

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 1 de 13

16.

FECHA	jueves, 1 de diciembre de 2022
--------------	--------------------------------

Señores
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
 BIBLIOTECA
 Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Seccional Girardot
TIPO DE DOCUMENTO	Otro
FACULTAD	Ciencias Administrativas Económicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Administración de Empresas

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
PRIETO CRUZ	LEIDY FERNANDA	1110596950
TORRES HERRERA	VALENTYNNA	1110596463

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
SERRANO MENDOZA	ARTURO

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca
 Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 2 de 13

TÍTULO DEL DOCUMENTO

Potencial de las artesanías como producto que fomente la identidad cultural en Girardot

SUBTÍTULO

(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

EXCLUSIVO PARA PUBLICACIÓN DESDE LA DIRECCIÓN INVESTIGACIÓN

INDICADORES	NÚMERO
ISBN	
ISSN	
ISMN	

AÑO DE EDICIÓN DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
22/11/2022	84

DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)

ESPAÑOL	INGLÉS
1.CULTURA	CULTURE
2.PATRIMONIO	HERITAGE
3.ARTESANIA	CRAFT
4.COMERCIALIZACIÓN	COMMERCIALIZATION
5.IDENTIDAD	IDENTITY
6.SOSTENIBILIDAD	SUSTAINABILITY

FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)

Alcaldía de girardot. (2018). *Plan de desarrollo de Girardot.*

Alcaldía de Girardot. (2019). *Coliseo de ferias de girardot está siendo adecuado para la 72 feria nacional cebú.* Obtenido de <https://www.girardot-cundinamarca.gov.co/NuestraAlcaldia/SaladePrensa/Paginas/COLISEO-DE-FERIAS-DE-GIRARDOT-EST%C3%81-SIENDO-ADECUADO-PARA-LA-72-FERIA-NACIONAL-CEB%C3%9A-.aspx>

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 3 de 13

Arguello, G., & Quintero, C. (Septiembre de 2014). *Estudio de mercado de la artesanía en bogota*. Obtenido de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/3220/1/INST-D%202014.%20193.pdf>

Artesanías de Colombia. (2014). *50 años apoyando las artesanías colombianas*. Obtenido de https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/50-anos-apoyando-las-artesantias-colombianas_4901#:~:text=Artesan%C3%ADas%20de%20Colombia%20fue%20creada,y%20de%20la%20industria%20artesanal.

Artesanías de Colombia. (2013). *Vestidos reales, vestidos artesanales*. Obtenido de https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/vestidos-reales-vestidos-artesanales_4796

Artesanías de Colombia. (2014). *Fomento a la actividad productiva artesanal del departamento de Cundinamarca*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/52156602.pdf>

Artesanías de Colombia. (25 de marzo de 2014). *La mochila Wayúu, parte de la tradición de Colombia*. Obtenido de http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_noticias/la-mochila-wayu-parte-de-la-tradicion-de-colombia_5070

Artesanías de Colombia. (2014). *Mejoramiento y generación de oportunidades comerciales para el sector artesanal colombiano*. Obtenido de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/5414/1/INST-D%202020.%20263.pdf>

Artesanías de Colombia. (2022). *La artesanía y su clasificación*. Obtenido de <https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Movil/Publicacion.jsf?contenidoId=82>

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 4 de 13

Artesanias de Colombia. (s.f). *Caracterización*. Obtenido de https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/caracterizacion_81

Badilla , B., Lopez, L., Mogue, A., Montealegre, M., Rojas, P., & Villalobos, E. (2003). *Manual de mercadeo para artesanos*. Universidad de costa Rica.

Bancolombia. (julio de 2020). *Formalización empresarial: una oportunidad para apalancar el crecimiento de tu negocio*. Obtenido de https://panama.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/administracion-y-finanzas/formalizacion-empresarial-crecimiento-negocio/!ut/p/z1/jdDbjoJADAbgp-FyaYfxMHg3OpsNbNDgYcXeGDDsSIKMQZT49h1m5i4aO_afG3-FAgioCI-ZTquMIPeEdOvqLd2vlyPfxYGPIUYejO58

Benavides, L., & Redondo, A. (2021). Estrategias de comercialización para el sector. *Habitus*, vol1 num1.

Benitez, S. (2009). La Artesanía latinoamericana como Factor de Desarrollo Económico, Social y Cultural a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo. *Revista cultura y desarrollo*.

Bustos, C. (2009). La producción artesanal. *Vision gerencial*, 37-52.

CEUPE. (marzo de 2022). *¿Qué es el turismo cultural?* Obtenido de <https://www.ceupe.mx/blog/que-es-el-turismo-cultural.html>

Connectamericas. (s,f). *La exportación de artesanías, una oportunidad para América Latina*. Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/la-exportaci%C3%B3n-de-artesan%C3%ADas-una-oportunidad-para-am%C3%A9rica-latina>

De Moral, G. (7 de dic de 2017). *Europa aumenta su patrimonio inmaterial de la Unesco*. Obtenido de <https://blog.rtve.es/europa/2017/12/europa-aumenta-su-patrimonio-inmaterial-de-la->

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 5 de 13

unesco.html#:~:text=Ahora%20ya%20sabemos%20que%20la,)%20napolit anos%2C%20Patrimonio%20Cultural%20Inmaterial.

Domingo, J. (agosto de 2018). *Artesanía de Guatemala: herencia de dos culturas*. Obtenido de <https://lagatorojo.es/2018/08/26/artesania-de-guatemala-herencia-de-dos-culturas/>

Don Quijote. (s.f). *La historia de Colombia*. Obtenido de <https://www.donquijote.org/es/cultura-colombiana/historia/>

Duque, V., Osorio, E., Bedoya, S., barrera, N., & Calderon, D. (2017). Aprovechamiento integral del Totumo (Crescentia cujete) como estrategia de adaptacion al cambio climatico. Cumbre de Diseño para el Desarrollo Internacional.

El campesino. (16 de febrero de 2018). *El arte de tallar historias con el totumo*. Obtenido de <https://elcampesino.co/arte-tallar-historias-totumo/>

El colombiano. (noviembre de 2021). *Política de Turismo Cultural de Colombia es actualizada tras pandemia*. Obtenido de <https://www.elcolombiano.com/cultura/politica-de-turismo-cultural-de-colombia-es-actualizada-tras-pandemia-JB16068032>

El Tiempo. (23 de diciembre de 2021). *El PIB de alojamiento y servicios de comidas podría cerrar en \$ 32,9 billones este año: Mincomercio*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/estas-son-las-cifras-con-las-que-cierra-el-turismo-nacional-el-2021-640660>

Ferro, D. (2017). Identidad, cultura e innovación en las artesanías: un camino para el desarrollo sustentable y el Buen Vivir. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*, 95-116.

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 6 de 13

Fonseca, E. (2015). Estrategias de comercialización para fortalecer los canales de distribución de las artesanías del municipio de Tenango. Instituto Politécnico Nacional.

Fonseca, E. (2015). Estrategias de comercialización para fortalecer los canales de distribución de las artesanías del municipio de Tenango de Doria Hidalgo. Instituto Politécnico Nacional.

Gobernación de Cundinamarca. (julio de 2019). *En marcha proyecto de 'Fortalecimiento de la Actividad Productiva Artesanal'*. Obtenido de <https://www.cundinamarca.gov.co/noticias/proyecto+de+fortalecimiento+de+la+actividad+productiva+artesanal>

Instituto de Estadística de la UNESCO. (2009). *Mapa de estadísticas culturales de la UNESCO*.

Lauer, M. (1984). *La producción artesanal en América Latina*. Lima.

Lopez, E. (2018). El método Delphi en la investigación actual en educación: una revisión teórica y metodológica. *Educación XXI*, 17-40.

Milan, A. (2020). Estrategias para la comercialización de artesanías de la comunidad indígena Kuna. Tecnológico de Antioquia Institución.

Ministerio de Cultura. (2022). *Bienes de interés cultural del ámbito nacional*. Obtenido de https://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/patrimonio-cultural-en-Colombia/bienes-de-interes-cultural-BICNAL/Documents/BIENES%20DE%20INTER%20C3%89S%20CULTURAL%20DEL%20C3%81MBITO%20NACIONAL_%20mayo2022.pdf

Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera*, 69-84.

OMT. (enero de 2022). *El turismo crece un 4% en 2021, muy por debajo aún de los niveles prepandémico*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347#:~:text=El%20turismo%20m>

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 7 de 13

undial%20experiment%C3%B3%20un,millones%20frente%20a%20400%20millones).

Organizacion Mundial de la Propiedad Intelectual. (2003). *Marketing de la artesanía y las artes visuales: funcion de la propiedad intelectual, guía practica* . Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/itc_p159/wipo_pub_itc_p159.pdf

Patiño, A., Cantincuz, M., & Enriquez, M. (2019). Fortalecimiento de la identidad cultural a través del tejido del sombrero con la planta de la tetera con estudiantes del grado quinto del Centro Educativo de Vegas Municipio de Ricaurte. Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Patiño, A., Cantincuz, M., & Enriquez, M. (2019). Fortalecimiento de la identidad cultural a través del tejido del sombrero con la planta de la tetera con estudiantes del grado quinto del Centro Educativo de Vegas Municipio de Ricaurte. Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Peña, M. (s,f). *Metodología de la investigación*. Obtenido de http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf

Plataforma digital única del Estado Peruano. (mayo de 2022). *Estrategia para reactivar y promover la actividad artesanal Somos Artesanía*. Obtenido de <https://www.gob.pe/13482-estrategia-para-reactivar-y-promover-la-actividad-artesanal-somos-artesania>

Presidencia de la Republica. (2018). *Bases del plan nacional de desarrollo 2018 - 2022*. Bogota.

Procolombia. (octubre de 2018). *Colombia, un país megadiverso en cultura y naturaleza*. Obtenido de <https://procolombia.co/noticias/colombia-un-pais-megadiverso-en-cultura-y-naturaleza>

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 8 de 13

Quintero, S., & Trompiz, J. (2013). El adulto mayor como transmisor de tradición. *MULTICIENCIAS*,, 39-45.

RAE. (s.f). *Cultura*. Obtenido de <https://www.rae.es/>

Ramirez, D. (2012). Notas sobre la historia de artesanías de colombia s.a. y la artesanía colombiana. *Ponencia presentada por Artesanías de Colombia S. A. en el marco del seminario “Políticas públicas para el sector artesano de América Latina”*,.

Rivas, R. (2018). La Artesanía: patrimonio e identidad cultural. *Revista de museología*, 80-96.

Sampieri, C., Hernandez, H., & Baptista, P. (2013). *Metodología de la investigacion*. Mcgrawhill.

Sanchez, M., Perez, M., Riveros, N., & Camacho, A. (2015). La exportación de artesanías como una alternativa para el desarrollo del Guaviare y el fortalecimiento económico y cultural de sus comunidades indígenas. Universidad de los llanos convenio universidad del tolima.

Sennet, R. (2008). *El artesano*. Barcelona: Anagrama.

SINIC. (s,f). *Arqueología - Cundinamarca*. Obtenido de <https://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=25&COLTEM=211>

UNESCO. (s.f). *Técnicas artesanales tradicionales*. Obtenido de <https://ich.unesco.org/es/tcnicas-artesanales-tradicionales-00057>

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 9 de 13

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

Este trabajo se realizó investigando y analizando las potencialidades de la comunidad de Girardot para potencializar la artesanía como un producto que promueva y permanezca en la identidad cultural del municipio y desde una posición cultural poder contribuir al crecimiento económico, generando además algo de dinero para artesanos

This work was carried out investigating and analyzing the potential of the Girardot community to potentiate handicrafts as a product that promotes and remains in the cultural identity of the municipality and from a cultural position to be able to contribute to economic growth, also generating some cash for craftsmans.

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:
Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública, masiva por cualquier procedimiento o medio físico, electrónico y digital.	X	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca

Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414

www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co

NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 10 de 13

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 11 de 13

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

SI ___ NO _X__.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos) en carta adjunta, expedida por la entidad respectiva, la cual informa sobre tal situación, lo anterior con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca

Teléfono: (091) 8281483 Línea Gratuita: 018000180414

www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co

NIT: 890.680.062-2

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 12 de 13

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Nombre completo del proyecto.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1. potencial de las artesanías como producto que fomente la identidad cultural en Girardot	TEXTO

	MACROPROCESO DE APOYO	CÓDIGO: AAAR113
	PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO	VERSIÓN: 6
	DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL	VIGENCIA: 2021-09-14
		PAGINA: 13 de 13

2.	
3.	
4.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafo)
PRIETO CRUZ LEIDY FERNANDA	
TORRES HERRERA VALENTYNNA	

21.1-51-20.

**POTENCIAL DE LAS ARTESANÍAS COMO PRODUCTO QUE FOMENTE LA
IDENTIDAD CULTURAL EN GIRARDOT**

LEIDY FERNANDA PRIETO CRUZ

VALENTYNNA TORRES HERRERA

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

GIRARDOT 2022

**POTENCIAL DE LAS ARTESANÍAS COMO PRODUCTO QUE FOMENTE LA
IDENTIDAD CULTURAL EN GIRARDOT**

LEIDY FERNANDA PRIETO CRUZ

VALENTYNNA TORRES HERRERA

tutor

ARTURO SERRANO MENDOZA

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS U.J.T.L

Mg. ADMINISTRACIÓN DE ORGANIZACIONES

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

GIRARDOT 2022

TABLA DE CONTENIDO

1. PROGRAMA, ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	6
2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	7
3. OBJETIVOS	10
3.1 Objetivo General.....	10
3.2 Objetivos específicos	10
3. JUSTIFICACIÓN.....	11
4. MARCOS DE REFERENCIA.....	14
4.1 Antecedentes	14
4.2 Marco teórico.....	15
4.3 Marco conceptual	17
4.4 Marco geográfico.....	19
4.5 Marco legal	20
5. METODOLOGÍA	22
5.1 Tipo de investigación	22
5.2 Entrevista (fases).....	23
5.3 Técnicas de recolección de información.....	24
6. HISTORIA DE LAS ARTESANÍAS DE GIRARDOT	25
7. ELEMENTOS DEL PRODUCTO ARTESANAL QUE CUENTAN CON POTENCIAL PARA EL FOMENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL DEL MUNICIPIO	28
8. ESTRATEGIAS PARA PROMOVER LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS.....	38
Características sociodemográficas.....	38
Características productivas.....	39
Características socioeconómicas	39
Características de los negocios de comercialización de artesanías.....	40
9 . CONCLUSIONES.....	56
10. RECOMENDACIONES.....	58
11. BIBLIOGRAFÍA	59
12. ANEXOS	65

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Marco normativo sector artesanías de Colombia	20
Tabla 2. Tabla de operacionalización.....	24
Tabla 3 Caracterización sector artesanal en Colombia	38
Tabla 4 Estrategias de comercialización internacionales	46
Tabla 5 Matriz DOFA.....	50

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de Girardot	19
Figura 2 Pato alcancía en totumo, técnica tallado	30
Figura 3 Canasta de mismo, con frutas hechas en totumo	32
Figura 4 Juego de mariposas de 4, su cuerpo es en torno, madera pina, y sus alas son de madera MDF.....	32
Figura 5 Portaincienso en totumo	33
Figura 6 Muñecas de trapo	33
Figura 7 Muñeca elaborada en tela yercilon, polilicra, zatin, y encajes.....	34
Figura 8 Pirograbado en lienzo	34
Figura 9 Baúl de medida 60 ancho x 40 de alto, con diseño con hojas, flores y puntillismo, resinado.....	35
Figura 10 Bolso tejido crochet en hilo macramé.....	35
Figura 11 Características Buyer persona detallista	43
Figura 12 Características Buyer fiel o tradicional	44
Figura 13 Características buyer apasionado.....	45
Figura 14 Traje Señorita Bolívar, Totumo ancestral	53

1. PROGRAMA, ÁREA Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Facultad: Ciencias administrativas económicas y contables

Programa: Administración de empresas

Área: Turismo y sociedad

Línea: Desarrollo turístico

Título: Potencial de las artesanías como producto que fomente la identidad cultural en Girardot

2. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La dimensión cultural del desarrollo humano permite entender las abundantes riquezas que albergan los territorios a nivel mundial, pues según el diccionario de la real academia este concepto se define como “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc” (RAE, s.f), riquezas que cada país buscan salvaguardar y a la vez aprovechar en términos comerciales y turísticos.

Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), es la entidad internacional encargada de promover la paz desde la gestión de dichas esferas, desde 1945, esta entidad afirma que la cultura:

Es el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones (Instituto de estadística de la UNESCO, 2009, pág. 9)

Diferentes países a lo largo del mundo demuestran cuan necesarios son los esfuerzos por identificar, salvaguardar y fomentar las riquezas culturales de sus territorios, no solo de carácter material sino inmaterial también, como, por ejemplo, hechos históricos, saberes, creencias, memorias que deben ser transmitidas de generación en generación para su protección.

Por ejemplo, en Nápoles Italia, la pizza alberga un tesoro cultural pues es una receta con saberes ancestrales y reconocida a nivel mundial, los saberes que albergan estos pizzeros ha sido declarada como patrimonio inmaterial ante la UNESCO, quien decidió proteger no solo la pizza como producto patrimonio, sino la habilidad y tácticas de los pizzeros italianos al prepararlas.

Ahora ya sabemos que la pizza no es italiana, sino de Nápoles. Tiene sello de calidad, y ese se lo ha puesto la Unesco, que ha declarado el arte de los

pizaioli (los pizzeros) napolitanos, Patrimonio Cultural Inmaterial (De Moral, 2017, pág. 1)

Así mismo, Colombia es un país multiétnico y pluricultural, el cual se destaca a nivel mundial por las grandes ventajas culturales, la diversidad de tradiciones, costumbres y elementos patrimoniales que se conservan en cada región y destino turístico. Además, históricamente Colombia logra conservar un sinnúmero de legados históricos, así como saberes relacionados a prácticas manuales, como la pintura, gastronomía, orfebrería, tejeduría, música, danza y la artesanía, entre otras (Procolombia, 2018).

Esta diversidad cultural se atribuye a la trascendencia histórica de la fundación del país, la cual vincula la colonización española y la esclavitud del pueblo indígena, en este entonces las tradiciones adoptadas por el pueblo español y algunas costumbres africanas incorporadas por los indígenas que asentaban el territorio, permitieron que Colombia se convirtiera en un territorio pluriétnico y multicultural.

De esta manera, cada región del país, a lo largo de sus departamentos y ciudades, atesoraron predeterminados elementos de la cultura española e indígena, como por ejemplo las artesanías, lo cual hoy representa un patrimonio invaluable de su identidad, y a su vez es un elemento de comercialización importante, pues según el portal de artesanías de Colombia “este sector cuenta con aproximadamente 300.000 artesanos, quienes ven, de manera directa o indirecta, la venta de artesanías como medio de subsistencia, muchos de ellos a través de la exportación,” (Artesanías de Colombia, 2022)

Ejemplo de lo anterior logra ser las mochilas Wayuu, un elemento atesorado por las comunidades indígenas en la península de la Guajira, que expresa al máximo la cultura y los saberes de tejeduría de esta comunidad, actualmente las mochilas son comercializadas a nivel nacional e internacionalmente también, fomentando la cultura Wayuu, y aportando a la economía de la comunidad. (Artesanías de Colombia, 2014)

Asimismo, se pueden considerar las artesanías de Ráquira, una de las mayores expresiones de turismo cultural en el departamento de Boyacá, basado en tradiciones familiares, o las artesanías de arcilla, en Pitalito Huila, que narran historias de personajes y momentos específicos del territorio. En el caso de Cundinamarca y Tolima, departamentos del centro del país, se encuentran riquezas culturales de tribus indígenas que asentaron en esos territorios como los Panches, Los Pijaos y los Muisca, (Don Quijote, s.f). Lo que permite entender que cada municipio del departamento cuente con múltiples influencias históricas para la creación de productos turísticos a partir de la cultura.

Girardot, es un municipio cundinamarqués, caracterizado por su actividad turística a nivel nacional, gracias a su clima cálido, a su infraestructura hotelera de calidad, oferta de entretenimiento, piscinas, productos de turismo de naturaleza, y varios atractivos relacionados con su historia férrea como: la antigua locomotora, el puente Ospina Pérez, las líneas férreas, las bodegas y la antigua estación del tren.

Sin embargo, el municipio se encuentra en el límite noroccidental del territorio limitando con el Tolima, lo que, en relación con su cultura, permite considerar una confusión para la creación de elementos identitarios. Por ejemplo, frente a la gastronomía no se tiene un plato típico que se haya difundido en la región o que se reconozca en la población, algunos estudios mencionan las migas de plátano (Bernal, 2015) , el común de la población menciona algunos pescados, y carnes (Oikos, 2021) y otros aducen que no existe un plato auténtico; o frente a la música, tampoco se tiene claro un ritmo o baile que represente la ciudad.

Ahora bien, es preciso destacar que Girardot tiene elementos históricos, arquitectónicos y propios de la comunidad que representan su identidad, tales como su historia ferroviaria, su historia fluvial, los diferentes monumentos que enmarcan estas historias y más, ente los que se encuentran 2 Bienes declarados de Interés Cultural a nivel nacional (Plaza de Mercado Leopoldo Rothler, y la Estación del Ferrocarril) (Ministerio de Cultura, 2022), y manifestaciones como frases típicas, o renombres que pueden ser consideradas como patrimonio intangible, y recrean la identidad del girardoteño.

A partir de ello surge el interés por abordar esta investigación, pues desde una perspectiva personal como girardoteños se ha podido evidenciar que Girardot no cuenta con un producto cultural que lo identifique y represente ante el turista y pueda ser aprovechado por las empresas turísticas, y se infiere que las artesanías pueden ser una estrategia útil para lograrlo.

2.1 Pregunta:

¿Cuál es el potencial comercial de las artesanías de Girardot como producto que fomente la identidad cultural?

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo General

Analizar el potencial comercial de las artesanías como producto que fomente la identidad cultural en Girardot

3.2 Objetivos específicos

- Conocer la historia de las artesanías en Girardot
- Describir que elementos del producto artesanal cuentan con potencial para el fomento de la identidad cultural del municipio.
- Diseñar estrategias de comercialización para el fomento de la identidad cultural de las artesanías.

3. JUSTIFICACIÓN

La dinámica de la actividad turística frente a la pandemia covid-19 ha sido un proceso de recuperación muy lento alrededor del mundo, según el Barómetro de la OMT, la contribución económica registrada en el año 2021 “se estima en 1,9 billones de dólares de los EE.UU., por encima de los 1,6 billones de dólares de 2020, pero todavía muy por debajo del valor prepandémico de 3,5 billones de dólares.” (OMT, 2022)

De acuerdo con el informe, Europa y las Américas obtuvieron los mejores resultados en 2021, en comparación al 2020, lo que se debe al aumento en la tasa de vacunación, y la disminución en las restricciones de viajes, pero aun así se sigue estando un 63% por debajo de los niveles prepandémicos.

Por su parte en Colombia, la reactivación económica y la minimización de restricciones, también permitieron la pronta recuperación del sector, “el PIB de alojamiento y servicios de comidas podría cerrar en una cifra cercana a los 32,9 billones de pesos, que representarían entre el 93 por ciento y el 98 por ciento del valor alcanzado en el 2019, hasta ahora el mejor año para el turismo en el país. (El Tiempo, 2021), la ministra de Comercio Industria y Turismo, Ximena Lombana, afirmó que con estas cifras se augura una recuperación completa del PIB de alojamiento y servicios de comida a las cifras logradas en 2019.

Ante esta nueva dinámica el gobierno ha resaltado la importancia del turismo cultural, debido a la diversidad cultural e histórica que se atesora en cada región, y se pretende a través de la puesta en marcha de planes, programas y políticas públicas, posicionar a Colombia como destino competitivo. Para ello, según la ministra de cultura, es necesario:

Articular los nuevos roles que tienen el sector cultural y turístico en la planeación, gestión y desarrollo del turismo cultural, así como en afrontar los nuevos desafíos derivados de la reactivación y adaptación de estos

sectores a los nuevos contextos de oferta y demanda postpandemia (El colombiano, 2021).

Un destino con potencial cultural es Girardot, que atesora un legado histórico importante a través de las tribus indígenas que asentaron el territorio y heredaron un sinnúmero de saberes y tradiciones que hoy representan una riqueza patrimonial, también se pueden considerar, la actividad férrea y fluvial que enmarcan su fundación, estos elementos pueden ser aprovechados turísticamente.

Asimismo, la técnica artesanal es un saber heredado por las tribus indígenas de Cundinamarca y Tolima, la cual es un “conjunto de técnicas tradicionales y manuales que tienen un valor de patrimonio cultural, actualmente amenazado o en vías de desaparición, en particular porque se basa en una “tradición oral” (Rivas, 2018, pág. 83). En el común de la población se desconoce la estética de este producto y las numerosas familias que se benefician de su fabricación y comercialización.

Es preciso destacar que la artesanía vista como patrimonio intangible de las comunidades tiene valores que pueden ser conservados y protegidos o banalizados y mercantilizados dependiendo al uso y miradas que sus portadores le den. Cuando el patrimonio es visto netamente como un recurso económico pierde sus valores históricos e identitarios y se distorsiona su significado (postura mercantilista), en cambio cuando se entiende su valor absoluto y fijo y se difunde a través de la educación, y la gestión cultural se conserva de generación en generación (postura conservacionista). En tal sentido desde en este proyecto de investigación se asumen ambas posturas, pues se entiende la necesidad de conservar y proteger los valores absolutos de las artesanías como patrimonio de Girardot, pero también se tiene en cuenta la necesidad de desarrollo económico de las familias artesanas del municipio, así que se debe mantener una mezcla entre ambas posturas.

Con base a lo anterior, nace el interés de realizar la presente investigación, se pretende abordar el potencial de la artesanía como producto que permita fomentar

la identidad cultural de Girardot en términos turísticos, para así aportar a la competitividad del municipio, y a la comunidad de artesanos.

Con los resultados de esta investigación se podrá aportar a la imagen del municipio a nivel cultural, pues se reconoce que a través de la actividad artesanal es posible fortalecer la identidad cultural de los territorios, en este caso de Girardot, una ciudad turística que debe su economía a la imagen que promueve ante los turistas.

Asimismo, desde una perspectiva cultural, cuando una comunidad fortalece su identidad se propicia un desarrollo social más integral pues cada individuo puede apropiarse de los elementos culturales, ya sean tangibles o intangibles, y difundirlos con sentido de pertenencia.

Por último, los estudiantes de administración de empresas que lean esta investigación podrán tener una perspectiva más amplia de la gestión del administrador, una que interactúa con diferentes áreas de la sociedad buscando contribuir al desarrollo no solo económico sino también social y cultural de los territorios, desde el estudio del patrimonio y la identidad.

4. MARCOS DE REFERENCIA

4.1 Antecedentes

Entre los trabajos revisados que sirvieron como referencia para el desarrollo del presente proyecto se tomó el estudio de (Benavides & Redondo, 2021) quienes, mediante la identificación del sector artesanal colombiano, y su participación en el mercado, proponen una serie de estrategias para la comercialización de artesanías en mercado internacionales.

Asimismo, (Fonseca, 2015) reconoce el potencial del sector artesanal en México como motor de desarrollo para las familias, asumiendo que es necesario fortalecer los canales de distribución para una comercialización más eficaz, a su vez, se propone que la formalización de las empresas artesanales es una actividad estratégica para lograrlo.

Por su parte, (Milan, 2020) en su estudio identifica una serie de estrategias para la comercialización de artesanías en comunidad indígena Kuna, lo que propicie la apertura de nuevos mercados y el apoyo económico a la comunidad, sin dejar de promover la identidad cultural, teniendo en cuenta que comunidades como esta, albergan un sinnúmero de riquezas ancestrales que necesitan ser salvaguardadas y protegidas de la mercantilización.

Respecto a la articulación artesanías e identidad cultural, (Patiño, Cantincuz, & Enriquez, 2019) muestran la importancia del tejido de sombreros con planta de la tetera para fortalecer los rasgos de identidad en el municipio de Ricaurte, Nariño, y proponen una serie de estrategias pedagógicas encaminadas a su difusión y trasmisión en las escuelas del municipio.

Por su parte, (Sanchez, et.al, 2015) exponen el potencial exportador que tienen las artesanías del departamento del Guaviare, lo que propicia el desarrollo económico

de las comunidades indígenas de la región. Sin embargo, a lo largo del trabajo se enfatiza en los principios de conservación, salvaguarda y protección que requieren las técnicas artesanales indígenas, vistas como patrimonio intangible de las comunidades.

4.2 Marco teórico

- Benítez (2009)

La postura teórica a partir de la cual se fundamenta la presente investigación es la visión de (Benítez, 2009) quien aborda la artesanía como un elemento que no se limita al concepto de souvenir turístico, sino que se debe entender como ese elemento que permite promover el desarrollo económico y social de las comunidades, la autora desde el ejercicio investigativo da a entender porque la artesanía debe formar parte del patrimonio intangible del destino e integrarlo a una nueva proyección de desarrollo,

Ello requiere de un esfuerzo mancomunado de los actores involucrados, pues las generaciones actuales nos enfrentamos a una era digital, donde las técnicas manuales y tradicionales se ven reflejadas y desechadas.

- (Ferro, 2017)

La autora, después de abordar distintas problemáticas de la actualidad como “la insatisfacción, en el renacimiento kitsch (Baudrillard 2009), en la ruptura del diálogo con la tierra, en la deshumanización de los procesos de producción y en la confusión del concepto de identidad.”(p. 97) plantean como solución y alternativa sustentable las prácticas artesanales, que además le dan importancia a la identidad y sentido de pertenencia a los territorios, y promueven su desarrollo, tal como lo afirma la teoría anterior.

- Patiño, Cantincuz, & Enriquez, (2019)

Por otro lado, el estudio de Patiño, Cantincuz, & Enriquez resulta directamente relacionado al planteamiento del presente proyecto, los autores desde una perspectiva pedagógica, promueven el tejido del sombrero con fibra de tetera para fortalecer la identidad cultural del pueblo Awá en el departamento de Nariño. Desde esta postura, es posible conocer que a partir del trabajo artesanal se puede promover la actividad sostenible de los recursos con que se realice el producto, y también generar un instrumento de pedagogía para promover la identidad cultural a colegios e instituciones públicas desde la manualidad.

- (Rivas, 2018)

Por su parte, Rivas armoniza el concepto de artesanía y prácticas artesanales abordados en el presente estudio desde la perspectiva de patrimonio, planteando la importancia del sector para el fenómeno de la identidad cultural de los destinos, pues a través de las artesanías cada pueblo se diferencia de otro y obtiene singularidad cultural y artística.

- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2003)

La guía expone una serie de técnicas de marketing, comercialización y propiedad intelectual para artesanos, empresarios de artesanías, y artistas en general. Si bien el tema de Propiedad intelectual no es relevante para esta investigación, en la guía de la OMPI, brinda información útil sobre legislación internacional, casos de éxito a nivel mundial, emprendimientos, herramientas, y recursos de marketing y

comercialización, para dar a entender que la actividad artesanal puede ser lucrativa y promover el desarrollo económico de las comunidades, si es bien planificada y gestionada.

- (Molano, 2017)

Por último, es necesario mencionar este artículo, donde profundiza en el concepto de identidad, y aporta a la discusión sobre desarrollo territorial con identidad cultural, a través de un recorrido sobre la evolución de los conceptos de cultura, identidad y patrimonio cultural, resultados de discusiones que permiten establecer un lenguaje y prácticas comunes, para identificar un hecho cultural y darle una especificidad que lo hace único, tal como los elementos artesanales y culturales que se estudian en este proyecto.

4.3 Marco conceptual

Arraigo cultural: acto y la consecuencia de arraigar: afincarse de modo permanente, afianzarse, ganar firmeza o echar raíces. La idea de arraigo puede emplearse en distintos contextos, en este caso a los elementos culturales de un territorio en específico.

