

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA HERRAMIENTA PARA FOMENTAR EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL EN EL PERÚ

Flor Pinares Villa¹

SUMARIO

- I. Problemática actual.
- II. Los programas estatales desarrollados en el sector artesanal y su problemática.
- III. Responsabilidad social empresarial, una herramienta para fomentar la articulación comercial de la artesanía peruana.
- IV. Otras oportunidades de articulación Comercial.
- V. La propuesta de trabajo conjunto.
- VI. Conclusiones.

¹ Licenciada en Administración de Turismo por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos: Cuenta con una Especialización en Marketing por la Universidad ESAN. Durante los últimos 3 años ha tenido experiencia laboral en el sector artesanal desarrollando e identificando oportunidades para lograr la articulación de beneficiarios con programas de Responsabilidad Social Empresarial. Tiene experiencia en la coordinación de proyectos de cooperación internacional. Anteriormente ha laborado en el sector privado en diversas empresas del sector turístico. Ha sido voluntaria en organizaciones dedicadas a la difusión del arte popular.

Los beneficios de la articulación entre los programas del Estado y las iniciativas de responsabilidad social de las empresas privadas en favor de determinada población son cada vez más evidentes en tanto que los resultados favorables de estas alianzas público – privadas van saliendo a la luz y se puede comprobar que esta suma de esfuerzos y recursos, se ve positivamente reflejada en el incremento de la calidad de vida de los ciudadanos; cumpliendo así, de una manera sostenible, con los objetivos del Estado y los compromisos reales que asumen las empresas privadas en relación a las comunidades que se encuentran en sus ámbitos de intervención. El sector artesanal peruano, necesita hoy más que nunca, que se fortalezcan y multipliquen las oportunidades de trabajo conjunto entre el sector público y privado, para que los beneficios de estas alianzas motiven a los artesanos peruanos a seguir cultivando su arte y talento que forma parte del amplio y diverso patrimonio inmaterial de nuestro país.

Esta articulación público-privada se muestra como una herramienta para que la artesanía peruana obtenga el reconocimiento que merece, tanto a nivel nacional como internacional. Asimismo, es una oportunidad para que las empresas privadas sean socialmente responsables apoyando el desarrollo de este sector tan sensible y fascinante a la vez.

I. PROBLEMÁTICA ACTUAL.

Los artesanos peruanos conforman un grupo muy sensible de ciudadanos que, en su mayoría, tiene serias dificultades para poder subsistir únicamente a través de su labor artística. Esto los lleva a cuestionarse permanentemente sobre si deben continuar cultivando su arte o si deben cambiar de rubro para poder tener una mejor calidad de vida.

Es necesario entender que un artesano es en principio un artista; un individuo sensible, talentoso, creativo y poseedor de conocimientos ancestrales. Sin embargo, no debemos olvidar que a su vez, él es un miembro de la PEA que tiene familias por sostener y necesidades por cubrir. En este sentido, tal como muchos otros peruanos, se tienen

que enfrentar a muchas dificultades para poder subsistir a través de su arte.

Hoy en día, son muy pocos los hijos de los artesanos que optan por seguir los pasos de sus progenitores; lo cual, considerando las serias dificultades económicas por las que pasan sus padres, es totalmente comprensible. Entonces, cabe preguntarnos ¿Eventualmente podría desaparecer la tradicional artesanía peruana? La respuesta en el peor de los escenarios, es que sí.

Las razones por las que la artesanía peruana se encuentra en esta delicada situación son numerosas: en primer lugar está la competencia frente a los productos asiáticos de precios ínfimos y con valor cultural inexistente. Sin embargo, lamentablemente, el valor cultural de una pieza no es, comúnmente, un factor determinante para un consumidor antes de decidir comprar, por ejemplo, un objeto decorativo para la sala de su hogar.

Otra razón importante es que en la actualidad la artesanía peruana es poco valorada por los mismos peruanos, lo cual se traduce en un interés mínimo por adquirir piezas artesanales y en un generalizado desconocimiento de la importancia y valor que tienen estas piezas hechas a mano. Paradójicamente, en el antiguo Perú los artesanos formaban parte de la élite de la sociedad en las distintas culturas prehispánicas. Hoy en día, este status, ha desaparecido y el segmento de comprador nacional de artesanía aún no es lo suficientemente grande para que los artesanos que no tienen acceso a mercados internacionales puedan tener un nivel de ingresos que le garantice un nivel de vida aceptable.

