artesanales en destinos turísticos.**
  - Apoyo a **proyectos artesanales estratégicos.**
  - **Campañas de comunicación** sobre artes originarias y populares e inclusión en educación nacional, paralelo entre el cuidado de nuestro patrimonio ambiental y el cuidado de nuestro patrimonio cultural.





“En el apoyo y revalorización del arte popular no se deben separar nunca los valores estéticos de las condiciones socioeconómicas en que las obras se producen. Hay que preguntarse siempre quien produce, como produce, para quien produce, para qué produce, cuánto produce y de qué forma vive el que produce”.

*Sobre la Cultura y el Arte Popular, Adolfo  
Colombres*