Artesanal: es el resultado de la creatividad y la imaginación, plasmado en un producto, en cuya elaboración se ha transformado racionalmente materiales de origen natural, generalmente con procesos y técnicas manuales.

Artesanía: Producción de objetos útiles y, al mismo tiempo, estéticos, realizada en forma anónima por un determinado pueblo, exhibiendo un dominio de materiales, generalmente procedentes del hábitat de cada comunidad. Esta actividad es realizada como un oficio especializado, transmitido de generación en generación, y constituye expresión fundamental de la cultura con la que se identifican, principalmente, las comunidades mestizas y negras, y cuyas tradiciones están

constituidas por el aporte de poblaciones americanas y africanas, influidas o caracterizadas en diferentes grados por rasgos culturales de la visión del mundo de los originarios inmigrantes europeos.

Competitividad: capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores. Obteniendo así una posición destacada en su entorno.

Cultura: Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social.

Expresión artística: todo tipo de exploración creativa y de búsqueda de emociones y reacciones a través del arte y las herramientas que se aportan. La persona artista pretende, a través de las herramientas que le da el arte, expresar una parte de ella que es interna y psicológica.

Patrimonio cultural: Hacienda que alguien ha heredado de sus ascendientes. Conjunto de los bienes y derechos propios adquiridos por cualquier título. Es el legado cultural que recibimos del pasado, que vivimos en el presente y que transmitiremos a las generaciones futuras. El patrimonio cultural es la expresión creativa de la existencia de un pueblo en el pasado remoto, en el pasado cercano y en el presente. Nos habla acerca de las tradiciones, las creencias y los logros de un país y su gente. La palabra patrimonio significa algo que ha sido heredado, debe, de hecho, considerarse como el legado que recibimos de nuestros ancestros y que debe pasar a las futuras generaciones. Según la UNESCO existe dos tipos de patrimonio cultural: inmaterial y material. Dentro de la clasificación de material, se reconocen bienes muebles e inmuebles, en donde las artesanías se contemplan como bienes muebles, con valores estéticos, simbólicos e históricos de los pueblos.

Turismo cultural: Todo desplazamiento turístico tiene una implicación cultural; sin la cultura no se explica el turismo.

4.4 Marco geográfico

El presente trabajo tuvo lugar en Girardot, municipio de Cundinamarca, capital de la provincia del Alto Magdalena, el cual limita al norte con Nariño y Tocaima, al sur con Flandes, al oeste con Nariño, y al este con Ricaurte. Girardot se encuentra a 134 km del suroeste de Bogotá, y cuenta con un clima cálido promedio entre 30° - 36° , lo que fomenta su actividad turística

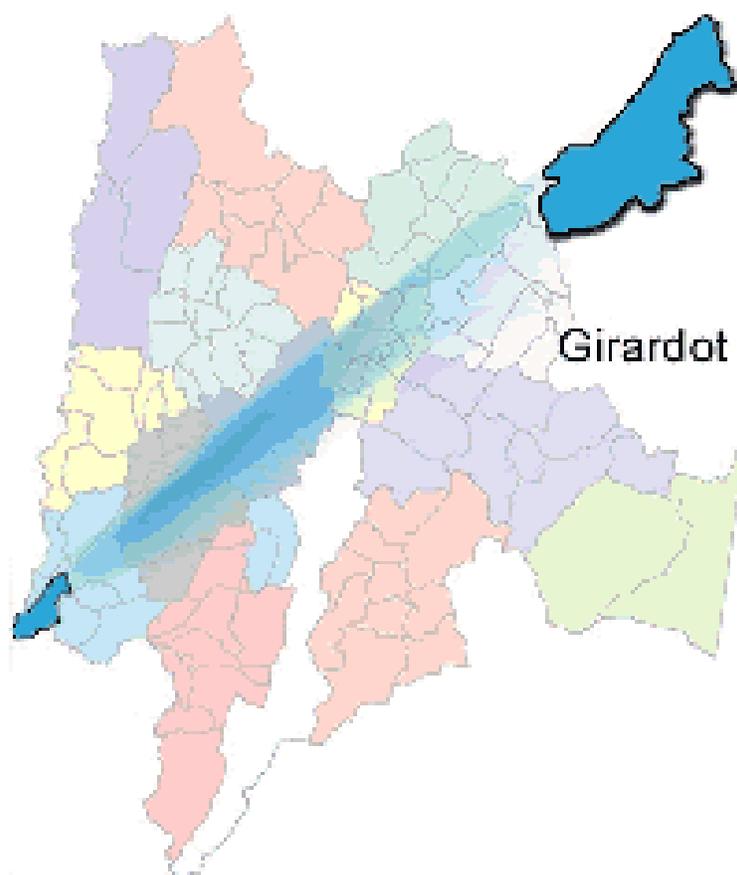


Figura 1. Mapa de Girardot

Fuente: Alcaldía municipal de Girardot

4.5 Marco legal

Durante el presente estudio es importante conocer las leyes que regulan y acobijan el desarrollo del comercio de las artesanías en el municipio de Girardot Cundinamarca, de orden Nacional y Departamental se encontró:

Tabla 1 Marco normativo sector artesanías de Colombia

Nombre	Descripción
Ley 36 de 1984	“Por la cual se reglamenta la profesión de artesano y se dictan otras disposiciones.”
Ley 397 de 1997	Por la cual se desarrollan los Artículos 70, 71 y 72 y demás Artículos concordantes de la Constitución Política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de la Cultura y se trasladan algunas dependencias.
Política de Turismo cultural “Colombia Destino turístico, cultural, creativo y sostenible”. 2018-2022	<p>Objetivo general; Mejorar las condiciones de sostenibilidad y competitividad del turismo cultural y creativo en Colombia, propiciando la vinculación, inclusión y participación de las comunidades locales en su desarrollo; fortaleciendo la preservación, valoración y gestión responsable del patrimonio, de los activos culturales del país; impulsando la integración efectiva de las cadenas de valor de las industrias turísticas, culturales, artísticas y creativas; de manera que se eleve el posicionamiento y reconocimiento de Colombia como destino líder en esta tipología, así como contribuya a la garantía y protección de los derechos económicos, ambientales, sociales y culturales.</p> <p>Desde la comunicación y promoción turística, el país ha usado atributos sustentados en la diversidad, en la dotación de los factores naturales y la singularidad de algunos valores de tipo cultural, especialmente, los relacionados con el patrimonio inmaterial emblemático del territorio, en los que se destacan las artesanías, las festividades y fiestas tradicionales, al igual que los</p>

	<p>movimientos literarios o artísticos que diferencian a Colombia, como el realismo mágico y la música del Caribe.(p. 108)</p> <p>Se contarán con proyectos especiales para la oferta turística cultural asociada a la gastronomía, a las ferias y fiestas, a la música, al patrimonio material e inmaterial y a las artesanías. (p,175)</p>
Política de Turismo y artesanías (2009)	<p>Formulada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2009), con el fin de integrar las cadenas productivas de los sectores turismo y artesanías, de manera sostenible y responsable, procurando la salvaguardia y la difusión de las tradiciones artesanales, así como el beneficio económico, social y cultural de las comunidades y destinos.</p> <p>Objetivo: Integrar como propuesta de desarrollo conjunto sostenible y responsable, las cadenas productivas de los sectores turismo y artesanías, procurando la salvaguardia y la difusión de las tradiciones artesanales y por el beneficio económico, social y cultural de las comunidades y destinos.</p>
Decreto 2291 de 2013	<p>Por el cual se establece la estructura de Artesanías de Colombia S. A. y se determinan las funciones de sus dependencias.</p>
Ley 2184 de 2022	<p>Por medio de la cual se dictan normas encaminadas a 'fomentar, promover la sostenibilidad, la valoración y la transmisión de los saberes de los oficios artísticos, de las industrias creativas y culturales, artesanales y del patrimonio cultural en Colombia y se dictan otras disposiciones</p> <p>Art. 22 Promoción y comercialización. El Gobierno Nacional, con el liderazgo de ,los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo, y de Cultura y Artesanías de Colombia, en articulación con las entidades territoriales implementarán acciones que fortalezcan la promoción, circulación y comercialización de los productos y servicios elaborados y ofertados por los agentes de los oficios de la cultura en ferias, festivales, mercados, eventos y vitrinas regionales, nacionales e internacionales, tanto en la modalidad presencial como virtual</p>

Plan decenal de cultura 2016-2026 del departamento de Cundinamarca	La formulación del Plan Decenal de Cultura busca dar origen a una política pública departamental que permita la transformación de los municipios mediante la valoración, preservación, recuperación y difusión del patrimonio cultural
Plan de Desarrollo Municipal: Girardot 2020-2023	Sector cultura Programa. Por un Territorio de Cultura y Emprendimiento Subprograma. Cultura con Tradición e Innovación

Fuente: Elaboración propia (2022)

5. METODOLOGÍA

5.1 Tipo de investigación

Para esta investigación basada en el potencial de las artesanías en el fomento de la identidad cultural, se optó por una investigación de carácter cualitativo, que permitiera un acercamiento a los actores involucrados en el objeto de estudio, pues este tipo de investigaciones, “se utiliza para descubrir y refinar preguntas de investigación, con frecuencia se usan métodos de recolección de datos sin medición numérica como las descripciones y observaciones, (Sampieri, Hernandez, & Baptista, 2013)

En este sentido, se seleccionaron técnicas de carácter documental, y descriptiva donde se pretende “describir los datos y características de la población o fenómeno en estudio. Este nivel de Investigación responde a las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo y cómo” (Peña, s,f), en este caso, de acerca de aspectos puntuales del sector artesanal de Girardot por medio de entrevistas a personajes de la comunidad.

5.2 Entrevista (fases)

La entrevista estará dirigida a 10 artesanos expertos y a la presidenta de la Asociación ASOMARTEG, cabe resaltar que no existe información oficial sobre la conformación de la asociación, o el número de artesanos activos en Girardot.

La muestra seleccionada fue de 10 artesanos, basándose en el método Delphi, el cual afirma que “un grupo homogéneo necesita una muestra más pequeña, de entre 10 y 15 expertos (Lopez, 2018, pág. 23), teniendo en cuenta que con esta entrevista se buscará conocer las perspectivas de los artesanos frente a la identidad cultural del municipio, su trabajo en la asociación, sus conocimientos sobre las técnicas artesanales, y su opinión sobre el fomento de las artesanías en Girardot.

De modo que, se indagará con un grupo selecto del sector que brinde información pertinente para la investigación, para ello se implementará una entrevista bajo un cuestionario semiestructurado de 10 preguntas. El proceso de entrevista se desarrolló de la siguiente manera:

1. Creación del cuestionario: redacción de preguntas, teniendo especial prioridad en recolectar datos concretos y despejar dudas de la problemática planteada
2. Implementación: Se aplicará el cuestionario a los artesanos que accedan a la actividad, de grabarán las respuestas y se diligenciará en el formato creado¹.
3. Estudio y análisis: Se extraerá toda la información útil de las entrevistas para el análisis de los resultados de investigación.

La entrevista se diseñó con las siguientes preguntas:

1. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja en el sector?
2. ¿Qué conoce sobre la historia de las artesanías de Girardot?
3. ¿Para usted que es identidad cultural?

¹ La información registrada en las entrevistas se encuentra en el capítulo de anexos.

4. ¿Cree que los girardoteños están apropiados con su identidad cultural?
5. ¿Piensa que se han fomentado las artesanías en Girardot?
6. Si su respuesta anterior fue no, ¿Por qué?
7. ¿Identifica alguna artesanía autóctona de Girardot?
8. ¿Cuáles son las técnicas artesanales más utilizadas en el municipio?
9. ¿Qué opina de la gestión de ASOMARTEG y de la alcaldía frente al fomento de artesanías en Girardot?
10. ¿Qué estrategias considera necesarias para fomentar la comercialización de artesanías?

5.3 Técnicas de recolección de información

Tabla 2. Tabla de operacionalización

Objetivo	Técnica	Fuente
1. Conocer la historia de las artesanías en Girardot	Revisión bibliográfica	Secundaria
2. Describir que elementos del producto artesanal cuentan con potencial para el fomento de la identidad cultural del municipio.	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista a Artesanos y Asociados a ASOMARTEG 	Primaria
3. Diseñar estrategias de comercialización para el fomento de la identidad cultural de las artesanías.	Matriz DOFA	Primaria

Fuente: Elaboración propia

6. HISTORIA DE LAS ARTESANÍAS DE GIRARDOT

Como resultado de la revisión bibliográfica realizada se pudo encontrar que los registros de las artesanías de Girardot son vagas, debido al mínimo interés que las instituciones, la administración pública y la comunidad en general han prestado al sector. De acuerdo con (Ramirez, 2012) los inicios de la actividad artesanal se pueden rastrear desde el comienzo de la humanidad, tomando el neolítico como el periodo donde se registra las primeras evidencias de cerámica, cestería y tejeduría.

Por otro lado, según (Sennet, 2008) la artesanía puede ser entendida como “la habilidad de hacer las cosas bien; o la elaboración de rituales que administran la agresión y el fervor” (p.12), por ende, el autor sugiere que la actividad artesanal representa un estilo de vida que impulsa a hacer las cosas bien, un impulso humano duradero y básico, “La artesanía abarca una franja mucho más amplia que la correspondiente al trabajo manual” (p.12)

Ahora bien, en Latinoamérica la hora de hablar de actividad artesanal se debe remitir a las tribus indígenas que asentaron cada uno de los territorios que después fueron invadidos por colonias españolas, quienes encontraron en América una amplia riqueza natural y obrera, entre ello, una amplia producción artesanal de objetos y servicios para satisfacer las necesidades de cada comunidad. Respecto a ello, (Lauer, 1984) resume sus opiniones en que “La perspectiva histórica es determinante para comprender el mapa artesanal de América Latina y el comportamiento de sus diversas áreas” (p.6), de acuerdo con ello, Colombia se destaca por una producción artesanal de origen agrario, al igual que Bolivia, Ecuador, Guatemala y México, lugares que trabajan a la sombra de las características de la industrialización, según el autor.

Así mismo, se denota que la producción artesanal en América latina representa una amplia diversidad de tamaños, y características que varían dependiendo del país y la región, el único renglón común de dichos procesos artesanales son el “provenir del pasado y no ser industriales” (Lauer, 1984, p.9). El autor concluye afirmando que para estudiar la historia de las artesanías en Latinoamérica se debe empezar por mirar las raíces históricas de cada territorio, lo que parte por la época precolombina de cada república.

De manera que, en Colombia, la información frente al tema también es mínimo, respecto a ello Ramírez (2012) expone en su ponencia un breve resumen sobre las notas existentes de las artesanías en Colombia. En dicha ponencia se menciona que, en el país, tan solo hasta el inicio del periodo colonial (1499-1550) la figura de artesanos empieza a concebirse como un oficio, gracias a los pobladores prehispánicos, a quienes pretendieron borrar de la historia. Y luego, hasta la década de los sesenta el estado colombiano comenzó a considerar el sector artesanal como una fuerza productiva importante la cual requería de atención. En tal sentido:

lo primero que hay que rescatar de manos del olvido es que la producción artesanal empezó a ser relevante en Colombia 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 por parte del Estado Colombiano. (Ramírez, 2012, pág. 4)

Durante la presidencia de Belisario Betancourt (1982-1986) se logró profesionalizar la mano de obra y la inclusión de los artesanos como población que debía ser atendida por parte del Estado colombiano, lo cual dio fruto a la Ley 36 de 1984, a partir del cual se “sancionó una definición oficial de la profesión del artesano y se estableció una clasificación jerarquizada del ejercicio productivo en maestro artesano, instructor, oficial o aprendiz” (Ramírez, 2012, p.9)

Tres años después se logró firmar el decreto 258, que reglamenta esa ley y expone una clasificación de la producción artesanal en Colombia, atendiendo a

criterios étnicos, raciales y territoriales. Con ello, la comercialización se comenzó a propagar a lo largo del país, pues las artesanías “empezaron a minar las posibilidades de mayores ingresos para todos aquellos que se reconocían, enunciaban o habían sido titulados como artesanos.” (p.10)

Para ese entonces se creó Artesanías de Colombia S.A.S, exactamente el 6 de mayo de 1964, como una entidad estatal que buscaba promocionar “y desarrollar todas las actividades económicas, sociales, educativas y culturales, necesarias para el progreso de los artesanos del país y de la industria artesanal. “ (Artesanías de Colombia, 2014).