En lo que respecta al mercado internacional, la artesanía peruana tiene un importante prestigio ganado como una de las más destacadas en Latinoamérica. Pero este reconocimiento no es suficiente para mantener o incrementar las ventas en el mercado externo, siendo importante adaptarse a la demanda y tendencias que exige el mercado. Actualmente, hay una fuerte competencia de países del Asia tales como: China, Tailandia, India, entre otros, que desarrollan productos a precios más baratos, en mayores cantidades y con diseños innovadores. Adicionalmente, la coyuntura comercial en EEUU y Europa, principales mercados compradores de artesanía

peruana, no es la adecuada por la situación económica que viven en la actualidad. Esto ha ocasionado que las exportaciones de artesanía hayan disminuido los últimos años, tal como sucedió en el 2014, donde se exportó US\$ 63.8 millones comparado con el año 2013 donde se exportaron productos por un valor total de US\$ 65.9 millones; lo cual representa un decrecimiento de 3.2 % de nuestras ventas al exterior.²

Para mitigar los efectos de esta disminución en la demanda internacional, el mercado local debería mostrarse como una alternativa, sin embargo, el peruano aún no compra artesanía como parte de su cotidianeidad.

Es importante mencionar que actualmente existen destacados artesanos y empresas artesanales que con mucho esfuerzo han sabido posicionarse en determinados nichos de mercados, son exitosos y han podido hacer prosperar sus negocios a pesar de todas las dificultades. Un ejemplo de éxito es la empresa ayacuchana de textiles denominada "Hilos y Colores" la cual brinda trabajo a cerca de 600 familias ayacuchanas a través de la producción y venta de hermosos textiles ayacuchanos que hoy en día tienen un lugar ganado en el mercado europeo en países como Francia e Inglaterra. Faustino Flores, gerente general de la empresa, manifiesta que la clave de su éxito actual reside en la autenticidad y tradición que tienen sus piezas y de igual manera, el esfuerzo constante por crear nuevos diseños permanentemente.

II. LOS PROGRAMAS ESTATALES DESARROLLADOS EN EL SECTOR ARTESANAL Y SU PROBLEMÁTICA.

El gobierno central a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR y los gobiernos regionales a través de las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR cuentan con áreas especializadas en atender las necesidades del sector artesanal.

² Fuente: Exportaciones ADEX Enero 2015.

La labor de estas oficinas está orientada a incrementar la competitividad en el sector artesanal a través de una serie de programas orientados a fortalecer las capacidades de los artesanos tanto en el proceso productivo, la implementación de herramientas de calidad, la innovación y diseño, así como en la generación de competencias para que los productores se conviertan en empresarios articulados al mercado. De igual manera se organizan premios y reconocimientos que estimulan la labor artesanal y también se organizan ferias especializadas y otros eventos similares que permiten a los artesanos exhibir y vender sus productos tanto a nivel nacional como internacional.

Sin embargo existen muchas limitaciones para poder atender a todos los artesanos y sus necesidades debido a los siguientes aspectos:

- Existe una gran cantidad de artesanos en el país (el Registro Nacional del Artesano cuenta aproximadamente con 39,000 artesanos, sin embargo se estima que existen alrededor de 200,000 artesanos en el país).
- En ocasiones la ubicación geográfica de los artesanos se muestra como una dificultad ya que se encuentran a muchas horas de distancia de la capital de la región o en zonas difícilmente accesibles.
- Los Gobiernos Regionales otorgan presupuesto muy limitado a las Direcciones de Artesanía debido a que no lo consideran como un área importante para la gestión.
- El personal que trabaja en las Direcciones de Artesanía es reducido para atender a la cantidad de artesanos que existen.
- Los artesanos no son constantes en asistir a las capacitaciones ya que normalmente las horas que dedican a este fin son horas en las que dejan de producir, por ende ven amenazados sus ingresos económicos a corto plazo y prefieren seguir trabajando antes que capacitarse.

Estas son solo algunas de las dificultades a las que se enfrenta el Estado en su labor de promover el desarrollo del sector. No obstante, es necesario reconocer que se han hecho cosas importantes en

favor de la artesanía peruana tanto desde el gobierno Central como en las Regiones.

Uno de los ejemplos más recientes de la labor del Estado en pro de la difusión y desarrollo del sector artesanal es la ejecución de la campaña de publicidad denominada "Artesanía a la Vanguardia", la cual busca revalorar el trabajo de los artesanos peruanos e informar a la ciudadanía sobre las formas en las que pueden incorporar piezas artesanales en su día a día; ya sea en su forma de vestir, en la decoración de su hogar, o en la compra de algún detalle especial para un regalo. Esta iniciativa resulta muy positiva, tomando en cuenta la actual situación de poca valoración hacia la artesanía por parte de los propios peruanos.

III. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, UNA HERRAMIENTA PARA FOMENTAR LA ARTICULACIÓN COMERCIAL DE LA ARTESANÍA PERUANA.