Ahora bien, tal como se planteó anteriormente, para poder tener un espectro de la historia de las artesanías en un territorio, se debe conocer la trayectoria histórica de las comunidades, de manera que en Cundinamarca se puede remitir al caso de los asentamientos indígenas tales como los Muiscas, Panches, Colimas, Sutagaos y un pequeño grupo de los Muzo. Estas tribus se destacaron por su producción de artesanías, bajo técnicas de cerámica, orfebrería, en productos como “figurillas y objetos de adorno, como diademas, collares, narigueras, pulseras, pectorales, máscaras y los denominados tunjos, decorados con hilos de oro y, en general, figuras antropomorfas y zoomorfas planas” (SINIC, s,f). Se conoce que estas prácticas contribuían al desarrollo económico de las tribus, y además transmitían valores religiosos y culturales de cada comunidad.

De acuerdo con un informe de Artesanías de Colombia, durante la época de la colonia, alrededor de lo que hoy se conoce como Ricaurte, Girardot, Agua de Dios y Tocaima, se utilizaba frecuentemente el totumo o *Crescentia cujete*, como utensilio de cocina, como cucharones, platos, o tasas, para recolectar agua, no solo para el consumo humano sino también el animal. En Girardot específicamente que era el centro de exposición equina y bovina, el totumo se utilizaba como elemento surtidor de agua para dichas especies. Para los años 90 se empezó a estudiar al totumo con fines de decoración para el hogar, como lámparas, jarrones, cestas y artículos de decoración, por parte de comunidades de artesanos organizados. (Artesanías de Colombia, 2014)

Esta información es reconocida por Nubia Jiménez Girón, presidenta de Asomarteg, Asociación de artesanos de Girardot, a quien se pudo entrevistar por medio del ejercicio investigativo, quien menciona que es muy poca la información que se conoce sobre la historia de las artesanías del municipio, y afirmó que el totumo ha sido reconocido como identitario en Girardot para el manejo artesanal (aunque existen otras técnicas elementos usados para la actividad artesanal actualmente los cuales se estudiarán en el siguiente capítulo), además de ello, la presidenta habló acerca del amero, que es la hoja que recubre la mazorca de maíz y era utilizado en Girardot para la creación de artesanías, pero los portadores de tal saber no transmitieron las técnicas a las siguientes generaciones, y la técnica se perdió.

De manera que, el rastreo de información realizado permitió evidenciar que no es clara la trayectoria, hechos y personajes que han promovido la actividad artesanal en Colombia y Cundinamarca, sin embargo, algunos precursores del sector han resguardado sus esfuerzos en valiosos estudios que muestran importantes hallazgos frente a los valores culturales de cada comunidad, lo que en definitiva representa el aspecto más importante en la historia de las artesanías. Así mismo, se logra entender que, en Cundinamarca, y la región que rodea a Girardot se encuentra un valor histórico importante frente a la actividad histórica, enmarcada en los simbolismos y costumbres de las tribus que asentaron la región, sin embargo, las generaciones actuales puede que no conozcan esta historia, debido a la poca información que se halla respecto a ello, especialmente frente a la identidad cultural de cada territorio.

7. ELEMENTOS DEL PRODUCTO ARTESANAL QUE CUENTAN CON POTENCIAL PARA EL FOMENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL DEL MUNICIPIO

En primer lugar, se necesita contemplar el concepto de identidad cultural, el cual encierra un sentido de pertenencia no solo hacia un territorio en específico, sino

también hacia prácticas, elementos, historias, hacia una colectividad, pues “Hay manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, hecho que las diferencia de otras actividades que son parte común de la vida cotidiana” (Molano, 2007, pág. 73).

De acuerdo con la autora, la identidad de los territorios empieza a darse con la necesidad de diferenciación y reafirmación frente a otros, a través del patrimonio cultural, el cual existe gracias al reconocimiento y valoración de la comunidad, quienes buscan su aprovechamiento comercial y a la vez turístico en la mayoría de los casos.

En tal sentido, la actividad artesanal resulta un elemento del patrimonio material importante para las comunidades, el cual logra atesorar su identidad cultural a través de las generaciones, pues a través de múltiples elementos artesanales elaborados con diferentes técnicas se pueden relatar saberes, historias o narrar hechos de personajes icónicos de los territorios.

En el caso de Girardot la identidad cultural es un aspecto sumamente desvalorado, según las mujeres artesanas que se entrevistaron durante el ejercicio, “creo que en general la comunidad girardoteña no se identifica con esas cualidades, solo existen algunos artesanos que en verdad se han interesado por indagar en la historia de Girardot, del río y se apropian de la identidad cultural (Sandoval, D, comunicación personal, 28 de junio de 2022).

Las mujeres entrevistadas, relacionaron el término identidad cultural, con los símbolos o hechos que representan a un municipio con su historia o creación, lo que en el caso de Girardot se debe vincular con la pesca y el río Magdalena, afirmaron. También, se relacionó el estudio realizado en 2013 con Artesanías de Colombia y el equipo de artesanos de ese entonces, donde se identificó que el totumo era un elemento identitario de Girardot, pues es un elemento natural que se siembra con frecuencia en la zona, y es sumamente propicio para la creación de artesanías.

Ese estudio se hizo en 2013 con artesanías de Colombia y se concluyó que el totumo es algo identitario de esta región, pues se da comúnmente y se delegaron algunos caracteres, que identifican a Girardot como el Acacio, el puente, el Boga, La Danza al Sol, y lo tallamos en el totumo (Jiménez, N comunicación personal, 25 de junio de 2022).



Figura 2 Pato alcancía en totumo, técnica tallado

Fuente: página oficial de ASOMARTEG en Facebook

En efecto, se identificó la técnica del totumo y el amero, como identitarios del municipio, el primero en ellos, científicamente se conoce como *Crescentia cujete*, y tiene diferentes usos:

se utiliza para fabricar implementos de cocina como vasijas, tazas y cucharas. Este uso se reconoce como una forma de aprovechamiento de un producto vegetal y ecológico que no causa daños ambientales, caso contrario de envases plásticos y de icopor, productos contaminantes y sin posibilidad de biodegradarse (El campesino, 2018).

El totumo, se cultiva en tierra cálida y gracias a su material, permite la elaboración de artesanía de múltiples tamaños, lo cual ha sido aprovechado por artesanas de Girardot durante los últimos años, y también por estudiosos del área cultural que también han identificado su potencial para el sector, como (Duque et.al, 2017)

quienes proponen una estrategia para aprovechar los elementos naturales del totumo para un menor impacto negativo al medio ambiente.

Ahora bien, es preciso mencionar que en el sector existen múltiples técnicas para crear artesanías, no solo el manejo del totumo, de acuerdo con la UNESCO, las técnicas artesanales actuales son numerosas, entre ellas se encuentran:

herramientas, prendas de vestir, joyas, indumentaria y accesorios para festividades y artes del espectáculo, recipientes y elementos empleados para el almacenamiento, objetos usados para el transporte o la protección contra las intemperie, artes decorativas y objetos rituales, instrumentos musicales y enseres domésticos, y juguetes lúdicos o didácticos (UNESCO, s.f, pág. 1)

Ahora bien, cada una de estas prácticas han sido estudiadas por numerosas empresas para su venta, y comercialización en Girardot, pues la artesanía también es contemplada como recurso económico, gracias a su atractivo decorativo, y estético, pero es allí donde intervienen variables culturales y patrimoniales que deben ser salvaguardadas por las comunidades sobre los intereses privados, y conseguir un acuerdo social y colectivo que no afecte la identidad cultural de los pueblos. Desde el ejercicio investigativo realizado, se hallaron las principales técnicas artesanales implementadas en Girardot, las cuales se ilustran a continuación:



Figura 3 Canasta de mismo, con frutas hechas en totumo

Fuente: página oficial de ASOMARTEG en Facebook



Figura 4 Juego de mariposas de 4, su cuerpo es en torno, madera pina, y sus alas son de madera MDF.

Fuente: página oficial de ASOMARTEG en Facebook



Figura 5 Portaincienso en totumo

Fuente: página oficial de ASOMARTEG en Facebook



Figura 6 Muñecas de trapo

Fuente: página oficial de ASOMARTEG en Facebook



Figura 7 Muñeca elaborada en tela yercilon, polilicra, zatin, y encajes.

Fuente: página oficial de ASOMARTEG en Facebook



Figura 8 Pirograbado en lienzo

Fuente: página oficial de ASOMARTEG en Facebook



Figura 9 Baúl de medida 60 ancho x 40 de alto, con diseño con hojas, flores y puntillismo, resinado.

Fuente: página oficial de ASOMARTEG en Facebook



Figura 10 Bolso tejido crochet en hilo macramé

Fuente: página oficial de ASOMARTEG en Facebook

De acuerdo con lo anterior, la actividad artesanal en Girardot es diversa, las mujeres que hacen parte del grupo ASOMARTEG afirman que esta “es una asociación que se ha sostenido desde hace 18 años gracias al esfuerzo de las mujeres que la conformamos, tenemos una serie de categorías de artesanías en las que nos hemos ido capacitando internamente” (Sandoval, D, comunicación personal, 28 de junio de 2022).

En efecto en la asociación se encuentran diversas técnicas artesanales que se han logrado exponer ante la comunidad girardoteña y a algunos municipios aledaños por medio de ferias, además de ser comercializarlos, de servir de sustento para algunas mujeres cabeza de familia y de demostrar el talento y potencial de las mujeres de Girardot. Sin embargo, pocas de estas técnicas o artesanías, tienen un vínculo con la identidad cultural del municipio.

Tal como se mencionó anteriormente, a partir de las entrevistas realizadas se encontró que Girardot cuenta con múltiples elementos que pueden ser aprovechados en la actividad artesanal como su historia férrea, enmarcada por los hechos ocurridos durante 1924, donde Girardot fue epicentro del desarrollo comercial, de Colombia, y gracias a ello bienes como la estación, los rieles y las bodegas del tren hoy en día son declarados BIC (Bienes de interés Cultural).

También la actividad fluvial puede ser considerada, “la historia de Girardot se ha representado con la pesca, y grupos étnicos que se agruparon aquí antiguamente, lo que conllevó a la creación del monumento al Boga, por eso nuestra identidad se ha relacionado con la pesca y al Boga” (Sandoval, D, comunicación personal, 28 de junio de 2022). Es decir, en Girardot existe un valor importante asignado a el patrimonio fluvial con los hechos que enmarcaron el desarrollo gracias a la pesca, como los buques, o el primer hidroavión que embarcaron en el municipio.

Se considera que estos aspectos, identificados por las mujeres entrevistadas logran tener amplio potencial para trabajar desde la actividad artesanal, y así fomentar la identidad cultural de Girardot. De acuerdo con (Rivas, 2018), es necesario desdibujar el concepto que ha tornado alrededor de las artesanías como souvenirs para turistas, y que se logre entender que estas pueden ser elementos

del patrimonio cultural si se valoran eficazmente por parte de la comunidad y los actores involucrados en su gestión.

Respecto a ello, A partir de las entrevistas realizadas, se encontró que la actividad artesanal en Girardot no ha recibido un apoyo importante para su fomento:

cada alcalde llega con una mentalidad y una visión distinta, algunos apoyan fuertemente el sector y otros como el presente alcalde no apoya para nada la actividad artesanal, por eso las pocas asociaciones no han podido rescatar la poca identidad cultural que existe (Sandoval, D, comunicación personal, 28 de junio de 2022).

A su vez, se mencionó que los esfuerzos realizados por la asociación han respondido a esfuerzos internos, o de la gobernación departamental pero la alcaldía municipal no ha demostrado un constante apoyo para los artesanos del municipio, dificultando su progreso.

Por último, se encontró la necesidad de vincular el sector artesanal con la cultura y el turismo de Girardot, “Necesitamos ser parte de la cultura y el turismo de Girardot, también tener un espacio para exponer nuestras artesanías, pues algunas personas tienen almacenes para vender sus productos, pero son mercancías para revender” (Jiménez, N comunicación personal, 25 de junio de 2022). Además, se propone la creación de galerías para las artesanías pues no se han establecido espacios para ellos, donde turistas y girardoteños puedan comprar y conocer las artesanías autóctonas de la región, las entrevistadas aseguraron que ni la administración pública ni la comunidad han logrado identificar la importancia de valorar y salvaguardar la actividad artesanal en Girardot, y por ello no se han aprovechado cultural ni turísticamente.

Por consiguiente, se logró encontrar que existe un potencial considerable en técnicas artesanales como el manejo del totumo, y el marco histórico que alberga Girardot, lo cual no se ha logrado identificar o aprovechar por la comunidad girardoteña o la administración pública durante los últimos años, a pesar de la existencia de artesanos capaces, talentosos y prestos para trabajar y

comercializar tales elementos. Así que a continuación se condensa la información recopilada, en una serie de estrategias para aportar a dicha comercialización, y a su vez propenda por el fomento de la identidad cultural de las artesanías en Girardot.

8. ESTRATEGIAS PARA PROMOVER LA COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS

El ejercicio realizado ha demostrado que la actividad artesanal en Colombia además de transmitir el patrimonio cultural de los territorios, es una actividad que contribuye al desarrollo económico del país, pues más de un millón de personas se beneficia por el trabajo de este sector. De acuerdo con Artesanías de Colombia algunas de las características principales del sector a nivel nacional son:

Tabla 3 Caracterización sector artesanal en Colombia

Características sociodemográficas	Distribución etaria y sexo	La muestra revela que más del 61% de la población tiene más de 40 años, mientras que el 23.1% tiene más de 60. Por lo que se evidencia la importancia de emprender acciones dirigidas a la protección
	Pertenencia étnica:	los departamentos en donde hay mayor porcentaje de personas que se dedican a la actividad artesanal y se reconocen como indígenas son: Amazonas (97,5%); La Guajira (95,6%); Chocó (76,2%) y Córdoba (62,7%).

	Régimen de Seguridad Social en Salud:	de acuerdo con la muestra, 60,2% de las personas dedicadas a la actividad artesanal reside en zonas urbanas y 39,8% en zonas rurales. Desagregando las zonas rurales, 16% se ubica en resguardos indígenas.
Características productivas	Forma de aprendizaje de los oficios artesanales:	se evidencia que la mayor parte de los artesanos aprendió su oficio artesanal a través de transmisión familiar, lo que revela el carácter tradicional y cultural de la artesanía.
	Lugar de producción artesanal:	el 70% de los artesanos elaboran las piezas artesanales en el hogar, 51,4% en cualquier lugar de la vivienda y 18,6% en un lugar exclusivo dentro de la vivienda.
	Tipos de materias primas:	las de origen vegetal son las que se usan en mayor proporción en la elaboración de piezas artesanales.
	Tipos de herramientas:	del total de los artesanos, 65% elabora las piezas artesanales principalmente a mano; 22,4% se apoya en máquinas simples y 19,6% hace uso de máquinas con motor.
Características socioeconómicas	Ingreso promedio mensual al hogar por artesanía:	para el 50,7% de los artesanos encuestados la artesanía es la principal fuente de ingreso del hogar.
	Rol laboral en la actividad artesanal	la mayor parte de los artesanos trabajan de forma independiente.
	Comercialización:	75,8% de los artesanos

		manifestaron realizar la mayor parte de sus ventas de forma directa al consumidor final; 21,6% por intermediarios; 8,3% por medio de asociaciones y 7,4% a través de puntos de venta.
	Participación en ferias artesanales	los departamentos en donde se presenta mayor proporción de participación en ferias son Bogotá (48,1%); Cundinamarca (49,3%) y Antioquia (48,9%).
	Dificultades en la comercialización:	la principal dificultad reportada es el desconocimiento de los mercados y las preferencias de los compradores.
Características de los negocios de comercialización de artesanías	Rol de las y los artesanos en los negocios:	la mayor parte de los artesanos manifestaron ser propietarias de negocios de comercialización de artesanías.
	Ingresos económicos por el negocio:	el 42,7% de los artesanos manifestó estar devengando un salario a partir de la tenencia e ingresos del negocio.

Fuente: (Artesanías de Colombia, s.f)

Esta caracterización permite tener un escenario real de la actividad artesanal del país, de lo cual se puede destacar la edad de los artesanos, pues no se registra un porcentaje considerable de artesanos jóvenes que busquen salvaguardar o comercializar las técnicas artesanales en el país, a su vez se evidencia que más del 50% de los artesanos depende económicamente de esta actividad, devengando un salario mínimo, y siendo en su mayoría propietarios de negocios,

esto conlleva a inferir el potencial que tiene la actividad artesanal en temas rentables para los colombianos, al considerar las virtudes históricas, culturales (técnicas, saberes) y de recursos que poseen los territorios.

Sin embargo, se encuentra que una de las mayores dificultades para la comercialización de artesanías es el desconocimiento de mercados, y las preferencias de los compradores, ello se puede relacionar a las nuevas tendencias del mercado que se vincula cada vez más a la compra de productos tecnológicos y digitales, por encima de las manualidades, y además “La falta de cultura de compra artesanal, como una constante, pues una porción muy baja de la población tiene la tendencia a adquirir productos artesanales y si lo hace es de manera ocasional y de otra los precios que están dispuestos a pagar por dichos artículos es muy bajo” (Arguello & Quintero, 2014, pág. 28).

Además, se menciona que los artesanos no dedican esfuerzos a conocer su cliente actual, sus preferencias, y características para así generar acciones o estrategias de comercialización y venta. El estudio en mención destaca también que la actividad artesanal en Colombia se encuentra inmersa en la economía informal, a pesar de tener el potencial para ubicarse dentro del sector productivo con mayores posibilidades de desarrollo, sin embargo, se insiste en la falta de apoyo institucional para su crecimiento. Por consiguiente, se insta en la necesidad de identificar una serie de estrategias acordes a la situación actual de la actividad artesanal de cada territorio.

Perfil del comprador de artesanías

Estudios realizados en América Latina, demuestran que la asociatividad entre los actores del sector artesanal y la identificación del cliente actual son clave para su fomento e inclusión como unidad productiva y responder a la demanda local, lo que promueve a su vez, una dinamización en la economía, a través de la divulgación de la identidad cultural.

Frente a ello, uno de los estudios más recientes encontrados frente al análisis del perfil del consumidor de artesanías es el de la Subgerencia de Promoción y Generación de Oportunidades Comerciales de Artesanías de Colombia, en su proyecto (2014) "Mejoramiento y generación de oportunidades comerciales para el sector artesanal colombiano", donde se estudia los diferentes tipos de posibles clientes o consumidores de artesanías en Colombia que pueden acceder a la plataforma propuesta, y a través de entrevistas a compradores identificados por la Adec (tiendas, ventas corporativas y ventas internacionales), se establecieron tres categorías:

1. Buyer persona detallista



Figura 11 Características Buyer persona detallista

Fuente: (Artesanías de Colombia, 2014)

2. Buyer persona Fiel o tradicional

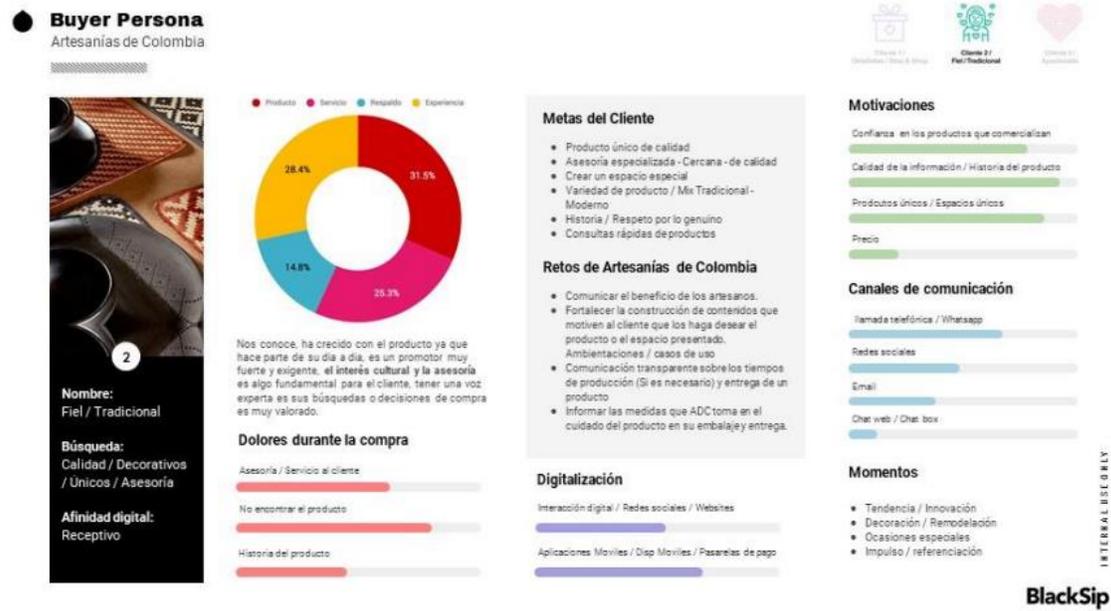


Figura 12 Características Buyer fiel o tradicional

Fuente: (Artesanías de Colombia, 2014)

3. Buyer persona apasionado

Buyer persona Apasionado



Figura 13 Características buyer apasionado

Fuente: (Artesanías de Colombia, 2014)

De manera que el sector artesanal tiene una ruta visible sobre las motivaciones e intereses de sus clientes potenciales, personas detallistas, motivados principalmente por la variedad de productos que se le ofrecen y por la calidad en la atención al cliente, quienes son altamente afectados por los precios altos de los productos. A este tipo de clientes se le debe alcanzar por medio del uso de redes sociales, y permitirle encontrar su producto ideal, que encuentre ese detalle que está buscando.

Por otro lado, el cliente tradicional busca calidad, productos decorativos, únicos, y asesorías, por ello la confianza que el producto le garantice es su mayor motivación, el mejor canal de comunicación es la llamada telefónica con un asesor y su mayor desmotivación es no encontrar el producto que busca. Y por último el cliente apasionado, busca productos de alta calidad a precios competitivos, es decir productos únicos en el mercado y fáciles de adquirir, a este cliente se le deben brindar los mejores servicios digitales posibles para mostrar el producto, asesorías, compra y entrega del mismo.

Comercialización de artesanías en otros países

Cada país de Latinoamérica cuenta con instituciones gubernamentales especiales para tratar el fomento y comercialización de artesanías, por ejemplo:

- En México: ProMexico, la cual brinda una herramienta de autodiagnóstico para que las empresas artesanas mexicanas conozcan su capacidad de exportación
- En Perú: PromPeru: define los requisitos técnicos para la exportación de artesanías de acuerdo a la legislación peruana y las organizaciones a las cuáles pueden acudir los productores según sus necesidades.
- En Brasil: SEMBRAE, se dedica especialmente las empresas artesanas de Brasil, resaltando que antes de exportar es importante conocer al consumidor final del producto
- En Guatemala: Agexport, brinda información sobre el desarrollo del sector artesanal. En Guatemala está conformado por aproximadamente 1 millón de artesanos productores, en su mayoría indígenas. (Connectamericas, s,f, pág. 1)

Desde cada institución se ha optado por implementar diferentes estrategias para la comercialización de artesanías, teniendo en cuenta las características particulares de cada población. A continuación, se enuncia un resumen de algunas de ellas:

Tabla 4 Estrategias de comercialización internacionales

País	Estrategia
Perú	Implementar catálogos que se envían a embajadas y a participación en ferias
Guatemala	Participación en ferias internacionales y eventos artesanales en Centroamérica
México	Estrategias de mercadotecnia y de manufactura. La innovación de los productos

Costa Rica	La formalización como empresa para innovar, competir y tener proveedores
Brasil	La participación en eventos para darse a conocer de forma internacional

Fuente: (Connectamericas, s,f)

- **Comercialización de artesanías en Guatemala**

Según (Domingo, 2018) la actividad artesanal de Guatemala se especializa en las tradiciones familiares, donde los saberes y practicas se transmiten de generación en generación y las labores de comercialización y venta se distribuyen entre parientes. En Guatemala, se conocen diferentes grupos de apoyo económico y productivo conformados por alianzas entre artesanos y actores involucrados.

Asimismo, se ha destacado el uso de intermediarios para acelerar y fortalecer las ventas, es decir una persona natural o alguna empresa que ayude a vender las artesanías a nivel local y regional, quien toma mayor ganancia del producto, sin embargo, los artesanos están en búsqueda de eliminar tal eslabón para así disminuir pérdidas económicas.

- **Comercialización de artesanías en México**

En México se insta por la innovación, manualidad y fortalecimiento de procesos de marketing formales. De acuerdo con (Fonseca, 2015) numerosos territorios de México albergan historia y potencial cultural importante para el desarrollo de artesanías promoviendo su comercialización, exportación y conformación como unidad productiva. Estas técnicas se basan en procesos manuales, bordados, tejidos y pinturas que requieren también de programas de salvaguarda y protección,

De modo que (Fonseca, 2015) sugiere fortalecer los canales de promoción y distribución como estrategia para la actividad artesanal en México, formalizando los canales de marketing, estudiando a profundidad las características del cliente y apostando con más rigurosidad a la promoción y publicidad de las potencialidades de las artesanías en México.

Comercialización de artesanías en Costa Rica

La principal estrategia implementada en Costa Rica es la formalización de empresa basada en artesanías, es decir disminuir la actividad independiente e informal, y promover la creación de empresas legalmente registradas ante instituciones pertinentes que permitan un control constante, capacitaciones etc.

Además, bajo esta premisa, se entiende que en Costa Rica se insta por la creación de empresa con todas las variables requeridas; planeación estratégica, áreas de dependencia, cumplimientos legales, estructuras de mando, registros de contabilidad, etc. De esta manera se garantiza una mayor credibilidad de los productos que se ofrecen y posicionamiento de las artesanías en el mercado. (Badilla , y otros, 2003)

Comercialización de artesanías En Perú

Desde el Mincetur (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú) se han diseñado diferentes programas de promoción para la actividad artesanal después de la pandemia covid-19. Con el fin de aportar a la reactivación de pequeños empresarios y de artesanos independientes, a partir de concursos públicos, otorgando cofinanciamientos y beneficios económicos (Plataforma digital única del Estado Peruano, 2022)

Entonces, es posible entender los múltiples tipos de estrategias que se pueden implementar en el sector artesanal con el objetivo de lograr su promoción y

comercialización en el marco de una salvaguarda y protección cultural, lo ejemplos mencionados permiten entender que la actividad artesanal es una necesidad sentida en los planes y proyectos de carácter público de los estados, desde miradas económicas y culturales, así como una vía de desarrollo económico para pequeños empresarios y familias de artesanos.

Comercialización de artesanías en Colombia

En el caso de Colombia, la actividad artesanal se encuentra inmersa en el programa de economía naranja del actual y saliente gobierno, en donde se ha planteado como estrategia principal:

Artesanías de Colombia fortalecerá los laboratorios de diseño e innovación en las regiones con vocación artesanal para apalancar la generación de valor agregado en los productos artesanales a partir del diseño y la innovación. Así mismo, generará acciones de articulación entre el sector artesanal y las demás actividades pertenecientes a la economía naranja (Presidencia de la Republica, 2018, pág. 751).

Bajo el modelo de economía naranja, se estableció la obligatoriedad al gobierno nacional de visibilizar sectores como artes, industrias creativas, y patrimonio en todo el territorio nacional, formulando políticas claras, otorgando incentivos necesarios, créditos y programas para la cooperación técnica, capacitaciones y demás herramientas para que artistas y emprendedores culminen sus proyectos y el arte y la cultura se promueva en el país.

Ahora bien, puntualmente en Girardot, en el Plan de desarrollo Girardot es de Todos, visión 20/40, 2018-2022 (Alcaldia de girardot, 2018), se plantean una serie de estrategias encaminadas al fortalecimiento del sector artesanal su promoción y reconocimiento en el municipio:

- Capacitar 2000 adultos mayores girardoteños en la elaboración de accesorios artesanales con elementos naturales y/o reciclables durante el cuatrienio.

- Realizar 8 procesos de formación e innovación para los artesanos a través de alianzas interinstitucionales, gestión de proyectos y acceso a ruedas de negocio y ferias.
- Crear un sendero artístico-artesanal desde el Parque Gaitán hasta el Puente Férreo.

Sin embargo, como se pudo validar a partir de las entrevistas a los artesanos de Asomarteg, estas iniciativas no han demostrado un alto grado de cumplimiento. Además, se puede evidenciar que las estrategias son limitadas, reconociendo el amplio potencial que cuenta el municipio en temas históricos y culturales para el desarrollo de artesanías, por consiguiente, a continuación, se analizan la información estudiada a lo largo del proyecto en una matriz DOFA, que resultará en una serie de estrategias:

Tabla 5 Matriz DOFA

	Fortalezas -Historia, elementos y cultura de Girardot -Talento de artesanos -Disposición de artesanos -Múltiples técnicas artesanales	Debilidades -Falta de apoyo de instituciones - Falta de conocimiento de historia de Girardot -Falta de reconocimiento -Poca promoción -No se cuenta con espacios propios
Oportunidades -Auge turismo cultural y local -Apoyo de entidades departamentales - Identificación del perfil del comprador	Estrategias FO Eventos Participación en expoartesanias	Estrategias DO Creación de empresa formal/ alianzas/innovación
Amenazas -Pérdida de saberes y tradiciones y de identidad cultural	Estrategias FA Uso de medios digitales	Estrategias DA -Talleres de técnicas artesanales/historia de Girardot ancianos

De acuerdo con la matriz DOFA, los aspectos que se pueden considerar como fortalezas para el sector artesanal de Girardot son el acervo histórico y cultural que se logró identificar, ligado a la actividad férrea, fluvial, bienes declarados de interés cultural, al uso del totumo, el amero entre otros. Y también, el talento y disposición de los artesanos que se evidencia a partir de las múltiples técnicas artesanales que se expusieron.

Frente a las debilidades, se pueden mencionar la falta de apoyo de la alcaldía municipal, fuertemente expuesta por las artesanas entrevistadas, quienes recalcaron esta problemática no solo en este periodo de administración, sino en varios anteriores, lo que repercute por supuesto en la falta de reconocimiento y promoción de la labor artesanal, asimismo, se identificó la falta de espacios aptos para exponer los productos artesanales a turistas y girardoteños, como problemática sentida en el sector.

Respecto a las oportunidades, se destaca el auge del turismo cultural impulsado por la pandemia covid-19 “El turismo cultural se ha convertido en una de las industrias más importantes a nivel mundial, sobre todo en los países en vías de desarrollo hay enormes expectativas por lo que este mercado pueda aportar.” (CEUPE, 2022, pág. 1). La crisis sanitaria cambio las necesidades y exigencias del turista, motivándolo ahora a vivir más experiencias con la naturaleza, la cultura con destinos cercanos y locales, que no exigen viajes en avión, disminuyendo procesos de pruebas de salud, o riesgos de contagio.

Por otra parte, tal como se evidencia en las entrevistas realizadas, el apoyo de la gobernación departamental al sector artesanal resulta una oportunidad digna de aprovechar, tal como el proyecto ‘Fortalecimiento de la Actividad productiva Artesanal’ que busca “el mejoramiento de la calidad de sus productos y herramientas para fortalecer aspectos como el mercadeo, la innovación, las redes sociales y la cualificación, todo lo anterior con el acompañamiento de importantes profesionales del sector” (Gobernacion de Cundinamarca, 2019, pág. 1)

Finalmente, la pérdida de la propiedad intelectual conformada por técnicas, saberes, tradiciones, y la identidad cultural en general del municipio de Girardot, resulta la mayor amenaza identificada en este estudio, se evidenció que las actuales generaciones no tienen claro la historia de Girardot, la actividad artesanal como elemento de la cultura, y del turismo, y menos aún los saberes y técnicas relacionados con la artesanía, para continuar con ella. De forma que, si se pierde estos conocimientos, y habilidades, se está incurriendo a una pérdida cultural grave que afectara la historia e identidad de futuras generaciones.