Luego de analizar la problemática actual es evidente que un camino real hacia la mejora de las condiciones de vida de los artesanos peruanos es incrementar su nivel de articulación comercial; en otras palabras, hacer que los artesanos puedan vender más. En este sentido, los programas de responsabilidad social empresarial se muestran para ellos como una oportunidad para generar nuevas oportunidades comerciales.

Ejemplos de éxito en el Sector Turístico:

Al respecto, resulta interesante analizar como ejemplo los programas de responsabilidad social que desarrollan las empresas de turismo en el país, máxime cuando la artesanía está estrechamente ligada al sector turístico dado que éste representa uno de los nichos de mercado más importantes para la artesanía peruana.

Un modelo de articulación comercial para artesanos promovido en el marco de un programa de RSE que está funcionando con éxito es el que vienen implementando algunas de las más importantes cadenas hoteleras del país las cuales contactan a comunidades de artesanos que se ubican en los alrededores del complejo hotelero

para elaborar telares, tapices, cerámica y otros elementos que son parte de la decoración del hotel. Si algún huésped está interesado en comprar la pieza, el dinero es otorgado a los artesanos. Adicionalmente, organizan visitas para los huéspedes del hotel a los talleres artesanales donde pueden adquirir más productos. Se preocupan por realizar una adaptación de las viviendas / talleres de los artesanos para que puedan recibir visitas de turistas y además los capacitan para poder interactuar con los visitantes sin dificultad. De esta manera, la comunidad se beneficia del flujo turístico que recibe el hotel y a la vez es apoyada por la empresa a través de otras modalidades. Es el caso del hotel de lujo Titilaka en Puno, el cual ha desarrollado desde el principio de sus operaciones un profundo compromiso con el desarrollo y mejora de las condiciones de vida de los artesanos y población de las comunidades aledañas al hotel. Esta empresa firmó un acuerdo con una ONG local para poder sustentar económicamente proyectos de educación y salud para las poblaciones más necesitadas por medio de contribuciones efectuadas por los huéspedes, venta de postales en la tienda del hotel y recaudación de fondos en un espacio cultural que la empresa tiene en su sede en Lima.

De igual manera, algunos hoteles en otras ciudades con importante flujo turístico exhiben dentro de sus instalaciones piezas artesanales de las comunidades aledañas e incluso invitan a los artesanos a realizar exhibiciones en vivo, de este modo se crea una nueva plataforma comercial para la venta de artesanía a los huéspedes.

A nivel internacional también existen experiencias muy interesantes como la iniciativa de responsabilidad social desarrollada por la cadena hotelera india "Taj Hotels, Resorts and Palaces" considerada como una de las más grandes y mejores compañías hoteleras de Asia la cual generó un cambio radical en la vida de las comunidades de tejedores de la ciudad India de Benares.

Estos artesanos se dedicaban a tejer finos vestidos de seda tradicionales indios denominados "sari" sin embargo la difícil competencia frente a los saris de producción industrial y la presencia inescrupulosa de intermediarios que les compraban sus productos a precios muy bajos generó altos niveles de desempleo. Incluso, la

mayoría de ellos había decidido abandonar la actividad artesanal dado que sus niveles de pobreza habían llegado a extremos, viéndose incluso obligados a vender sus telares de madera como leña en el límite de la desesperación. Al tomar conocimiento de esta situación crítica, la cadena hotelera Taj Hotels decidió asumir la responsabilidad de brindar un trabajo estable a estos artesanos como parte de sus programas de responsabilidad social. Así, decidieron que los gerentes principales y ejecutivos de 10 de los hoteles de lujo de la cadena Taj vestirían saris tejidos a mano por los tejedores de Benares como uniformes de trabajo. Asimismo decidieron crear puntos de venta de los productos artesanales dentro de sus instalaciones hoteleras creando así una plataforma comercial sostenible para los artesanos.

Dado que la situación de los artesanos era crítica, inicialmente la empresa tuvo que atender las necesidades básicas de la comunidad de tejedores. Les proporcionaron una dotación de alimentos, crearon un centro de salud para abordar el problema de la desnutrición de los niños de la comunidad, proporcionaron lentes para los tejedores que tenían pérdida de visión, proveyeron iluminación con energía solar en sus hogares, instalaron bombas de agua, se prestó asistencia financiera para reparar algunos de sus telares que estaban en un estado de deterioro, entre otras acciones. Para la elaboración de los vestidos contrataron a un diseñador que se involucró mucho con los tejedores pues ellos tenían mucha desconfianza al inicio del proyecto. Al recibir la dotación de hilos para hacer los vestidos, los artesanos se dieron cuenta que el programa era real y se volcaron a trabajar con mucho mayor ánimo. Crearon un sistema muy organizado de producción y entrega de prendas y se aseguraron que cada artesano tenga su propia cuenta bancaria donde recibían inmediatamente el pago al entregar las prendas confeccionadas.