Con base a lo anterior se plantean las siguientes estrategias:

1- Creación de Eventos/ Participación en Expo Artesanías, Reinado nacional del Turismo

En primer lugar, como estrategia de éxito se sugiere la creación de eventos al interior del municipio que convoque a diferentes artesanas y artesanos y se puedan exhibir sus productos y servicios de manera pública, el evento puede incluir diferentes actividades que involucren entretenimiento y venta de otros productos para así fomentar el comercio y la cultura de Girardot.

También se propone la participación a expo artesanías, la feria que reúne a artesanos de toda Latinoamérica en Bogotá una vez al año, buscando la promoción del sector y su posicionamiento en la economía del continente. Frente a ello, en Artesanías de Colombia (2021) se ha identificado falencias en la participación de los colombianos a la feria, como “material promocional no adecuado para la demanda, la exhibición de los productos en las participaciones en ferias y eventos no es competitiva, no se cuenta con una identidad de producto consecuente entre calidad, imagen gráfica, precio,” (p.1). Por ende, se necesita mejorar el reconocimiento de los actores que demandan la artesanía en Girardot, y prevenir tales falencias.

Del mismo modo, los artesanos de Girardot pueden dar a conocer sus técnicas, saberes y productos en eventos como el reinado nacional el turismo, participando

en el diseño de las prendas de las reinas, como ejemplo de ello en el reinado Nacional de belleza el traje de fantasía es exclusivamente hecho con técnicas artesanales de todas las regiones del país, como el totumo:



Figura 14 Traje Señorita Bolívar, Totumo ancestral

Fuente: (Artesanías de Colombia, 2013)

En la página web de artesanías de Colombia se pueden observar otros ejemplos de estos trajes.

Asimismo, las artesanías de Girardot se pueden fomentar en las carrozas, en casetas debidamente construidas en el parque principal, el Terminal de transporte, Unicentro, alrededor de las diferentes calles durante los desfiles y otras actividades del reinado, para que los turistas y la comunidad girardoteña conozca y compre los productos. Para ello es necesaria la articulación entre el gremio artesanal y la administración pública, donde se tenga en cuenta las necesidades e intereses de ambos actores de la sociedad y se brinde la oportunidad de participar a los artesanos en este tipo de festividad tan importante para Girardot.

También, se puede considerar la participación en ferias ganaderas, que han tenido tanto auge en la ciudad, como la feria nacional del Cebú (Alcaldía de Girardot, 2019) donde se promuevan las artesanías con casetas, y también con volantes y música de la región, de modo que se fortalezca la identidad del municipio a turistas y visitantes de las ferias y a la comunidad anfitriona, y a su vez se comercialice las artesanías.

2- Creación de empresa formal

Por otro lado, si bien se ha reconocido que en Girardot la actividad artesanal se caracteriza por mujeres independientes que ofrecen sus productos artesanales, se propone la creación de empresa, con su debida formalización, esto si bien es un riesgo alto que deben asumir las artesanas, se destacan los beneficios que trae la creación de empresa formal como la visibilización ante el mercado, la credibilidad, el reconocimiento, facilita el crecimiento de la empresa y el acceso a créditos bancarios. (Bancolombia, 2020). Además, se puede apostar por diferentes alternativas para lograrlo como alianzas entre artesanos dentro del municipio o de aledaños, y también generar esfuerzos por crear productos innovadores que llamen la atención del cliente actual a partir de narrar la historia del municipio y nuevas técnicas artesanales.

Para ello es claramente necesario la realización de un plan de mercadeo, previo a la diseño de cualquier plan de negocio, ante lo cual ya se tienen unas bases definidas que son tres tipos de clientes a nivel nacional : detallistas, tradicionales y apasionados, pero es necesario identificar las características sociodemográficas del cliente de Girardot para así disminuir riesgos y pérdidas en la toma de decisiones.

3- Uso de medios digitales

Como estrategia de reacción, se propone la creación de plataformas web más avanzadas en el sector artesano de Girardot, pues actualmente solo se cuenta con una fan page en Facebook. Se propone crear una página web, además de redes

sociales en tendencia en las cuales se puedan exhibir la labor de cada artesano, el portafolio de productos, servicios, programación de actividades, datos de interés cultural, y que dentro de estas opciones se pueda generar la compra de artículos o de generar preguntas y comentarios. “hemos intentado crear páginas web para mercadear, pero ha sido muy difícil para nosotras, hace un tiempo unos estudiantes de la Universidad Piloto nos crearon una página web pero no ha servido mucho, aún está en desarrollo” (Caballero, L. 1 de noviembre, Comunicación Personal)

De esta manera, el alcance de la comercialización de artesanías se ampliará a otros mercados, de carácter regional, y a su vez la identidad cultural del municipio se podrá fortalecer.

4- Talleres de técnicas artesanales

Por último, como estrategia de supervivencia, se sugiere la implementación de talleres liderados por las artesanas del grupo ASOMARTEG a la población de Girardot, especialmente a jóvenes y niños de colegios e institutos, donde se enseñen técnicas, recursos artesanales y sobre todo la trascendencia y vínculo de estos con la identidad cultural del municipio.

Los artesanos de Girardot, también pueden participar en la investigación, pues se encontró que pocas artesanas tienen un arraigo con la historia y la cultura de Girardot, de ahí que la identidad cultural no se a fomentado en las artesanías, pues existe el potencial y las herramientas para lograrlo. Así que se necesita impulsar la investigación y el estudio de esta historia a través de cursos o talleres para las artesanas y así ellas puedan fomentarlo en sus creaciones artesanales.

Para ello es importante la participación de la población mayor de Girardot, resulta interesante motivar la inclusión de esta población a los talleres y que expongan sus conocimientos frente a la identidad cultural, la historia y los hechos que enmarcan la cultura del municipio, tal como lo plantea (Quintero & Trompiz, 2013)

A partir de ello la identidad cultural y los oficios artesanales se pueden promover también a universidades, colegios, a la administración municipal, cámara de comercio etc, a través de talleres, folletos, cartillas etc, para motivar y enseñar a diferentes segmentos de la población sobre las artesanías, que son, como se realizan, como fomentan la identidad cultural de Girardot, y a su vez se despierte el interés por comprarlas.

En esta instancia se han expuesto numerosas estrategias de comercialización de carácter internacional, nacional y local que buscan la promoción y comercialización de las artesanías en el territorio incidiendo en el desarrollo económico del artesano. Sin embargo, es necesario recalcar que cada una de estas estrategias, en especial las propuestas desde el ejercicio investigativo se deben plantear bajo un enfoque de salvaguarda y protección del patrimonio cultural.

Según (Bustos, 2009) uno de los riesgos de la comercialización de artesanías en los países de Latinoamérica es su mercantilización como producto netamente comercial, denigrando su valor cultural e histórico, por ende es necesario que bajo cualquier acción tomada desde el ámbito privado o público del sector artesanal se brinde la prioridad necesaria a valorar y proteger los valores históricos, simbólicos y estéticos de las técnicas artesanales de Girardot, sin dejar de propender por un desarrollo económico.

9 . CONCLUSIONES

A lo largo del ejercicio investigativo realizado se pudo entender que el sector artesanal del municipio de Girardot alberga diversos elementos con potencial para su uso comercial, turístico y sobre todo para el fomento de la identidad cultural de la comunidad. Dicho potencial se compone de elementos históricos y culturales de la ciudad, del talento de los artesanos, y de las técnicas, los recursos y las iniciativas evidenciadas en el sector artesanal.

Al revisar la trayectoria del trabajo artesanal a nivel nacional, regional y local, se evidenció la limitada información frente al surgimiento de esta actividad en cada asentamiento, lo que se puede relacionar a hechos históricos como la colonización, que afectó considerablemente la población indígena, y con ello, sus aportes culturales y artesanales. Puntualmente en el caso de Cundinamarca se encontraron aportes de algunas tribus indígenas, en técnicas como cestería, pintura, orfebrería y cerámica, lo que propició que en Girardot se produzca las artesanías que se evidencian hoy en día. Puntualmente frente a la historia de la actividad artesanal en Girardot, se destacó el totumo y el amero como recursos identitarios del territorio, debido a su alta producción en la región, y su fácil manejo para el trabajo artesanal.

En tal sentido, los vagos hechos históricos encontrados y los recursos y técnicas que se relacionan a la historia de Girardot, permitieron conocer los elementos que cuentan con potencial para la comercialización, en lo que se destacó la historia férrea y fluvial que enmarca la fundación de Girardot, y los diferentes bienes patrimoniales que se relacionan a ello. Asimismo, se reconoce la gestión de las artesanas de la Asociación ASOMARTEG, quienes brindaron información importante para este trabajo, y quienes demostraron ser otro elemento con potencial para comercializar las artesanías en el municipio, pues ellas, junto con su equipo, sus iniciativas, prácticas y talento resultan un actor fundamental para la gestión de las artesanías, su comercialización y el fomento de la identidad cultural.

Para lograr una efectiva comercialización de artesanías en Girardot se enunciaron múltiples estrategias de carácter internacional, nacional y local que permiten entender que la actividad artesanal además de transmitir la identidad cultural, contribuye al desarrollo económico de las comunidades, y que la gestión y el interés de la administración pública es sumamente valiosa para apoyar la labor de los artesanos. Puntualmente para Girardot se destacaron 4 estrategias que recopilan la información del ejercicio investigativo realizado, dirigiendo la mirada a la formalización de empresas, participación en ferias, marketing digital y

capacitación. Para esto se necesita reafirmar el interés en salvaguardar los valores históricos, simbólicos y estéticos de la artesanía en Girardot.

10. RECOMENDACIONES

Para terminar, se destaca que el administrador que lea este documento necesita ampliar su mirada sobre las áreas de su gestión, entendiendo que puede contribuir al desarrollo económico de las comunidades a través de las prácticas culturales o elementos patrimoniales, entre otros, que parezcan no relacionarse al quehacer del administrador.

Por ello, los resultados de esta investigación entregan una serie de estrategias técnicas y prácticas de como contribuir al sector artesanal de Girardot para mejorar su desarrollo económico sin banalizar los valores culturales de sus prácticas. Se recomienda a cada artesano de la ciudad tomar consideración de ello, de aunar esfuerzos, trabajando en asociatividad y continuar con su labor en Girardot y la región.

Asimismo, se invita a la administración pública a apoyar al sector artesanal, a escuchar sus peticiones y quejas, y a reconocer el potencial de esta practica para el desarrollo cultural y económico de Girardot.

Que se vea la artesanía no se vea como

Que la artesanía se identifique como identidad cultural

Debemos interesarnos un poco más de turismo

11. BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de girardot. (2018). *Plan de desarrollo de Girardot*.

Alcaldía de Girardot. (2019). *Coliseo de ferias de girardot está siendo adecuado para la 72 feria nacional cebú*. Obtenido de <https://www.girardot-cundinamarca.gov.co/NuestraAlcaldia/SaladePrensa/Paginas/COLISEO-DE-FERIAS-DE-GIRARDOT-EST%C3%81-SIENDO-ADECUADO-PARA-LA-72-FERIA-NACIONAL-CEB%C3%9A-.aspx>

Arguello, G., & Quintero, C. (Septiembre de 2014). *Estudio de mercado de la artesanía en bogota*. Obtenido de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/3220/1/INST-D%202014.%20193.pdf>

Artesanías de Colombia. (2014). *50 años apoyando las artesanías colombianas*. Obtenido de https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/50-anos-apoyando-las-artesantias-colombianas_4901#:~:text=Artesan%C3%ADas%20de%20Colombia%20fu e%20creada,y%20de%20la%20industria%20artesanal.

Artesanías de Colombia. (2013). *Vestidos reales, vestidos artesanales*. Obtenido de https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Noticia/vestidos-reales-vestidos-artesanales_4796

Artesanías de Colombia. (2014). *Fomento a la actividad productiva artesanal del departamento de Cundinamarca*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/52156602.pdf>

Artesanías de Colombia. (25 de marzo de 2014). *La mochila Wayúu, parte de la tradición de Colombia*. Obtenido de http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_noticias/la-mochila-wayu-parte-de-la-tradicion-de-colombia_5070

- Artesanías de Colombia. (2014). *Mejoramiento y generación de oportunidades comerciales para el sector artesanal colombiano*. Obtenido de <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/5414/1/INST-D%202020.%20263.pdf>
- Artesanías de Colombia. (2022). *La artesanía y su clasificación*. Obtenido de <https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/Movil/Publicacion.jsf?contenido=82>
- Artesanías de Colombia. (s.f). *Caracterización*. Obtenido de https://artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/caracterizacion_81
- Badilla , B., Lopez, L., Mogue, A., Montealegre, M., Rojas, P., & Villalobos, E. (2003). *Manual de mercadeo para artesanos*. Universidad de costa Rica.
- Bancolombia. (julio de 2020). *Formalización empresarial: una oportunidad para apalancar el crecimiento de tu negocio*. Obtenido de https://panama.grupobancolombia.com/wps/portal/negocios/actualizate/adm/inistracion-y-finanzas/formalizacion-empresarial-crecimiento-negocio/!ut/p/z1/jdDbjoJADAbgp-FyaYfxMHg3OpsNbNDgYcXeGDDsSIKMQZT49h11m5i4aO_afG3-FAgioCI-ZTquMIPEedOvqLd2vlyPfxYfYGPIUYejO58
- Benavides, L., & Redondo, A. (2021). Estrategias de comercialización para el sector. *Habitus*, vol1 num1.
- Benitez, S. (2009). La Artesanía latinoamericana como Factor de Desarrollo Económico, Social y Cultural a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo. *Revista cultura y desarrollo*.
- Bustos, C. (2009). La producción artesanal. *Vision gerencial*, 37-52.
- CEUPE. (marzo de 2022). *¿Qué es el turismo cultural?* Obtenido de <https://www.ceupe.mx/blog/que-es-el-turismo-cultural.html>
- Connectamericas. (s,f). *La exportación de artesanías, una oportunidad para América Latina*. Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/la->

exportaci%C3%B3n-de-artesan%C3%ADas-una-oportunidad-para-am%C3%A9rica-latina

De Moral, G. (7 de dic de 2017). *Europa aumenta su patrimonio inmaterial de la Unesco*. Obtenido de [https://blog.rtve.es/europa/2017/12/europa-aumenta-su-patrimonio-inmaterial-de-la-unesco.html#:~:text=Ahora%20ya%20sabemos%20que%20la,\)%20napolitana%2C%20Patrimonio%20Cultural%20Inmaterial.](https://blog.rtve.es/europa/2017/12/europa-aumenta-su-patrimonio-inmaterial-de-la-unesco.html#:~:text=Ahora%20ya%20sabemos%20que%20la,)%20napolitana%2C%20Patrimonio%20Cultural%20Inmaterial.)

Domingo, J. (agosto de 2018). *Artesanía de guatemala: herencia de dos culturas*. Obtenido de <https://lagartorojo.es/2018/08/26/artesania-de-guatemala-herencia-de-dos-culturas/>

Don Quijote. (s.f). *La historia de colombia*. Obtenido de <https://www.donquijote.org/es/cultura-colombiana/historia/>

Duque, V., Osorio, E., Bedoya, S., barrera, N., & Calderon, D. (2017). Aprovechamiento integral del Totumo (Crescentia cujete) como estrategia de adaptacion al cambio climatico. Cumbre de Diseño para el Desarrollo Internacional.