Con el tiempo el número de saris requerido por la cadena de hoteles ha ido creciendo a pasos agigantados, ya que incorporaron las prendas no solo para los managers sino para todo el personal de los hoteles. Hoy en día la cadena está compuesta por 12 hoteles ubicados tanto en la India como en Estados Unidos.

El nivel de ingresos de los artesanos creció exponencialmente y hoy en día tienen una fuente sostenible de trabajo tejiendo los uniformes del personal de la cadena Taj. La empresa se preocupó mucho por preservar la tradición tejedora de saris dado que representa parte del patrimonio de la India y hoy se encuentra orgullosa de ver que muchos de los hijos de los artesanos con los que trabajaron inicialmente se encuentran motivados para seguir cultivando el arte de tejer.

Definitivamente el proceso de esta iniciativa no fue fácil, sin embargo el resultado fue más que satisfactorio.

IV. OTRAS OPORTUNIDADES DE ARTICULACIÓN COMERCIAL.

Es importante mencionar que en otros sectores distintos al turismo, también se pueden realizar iniciativas que permitan incrementar los ingresos de los artesanos a través de articulación comercial. Por ejemplo, una necesidad que tienen la mayoría de empresas de cualquier rubro es la adquisición de regalos corporativos para fin de año. Otro ejemplo sería la confección de cubrecamas o frazadas para abastecer a los campamentos de las empresas mineras, etc.

Los artesanos peruanos tienen la diversidad productiva necesaria para que las empresas puedan escoger el producto que más se acomode a sus necesidades. De esta manera, se permitiría a los artesanos tener una oportunidad comercial y las empresas privadas estarían colaborando con el desarrollo de las comunidades ubicadas en sus ámbitos de intervención.

V. LA PROPUESTA DE TRABAJO CONJUNTO.

Luego de haber analizado toda la problemática y los casos de éxito ya existentes, podemos observar que los programas de responsabilidad social empresarial si representan una oportunidad para mejorar la calidad de vida de los miles de artesanos de nuestro país. Es necesario que los actores; tanto el estado como la empresa privada, generen los espacios de diálogo que permitan desarrollar programas e iniciativas de trabajo en conjunto en beneficio de los artesanos. Adicionalmente, estas alianzas permitirán dar sostenibilidad a las intervenciones del Estado y generarán para las

empresas privadas un acercamiento positivo con las comunidades con las que tienen relación e incrementarán su reputación social y responsable en su zona de intervención. Este es un escenario en el que todos los actores obtienen beneficios y además se promueve el desarrollo de un elemento tan importante en la cultura e identidad de nuestro país: la artesanía peruana.

VI. CONCLUSIONES.

1. La artesanía peruana es un elemento importante de la riqueza cultural que tiene nuestro país y es necesario darle el impulso que merece para preservarla y convertirla en una actividad económica que permita a los artesanos tener una mejor calidad de vida.
2. Una de las principales necesidades de los artesanos peruanos es poder incrementar su nivel de ventas por lo cual es vital crear mayores espacios de articulación comercial.
3. El Estado, a través de sus distintos niveles de gobierno despliega esfuerzos anualmente para poder brindar a los artesanos la preparación necesaria para poder articularse al mercado de manera exitosa sin embargo se enfrenta a las limitaciones inherentes al sector público lo cual no le permite llegar a atender todas las necesidades de los artesanos.
4. Las alianzas entre el sector público y el sector privado en el marco de sus programas de RSE pueden dar resultados muy positivos para mejorar el nivel de ingresos de los artesanos peruanos. Existen experiencias positivas que así lo demuestran por lo que el objetivo de todos los actores involucrados debería ser fortalecer todas las iniciativas que tengan como fin coadyuvar el desarrollo de la actividad artesanal.
5. Las empresas privadas que deseen implementar un programa de RSE teniendo como beneficiarios de una región a una

comunidad de artesanos, deberán ser las primeras en sensibilizarse con respecto al valor cultural de la artesanía y deberán comprometerse realmente con sus beneficiarios. Para lograr esto deberán tener al menos noción de sus técnicas; su idiosincrasia, su iconografía, sus materiales, sus dificultades de producción, entre otros. Todo esto forma parte del conocimiento necesario para que una empresa privada a través de un programa de RSE pueda realmente servir como una herramienta para fomentar el desarrollo de la artesanía peruana.