El campesino. (16 de febrero de 2018). *El arte de tallar historias con el totumo*. Obtenido de <https://elcampesino.co/arte-tallar-historias-totumo/>

El colombiano. (noviembre de 2021). *Política de Turismo Cultural de Colombia es actualizada tras pandemia*. Obtenido de <https://www.elcolombiano.com/cultura/politica-de-turismo-cultural-de-colombia-es-actualizada-tras-pandemia-JB16068032>

El Tiempo. (23 de diciembre de 2021). *El PIB de alojamiento y servicios de comidas podría cerrar en \$ 32,9 billones este año: Mincomercio*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/estas-son-las-cifras-con-las-que-cierra-el-turismo-nacional-el-2021-640660>

- Ferro, D. (2017). Identidad, cultura e innovación en las artesanías: un camino para el desarrollo sustentable y el Buen Vivir. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*, 95-116.
- Fonseca, E. (2015). Estrategias de comercialización para fortalecer los canales de distribución de las artesanías del municipio de Tenago. Instituto Politécnico Nacional.
- Fonseca, E. (2015). Estrategias de comercialización para fortalecer los canales de distribución de las artesanías del municipio de Tenago de Doria Hidalgo. Instituto Politécnico Nacional.
- Gobernación de Cundinamarca. (julio de 2019). *En marcha proyecto de 'Fortalecimiento de la Actividad Productiva Artesanal'*. Obtenido de <https://www.cundinamarca.gov.co/noticias/proyecto+de+fortalecimiento+de+la+actividad+productiva+artesanal>
- Instituto de Estadística de la UNESCO. (2009). *Mapa de estadísticas culturales de la UNESCO*.
- Lauer, M. (1984). *La producción artesanal en América Latina*. Lima.
- Lopez, E. (2018). El método Delphi en la investigación actual en educación: una revisión teórica y metodológica. *Educación XXI*, 17-40.
- Milan, A. (2020). Estrategias para la comercialización de artesanías de la comunidad indígena Kuna. Tecnológico de Antioquia Institución.
- Ministerio de Cultura. (2022). *Bienes de interés cultural del ámbito nacional*. Obtenido de https://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/patrimonio-cultural-en-Colombia/bienes-de-interes-cultural-BICNAL/Documents/BIENES%20DE%20INTER%20C3%89S%20CULTURAL%20DEL%20C3%81MBITO%20NACIONAL_%20mayo2022.pdf
- Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera*, 69-84.

OMT. (enero de 2022). *El turismo crece un 4% en 2021, muy por debajo aún de los niveles prepandémico*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347#:~:text=El%20turismo%20mundial%20experiment%C3%B3%20un,millones%20frente%20a%20400%20millones>).

Organizacion Mundial de la Propiedad Intelectual. (2003). *Marketing de la artesanía y las artes visuales: funcion de la propiedad intelectual, guía practica*. Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/itc_p159/wipo_pub_itc_p159.pdf

Patiño, A., Cantincuz, M., & Enriquez, M. (2019). Fortalecimiento de la identidad cultural a través del tejido del sombrero con la planta de la tetera con estudiantes del grado quinto del Centro Educativo de Vegas Municipio de Ricaurte. Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Patiño, A., Cantincuz, M., & Enriquez, M. (2019). Fortalecimiento de la identidad cultural a través del tejido del sombrero con la planta de la tetera con estudiantes del grado quinto del Centro Educativo de Vegas Municipio de Ricaurte. Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD).

Peña, M. (s,f). *Metodología de la investigación*. Obtenido de http://www.une.edu.pe/Sesion04-Metodologia_de_la_investigacion.pdf

Plataforma digital única del Estado Peruano. (mayo de 2022). *Estrategia para reactivar y promover la actividad artesanal Somos Artesanía*. Obtenido de <https://www.gob.pe/13482-estrategia-para-reactivar-y-promover-la-actividad-artesanal-somos-artesania>

Presidencia de la Republica. (2018). *Bases del plan nacional de desarrollo 2018 - 2022*. Bogota.

Procolombia. (octubre de 2018). *Colombia, un país megadiverso en cultura y naturaleza*. Obtenido de <https://procolombia.co/noticias/colombia-un-pais-megadiverso-en-cultura-y-naturaleza>

Quintero, S., & Trompiz, J. (2013). El adulto mayor como transmisor de tradición. *MULTICIENCIAS*, 39-45.

RAE. (s.f). *Cultura*. Obtenido de <https://www.rae.es/>

Ramirez, D. (2012). Notas sobre la historia de artesanías de Colombia S.A. y la artesanía colombiana. *Ponencia presentada por Artesanías de Colombia S. A. en el marco del seminario "Políticas públicas para el sector artesano de América Latina"*,.

Rivas, R. (2018). La Artesanía: patrimonio e identidad cultural. *Revista de museología*, 80-96.

Sampieri, C., Hernandez, H., & Baptista, P. (2013). *Metodología de la investigación*. Mcgrawhill.

Sanchez, M., Perez, M., Riveros, N., & Camacho, A. (2015). La exportación de artesanías como una alternativa para el desarrollo del Guaviare y el fortalecimiento económico y cultural de sus comunidades indígenas. Universidad de los Llanos convenio universidad del tolima.

Sennet, R. (2008). *El artesano*. Barcelona: Anagrama.

SINIC. (s.f). *Arqueología - Cundinamarca*. Obtenido de <https://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=25&COLTEM=211>

UNESCO. (s.f). *Técnicas artesanales tradicionales*. Obtenido de <https://ich.unesco.org/es/tcnicas-artesanales-tradicionales-00057>

12. ANEXOS

Entrevistas

POTENCIAL DE LAS ARTESANÍAS COMO PRODUCTO QUE FOMENTE LA IDENTIDAD CULTURAL EN GIRARDOT

Objetivo: Analizar el potencial turístico de las artesanías como producto que fomente la identidad cultural en Girardot

Buenos días/tardes, somos estudiantes de la Universidad de Cundinamarca de último semestre del programa de administración de empresas, Señor/a entrevistado, a continuación, encontrara una serie de preguntas con el único fin de cumplir los objetivos establecidos en la investigación académica, agradecemos su colaboración

Nombre: Nubia Isabel Jiménez Girón

Fecha: 16 de junio de 2022

Empresa: Presidenta asociación Asomarteg

1. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja en el sector?
Aproximadamente 25 años
2. ¿Qué conoce sobre la historia de las artesanías de Girardot?
Se que acá se conocía mucho el amero, pero esa tradición se acabó pues las personas que conocían esa técnica no la transmitieron, y se perdió ese saber.
3. ¿Para usted que es identidad cultural?
Ese estudio se hizo en 2013 con artesanías de Colombia y se concluyó que el totumo es algo identitario de esta región, pues se da comúnmente y se delegaron algunos caracteres, que identifican a Girardot como el Acacio, el puente, el boga, la danza del sol, y lo tallamos en el totumo.
4. ¿Cree que los girardoteños están apropiados con su identidad cultural?

Creo que falta mucho, somos muy pocos los que en verdad queremos sacar adelante la actividad artesanal, hay muchos artesanos, pero no hay quien lidere o apoye este sector, alguien que impulse un punto de exposición de artesanías en Girardot, por ejemplo, pues solo se venden actualmente artesanías compradas, y en Girardot se elaboran artesanías originales.

5. ¿Piensa que se han fomentado las artesanías en Girardot?

De pronto en alcaldías anteriores se han generado algunos cursos, pero en general no he visto un buen apoyo a la gran cantidad de artesanos que se encuentran en el municipio.

6. Si su respuesta anterior fue no, ¿Por qué?

Porque la alcaldía, las instituciones y la comunidad en general no ha entendido la relación que existe entre artesanías cultura y turismo. Si todos entendieran la importancia de las artesanías apoyarían más este sector especialmente la administración pública. Estamos muy lejos de hacer parte de la cultura del municipio

7. ¿Identifica alguna artesanía autóctona de Girardot?

No, sé que se ha trabajado el totumo en algún momento en 2013, con ese estudio de artesanías de Colombia que permitió que nos identificáramos con algunos caracteres, como ya mencione, en ese proceso se enlistaron 10 artesanos, quienes obtuvieron el sello de calidad de Icontec y artesanías de Colombia de calado y tallado en totumo.

8. ¿Cuáles son las técnicas artesanales más utilizadas en el municipio?

Hay muchas, fuera al totumo que es el que yo manejo (y pretendemos que sea el referente de esta región), en nuestra asociación hay personas que utilizan bisutería en semillas, también se usa el country, tela y madera, tejidos, bordados, pintura, artes plásticas, muñecas de trapo, entre otros.

9. ¿Qué opina de la gestión de ASOMARTEG y de la alcaldía frente al fomento de artesanías en Girardot?

Nuestra a gestión ha sido algo pensado en nosotros, buscando como capacitarnos, buscando apoyos, de manera externa con la gobernación

quien nos brindado más apoyo, pues la alcaldía siempre le ha faltado gestión.

10. ¿Qué estrategias considera necesarias para fomentar la comercialización de artesanías?

Primero que seamos parte de la cultura y el turismo de Girardot, también tener un espacio para exponer nuestras artesanías, pues algunas personas tienen almacenes para vender sus productos, pero son mercancías para revender, pero los artesanos que producen sus artesanías no tienen lugares para dar a conocer sus productos.

POTENCIAL DE LAS ARTESANÍAS COMO PRODUCTO QUE FOMENTE LA IDENTIDAD CULTURAL EN GIRARDOT

Objetivo: Analizar el potencial turístico de las artesanías como producto que fomente la identidad cultural en Girardot

Buenos días/tardes, somos estudiantes de la Universidad de Cundinamarca de último semestre del programa de administración de empresas, Señor/a entrevistado, a continuación, encontrara una serie de preguntas con el único fin de cumplir los objetivos establecidos en la investigación académica, agradecemos su colaboración

Nombre: Doris Sandoval

Fecha: 28 de junio de 2022

Empresa: asociada al grupo asomarteg

1. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja en el sector?

Aproximadamente 15 años, inicie con el manejo totumo, y actualmente utilizo la pintura artística a base de acrílicos

2. ¿Qué conoce sobre la historia de las artesanías de Girardot?

Muy poco, pues en Girardot no se a manejado mucho en la parte artesanal, se que había un centro artesanal que queda en la galería, donde se revenden artesanías de otros municipios, como sombreros, bolsos, hamacas, productos en bambú, barro, pero no son productos originales del municipio.

3. ¿Para usted que es identidad cultural?

Es el símbolo o la semejanza que podemos tener en un municipio, resaltando aquellos momentos u objetos que identifican la historia de in municipio, la historia de Girardot se ha representado con la pesca, y grupos étnicos que se agruparon aquí antiguamente, lo que conlleva a la creación del boga, por eso nuestra identidad se ha relacionado con la pesca y el boga.

4. ¿Cree que los girardoteños están apropiados con su identidad cultural?

Creo que ha sido muy poco, sobre todo la gente que vive cerca de las orillas del rio, (que se está dañando tanto), ellos se han apropiado de esa identidad, pues manejan lo que es la pesca en esos sectores. Entonces en general la comunidad girardoteña no se identifica con esas cualidades, solo existen algunos artesanos que en verdad se han interesado por indagar en la historia de Girardot y el rio y se apropian de la identidad cultural.

5. ¿Piensa que se han fomentado las artesanías en Girardot?

Pues no, no mucho, existen muy pocos artesanos que se dediquen a ello.

6. Si su respuesta anterior fue no, ¿Por qué?

Porque no hay apoyo de la administración pública para fomentar esta actividad, todos quieren pintar quieren hacer muchas cosas, pero no hay una correcta gestión para impulsarla identidad cultural, se realizan diferentes ferias, fiestas, pero a la final no es mucho lo que se rescata para el sector

7. ¿Identifica alguna artesanía autóctona de Girardot?

La única ha sido el boga, una muestra como monumento, y en algunos casos el puente férreo. Pero no ha sido mucha la información que hemos podido rescatar para tomarlo como referente artesanal o histórico

8. ¿Cuáles son las técnicas artesanales más utilizadas en el municipio?

Se me ocurre el totumo, un fruto que muy pocos saben manejar con una buena técnica e instrumentos

9. ¿Qué opina de la gestión de ASOMARTEG y de la alcaldía frente al fomento de artesanías en Girardot?

Asomarteg es una asociación que se ha sostenido desde hace 18 años gracias al esfuerzo de las mujeres que la conformamos, tenemos una serie de categorías de artesanías en las que nos hemos ido capacitando internamente, respecto a la alcaldía, cada alcalde llega con una mentalidad y una visión distinta, algunos apoyan fuertemente el sector y otros como el presente alcalde no apoya para nada la actividad artesanal, por eso las pocas asociaciones no han podido rescatar la poca identidad cultural que existe.

10. ¿Qué estrategias considera necesarias para fomentar la comercialización de artesanías?

Básicamente en el municipio debería existir un centro artesanal visible, bien estructurado donde girardoteños y turistas puedan acceder a las artesanías originales del municipio o por lo menos que parte de las artesanías de la galería se puedan exhibir en el centro de la ciudad, ninguna alcaldía a podido prestar atención a ello, las administraciones anteriores siempre piensan en la exhibición de artesanías en lugares alejados que el turista no visita recurrentemente, por ello asomarteg trabaja con esfuerzos propios.

**POTENCIAL DE LAS ARTESANÍAS COMO PRODUCTO QUE FOMENTE
LA IDENTIDAD CULTURAL EN GIRARDOT**

Objetivo: Analizar el potencial turístico de las artesanías como producto que fomente la identidad cultural en Girardot

Buenos días/tardes, somos estudiantes de la Universidad de Cundinamarca de último semestre del programa de administración de empresas, Señor/a entrevistado, a continuación, encontrara una serie de preguntas con el único fin de cumplir los objetivos establecidos en la investigación académica, agradecemos su colaboración

Nombre: Sandra Patricia Macias Leal

Fecha: 29 de octubre de 2022

Empresa: asociada al grupo asomarteg

1. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja en el sector?
Llevo 15 años trabajado el totumo, (en tallado, calado y perforado) y hace 7 años me socie con Asomarteg.
2. ¿Qué conoce sobre la historia de las artesanías de Girardot?
No tengo la menor idea, pues no estaba muy empapada de las cosas de artesanías de Girardot hasta que me vincule con Asomarteg
3. ¿Para usted que es identidad cultural?
Son valores y tradiciones y símbolos de una sociedad que tienen pertenencia
4. ¿Cree que los girardoteños están apropiados con su identidad cultural?
Desafortunadamente no, porque no hay apoyo de los entes gubernamentales.
5. ¿Piensa que se han fomentado las artesanías en Girardot?
Pues a los artesanos nos a tocado duro, trabajar “con las uñas” para dar a conocer nuestro municipio.
6. Si su respuesta anterior fue no, ¿Por qué?
N/R
7. ¿Identifica alguna artesanía autóctona de Girardot?

Con las capacitaciones de Artesanías de Colombia se ha podido dar a conocer nuestro referente que es la Flor del Acacio, y todavía se esta trabajando en eso

8. ¿Cuáles son las técnicas artesanales más utilizadas en el municipio?
Puntillismo, pincelada, artistas que pintan en oleo.
9. ¿Qué opina de la gestión de ASOMARTEG y de la alcaldía frente al fomento de artesanías en Girardot?

Asomarteg es una asociación que lleva 18 años de fundada, nos llaman a participar en diferentes ferias y actividades a nombre de Girardot, por eso necesitamos un sitio para comercializar nuestros productos.

10. ¿Qué estrategias considera necesarias para fomentar la comercialización de artesanías?

No tenemos un sitio estratégico para exponer nuestras artesanías, por eso este es un mercado pobre. Actualmente se encuentran muchos comerciantes de manualidades, pero no artesanos que creen sus artesanías como nosotras. Artesanías de Colombia recalco eso, que las artesanías son resultado de procesos que trasforman el recurso sin lastimar el medio ambiente.

POTENCIAL DE LAS ARTESANÍAS COMO PRODUCTO QUE FOMENTE LA IDENTIDAD CULTURAL EN GIRARDOT

Objetivo: Analizar el potencial turístico de las artesanías como producto que fomenta la identidad cultural en Girardot

Buenos días/tardes, somos estudiantes de la Universidad de Cundinamarca de último semestre del programa de administración de empresas, Señor/a entrevistado, a continuación, encontrara una serie de preguntas con el único fin de

cumplir los objetivos establecidos en la investigación académica, agradecemos su colaboración

Nombre: Aura María Abdala

Fecha: 29 de octubre de 2022

Empresa: asociada al grupo asomarteg

1. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja en el sector?
Trabajo en el sector hace 15 años, pero la técnica de tejido la aprendí desde mi niñez.
2. ¿Qué conoce sobre la historia de las artesanías de Girardot?
E escuchado que los productos artesanales llegaban al Puerto de los Guamos y estos se distribuían a la plaza de mercado, allí llegaban vasijas de barro, canastas, hechas a mano, usado para decoración mas no para suplir alguna necesidad.
3. ¿Para usted que es identidad cultural?
Es la creencia sobre los conocimientos y costumbres de nuestros pasados frente a lo que nos identifica.
4. ¿Cree que los girardoteños están apropiados con su identidad cultural?
No.
5. ¿Piensa que se han fomentado las artesanías en Girardot?
Las artesanías en Girardot se han fomentado muy poco
6. Si su respuesta anterior fue no, ¿Por qué?
Por falta de espacios o lugares para ello.
7. ¿Identifica alguna artesanía autóctona de Girardot?
Creo que como en esta región se da tanto el totumo, la gente se a apropiado de ese producto, para elaborar en primer lugar elementos de primera necesidad, como vasos, platos, y después para la elaboración de productos para decoración del hogar.
8. ¿Cuáles son las técnicas artesanales más utilizadas en el municipio?
La bisutería.

9. ¿Qué opina de la gestión de ASOMARTEG y de la alcaldía frente al fomento de artesanías en Girardot?

Asomarteg es una asociación de mujeres empoderadas especialmente mayores de edad, que, por diferentes razones, económicas, de entretenimiento hemos recurrido a elaborar estos productos. Muchas ya teníamos conocimientos de estas técnicas, pero por la necesidad nos hemos especializado en ello, y ahora nos invitan a ferias y en muy pocas ocasiones el Instituto de Fomento cultura y turismo nos ha apoyado con capacitaciones y recursos. Ya somos casi 20 mujeres y hemos logrado que otras entidades nos apoyen y vean nuestra a labor, así pudimos participar en expo Cundinamarca este pasado 12 de octubre, con ayuda especial de la gobernación

10. ¿Qué estrategias considera necesarias para fomentar la comercialización de artesanías?

Sería muy bueno que la alcaldía o algún ente municipal, nos ayude con algún sitio para exhibir nuestros productos, no solo para asomarteg sino para todos los artesanos de Girardot. Actualmente algunos artesanos se ubican en el parque, exhibiendo sus productos en el suelo, pero estos solo ofrecen bisutería. Por eso sería bueno un local donde cada uno tenga su sitio para mostrar de manera óptima sus productos, o también restaurantes puedan ubicarse, así el turista podría acceder y antojarse de diferentes tipos de productos propios de la ciudad. Estoy en esta asociación desde hace 15 años y muchas alcaldías, entidades, instituciones y privados ha prometido proyectos como este, pero nunca se ha cumplido nada hasta el momento. Esto sería muy bueno para la ciudad.

POTENCIAL DE LAS ARTESANÍAS COMO PRODUCTO QUE FOMENTE LA IDENTIDAD CULTURAL EN GIRARDOT

Objetivo: Analizar el potencial turístico de las artesanías como producto que fomente la identidad cultural en Girardot

Buenos días/tardes, somos estudiantes de la Universidad de Cundinamarca de último semestre del programa de administración de empresas, Señor/a entrevistado, a continuación, encontrara una serie de preguntas con el único fin de cumplir los objetivos establecidos en la investigación académica, agradecemos su colaboración

Nombre: Gloria Carmenza Ospina Vanegaz

Fecha: 1 de noviembre de 2022

Empresa: asociada al grupo asomarteg

1. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja en el sector?
Tengo 3 años en el sector
2. ¿Qué conoce sobre la historia de las artesanías de Girardot?
Respecto sobre las artesanías de Girardot sé que a qui en nuestro municipio hay muchas personas que trabajan lo que es el totumo en los años 60 y 70 se trabajaba mucho el fique se hacían prendas y muchas cosas para el hogar.
3. ¿Para usted que es identidad cultural?
Identidad de cultura para mi es reflejar lo de nuestros ancestros y no perder nuestras costumbres artesanales
4. ¿Cree que los girardoteños están apropiados con su identidad cultural?
No. Los Girardoteños hemos perdido mucho de nuestra cultura somos muy pocos los que todavía tenemos nuestras culturas.
5. ¿Piensa que se han fomentado las artesanías en Girardot?
N/R
6. Si su respuesta anterior fue no, ¿Por qué?

N/R

7. ¿Identifica alguna artesanía autóctona de Girardot?

Las artesanías autóctonas de Girardot las alpargatas y los sombreros

8. ¿Cuáles son las técnicas artesanales más utilizadas en el municipio?

Las técnicas más utilizadas son las de madera y guadua creo que está gestión

9. ¿Qué opina de la gestión de ASOMARTEG y de la alcaldía frente al fomento de artesanías en Girardot?

Creo que está gestión si se lleva acabó sería maravillosa para los artesanos si se articulara y hubiera mejor comunicación.

10. ¿Qué estrategias considera necesarias para fomentar la comercialización de artesanías?

Para mí la estrategia sería que nos den más mostrar y tenernos en cuenta como Artesanos y así poder comercializar más los productos que cada artesano elabora

POTENCIAL DE LAS ARTESANÍAS COMO PRODUCTO QUE FOMENTE LA IDENTIDAD CULTURAL EN GIRARDOT

Objetivo: Analizar el potencial turístico de las artesanías como producto que fomente la identidad cultural en Girardot

Buenos días/tardes, somos estudiantes de la Universidad de Cundinamarca de último semestre del programa de administración de empresas, Señor/a entrevistado, a continuación, encontrara una serie de preguntas con el único fin de cumplir los objetivos establecidos en la investigación académica, agradecemos su colaboración

Nombre: Luz Dary Caballero Sambrano

Fecha: 1 de noviembre de 2022

Empresa: asociada al grupo asomarteg

1. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja en el sector?
Llevo de 8 a 10 años trabajando manualidades.
2. ¿Qué conoce sobre la historia de las artesanías de Girardot?
No mucho, se que hay algunas partes que trabajan el barro, pero de la historia como tal no.
3. ¿Para usted que es identidad cultural?
Es el conjunto de sitios, símbolos creencias, tradiciones que identifican a una ciudad o departamento, por ejemplo a Girardot nos reconocen como la ciudad de las acacias porque anteriormente habían muchísimos de esos árboles aquí, así que se convirtió en un símbolo.
4. ¿Cree que los girardoteños están apropiados con su identidad cultural?
No. Actualmente tenemos asesorías con artesanías de Colombia para eso, para definir y estudiar cuales son los elementos de nuestra identidad cultural.
5. ¿Piensa que se han fomentado las artesanías en Girardot?
La verdad para mi no, estamos trabajando con artesanías para eso.
6. Si su respuesta anterior fue no, ¿Por qué?
Porque el apoyo de la Alcaldía es muy poco.
7. ¿Identifica alguna artesanía autóctona de Girardot?
Yo pensaría que era el totumo, pues hay muchos artesanos que trabajando con él, y es el fuerte de la región, aunque también es conocida la arcilla, el barro, la madera o la guadua. Y el totumo lo trabajan también en otras partes como en la costa, Tocaima, Apulo, Agua de Dios, Silvania, etc.
8. ¿Cuáles son las técnicas artesanales más utilizadas en el municipio?
Las técnicas más utilizadas son la tala y el calado del totumo con lo cual se hacen bomboneras, floreros, fruteros, etc. Dentro de la asociación se usan técnicas como: tejidos, muñecas de trapo, lencería, bisutería, o manualidades.
9. ¿Qué opina de la gestión de ASOMARTEG y de la alcaldía frente al fomento de artesanías en Girardot?

Esta asociación lleva más de 20 años, creo, en cabeza de la señora nubia, la cual sé que ha sido una señora muy emprendedora, lo que hemos logrado ha sido gracias a ella pues el apoyo de la alcaldía asido nulo. Asomarteg es una asociación actualmente sólida, donde venidos trabajando hace mucho tiempo.

10. ¿Qué estrategias considera necesarias para fomentar la comercialización de artesanías?

Lo más importante que necesitamos es un punto de venta propio donde nos podamos reunir los artesanos, exponer nuestros productos, hacer publicidad y comercializarlos, hemos intentado crear páginas web para mercadear, pero ha sido muy difícil para nosotras, hace un tiempo unos estudiantes de la universidad piloto nos crearon una página web pero no ha servido mucho, aún está en desarrollo, lo más necesario es un punto de venta.

POTENCIAL DE LAS ARTESANÍAS COMO PRODUCTO QUE FOMENTE LA IDENTIDAD CULTURAL EN GIRARDOT

Objetivo: Analizar el potencial turístico de las artesanías como producto que fomente la identidad cultural en Girardot

Buenos días/tardes, somos estudiantes de la Universidad de Cundinamarca de último semestre del programa de administración de empresas, Señor/a entrevistado, a continuación, encontrara una serie de preguntas con el único fin de cumplir los objetivos establecidos en la investigación académica, agradecemos su colaboración

Nombre: Hernando Hernández

Fecha: 30 de octubre de 2022

Empresa: artesano del Parque Bolívar

1. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja en el sector?
Hace 17 años
2. ¿Qué conoce sobre la historia de las artesanías de Girardot?
No mucho
3. ¿Para usted que es identidad cultural?
La identificación de un sitio basado en sus productos
4. ¿Cree que los girardoteños están apropiados con su identidad cultural?
Si claro
5. ¿Piensa que se han fomentado las artesanías en Girardot?
Desde hace un año para acá sí.
6. Si su respuesta anterior fue no, ¿Por qué?
Porque antes de la pandemia nos ignoraban como si nada, después de la pandemia nos han reconocido un poco mas
7. ¿Identifica alguna artesanía autóctona de Girardot?
El totumo
8. ¿Cuáles son las técnicas artesanales más utilizadas en el municipio?
La bisutería, el macramé, la madera,
9. ¿Qué opina de la gestión de ASOMARTEG y de la alcaldía frente al fomento de artesanías en Girardot?
Una asociación es muy útil porque se unen más los esfuerzos para fomentar y promover las artesanías.
10. ¿Qué estrategias considera necesarias para fomentar la comercialización de artesanías?
Promover al artesano, a través de las entidades gubernamentales, con eventos o el internet, redes sociales

POTENCIAL DE LAS ARTESANÍAS COMO PRODUCTO QUE FOMENTE LA IDENTIDAD CULTURAL EN GIRARDOT

Objetivo: Analizar el potencial turístico de las artesanías como producto que fomente la identidad cultural en Girardot

Buenos días/tardes, somos estudiantes de la Universidad de Cundinamarca de último semestre del programa de administración de empresas, Señor/a entrevistado, a continuación, encontrara una serie de preguntas con el único fin de cumplir los objetivos establecidos en la investigación académica, agradecemos su colaboración

Nombre: Jhon Sabogal

Fecha: 30 de octubre de 2022

Empresa: artesano del Parque Bolívar

1. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja en el sector?

Soy artesano desde hace muchos años, pero de aquí del parque hace 22 años.

2. ¿Qué conoce sobre la historia de las artesanías de Girardot?

Conozco bastante, pues sé que nosotros venimos de la cultura panche, así que eso lo puedes ver en mis artesanías, pues hago anagramas, muchas cosas de ellos pues hacían como jotas, filigranas, y también macramé y eso lo hago y lo reflejo en mis artesanías. Las artesanías de Girardot están muy relacionadas a las del Tolima, como chambas, cerámicas, canastos, o platos de madera, que es lo autóctono, porque hoy se ve mucho lo que son souvenirs, pero lo autóctono es eso, platos, cerámicas, vasijas, todo lo que hacían nuestros abuelos, las tablas de madera, platos. Yo trabaje el totumo hace muchos años, y hoy veo que lo trabajan como entretenimiento personas que no tienen nada más que hacer, pero artesanos como yo que conocemos la técnica hace muchos años nunca hemos tenido un verdadero apoyo.

3. ¿Para usted que es identidad cultural?

Es lo que no tenemos los girardoteños, no hay casa de cultura, el teatro cultura esta que se cae, le preguntamos de cultura a Alex castellanos (actual director de turismo) quien en verdad es experto en sonido, el hace eventos para ganar dinero. Identidad autóctona en Girardot no hay, tú le preguntas a un girardoteño que es identidad cultural y no tiene idea, nadie sabe que en el rio acuatizo el primer hidroavión de Colombia. Aspectos como la Chivatera, los miradores son completamente desconocidos, la gente solo sabe de rumba.

4. ¿Cree que los girardoteños están apropiados con su identidad cultural?

Absolutamente no. todos tenemos el sueño de irnos a Bogotá, pero no amamos lo nuestro.

5. ¿Piensa que se han fomentado las artesanías en Girardot?

No

6. Si su respuesta anterior fue no, ¿Por qué?

Porque las entidades encargadas de ellos están confirmadas por pensionados que no tienen nada más que hacer, y no dedican esfuerzos necesarios para el fomento de la artesanía y la identidad cultural. Yo he ido a otros países y he tratado de hacer la gestión, y veo que se necesita mucho para llegar a ser como Argentina, o Brasil en temas culturales.

7. ¿Identifica alguna artesanía autóctona de Girardot?

Cosas de madera, canastos, o también la chamba, aunque eso es del Tolima. O las baldosas de suelo que hace un artesano acá en Girardot. Pero así autóctono no, lo propio de un sitio lo crean los recuerdos de a comunidad y aquí no hay eso.

8. ¿Cuáles son las técnicas artesanales más utilizadas en el municipio?

Joyería, macramé, croché, madera, fomi, manualidades.

9. ¿Qué opina de la gestión de ASOMARTEG y de la alcaldía frente al fomento de artesanías en Girardot?

Acá en la zona del parque la alcaldía no apoya nada, yo traje algunas mesas para poder dejar de vender en el suelo, hemos tenido ideas de tener

un lugar para vender artesanías, A nosotros no nos tienen en cuenta porque hay muchos comerciantes que revenden las artesanías, y nosotros lo que hacemos es crearlas, transformarnos el recurso.

10. ¿Qué estrategias considera necesarias para fomentar la comercialización de artesanías?

Traer más eventos culturales hacia el parque

POTENCIAL DE LAS ARTESANÍAS COMO PRODUCTO QUE FOMENTE LA IDENTIDAD CULTURAL EN GIRARDOT

Objetivo: Analizar el potencial turístico de las artesanías como producto que fomente la identidad cultural en Girardot

Buenos días/tardes, somos estudiantes de la Universidad de Cundinamarca de último semestre del programa de administración de empresas, Señor/a entrevistado, a continuación, encontrara una serie de preguntas con el único fin de cumplir los objetivos establecidos en la investigación académica, agradecemos su colaboración

Nombre: José Eduardo Castillo

Fecha: 3 de noviembre de 2022

Empresa: artesano del Parque Bolívar

1. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja en el sector?
Hace 41 años
2. ¿Qué conoce sobre la historia de las artesanías de Girardot?
Aquí hay muchos artesanos que hacen trabajo con cabuya, con mimbre, fique, joyerías etc. Y nunca hemos tenido un apoyo de la alcaldía.
3. ¿Para usted que es identidad cultural?
N/R
4. ¿Cree que los girardoteños están apropiados con su identidad cultural?

Yo digo que hay que vivir del presente no del pasado, de lo que se expresa, nosotros somos dueños de lo que nos dejan otras generaciones

5. ¿Piensa que se han fomentado las artesanías en Girardot?

Si siempre, siempre han habido artesanos

6. Si su respuesta anterior fue no, ¿Por qué?

N/A

7. ¿Identifica alguna artesanía autóctona de Girardot?

El totumo, se produce mucha acá, hacemos totumas, aretes, llaveros, también el bambú

8. ¿Cuáles son las técnicas artesanales más utilizadas en el municipio?

Sobre todo, técnicas a mano, nada industrial

9. ¿Qué opina de la gestión de ASOMARTEG y de la alcaldía frente al fomento de artesanías en Girardot?

Es una buena asociación han hecho una ardua labor, pero nosotros tenemos otra se llama asogir, aunque ya quedamos pocos. La alcaldía no ha hecho nada para ayudarnos.

10. ¿Qué estrategias considera necesarias para fomentar la comercialización de artesanías?

Que haya entidades que promuevan las exportaciones

Registro fotográfico



