

ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LA SOSTENIBILIDAD ECONOMICA DE LOS ARTESANOS DE CARRIZO DE LATACUNGA

Érika Paola Beltrán Vaca
eripao_9608@hotmail.com
Spine ortopédicos - Ecuador
<https://orcid.org/0009-0001-0441-8709>

Jennifer Alexandra Oña Pilco
jennyalex32@outlook.com
Sabilife - Ecuador
<https://orcid.org/0009-0007-7664-4493>

Rosa Mercedes Iturralde Barriga
chochiturralde_rmib@hotmail.com
Empresa Eléctrica Provincial Cotopaxi - Ecuador
<https://orcid.org/0009-0008-2089-9355>

Andrés Sebastián Calapiña Noroña
andressebastiancalapina18@gmail.com
Freedom Restaurant - Ecuador
<https://orcid.org/0009-0001-6693-483X>

Recibido: 29/07/23
Aceptado: 28/08/23
Publicado: 01/09/23

RESUMEN

Este artículo analiza la situación de los artesanos de carrizo en Latacunga (Ecuador), cuyo oficio ancestral enfrenta desafíos como la competencia con productos industriales, la falta de educación financiera y la pérdida de relevancia cultural. Mediante encuestas a 20 artesanos, se identificó que, aunque el 80% valora su importancia patrimonial, el 75% reconoce un declive en sus ventas debido a la sustitución por alternativas plásticas. Además, el 60% desconoce estrategias financieras básicas, limitando su sostenibilidad económica. El estudio concluye que, para preservar esta tradición, se requieren medidas como capacitación en gestión financiera, innovación en diseños y políticas de promoción que vinculen el valor cultural con las demandas del mercado contemporáneo.

Palabras clave: artesanía, carrizo, identidad cultural, economía artesanal.

FINANCIAL STRATEGIES FOR THE ECONOMIC SUSTAINABILITY OF LATACUNGA'S REED ARTISANS

ABSTRACT

This article examines the challenges faced by carrizo (reed) artisans in Latacunga, Ecuador, whose ancestral craft is threatened by industrial competition, lack of financial literacy, and declining cultural relevance. Surveys of 20 artisans revealed that while 80% recognize the craft's cultural value, 75% acknowledge declining sales due to replacement by plastic alternatives. Additionally, 60% lack basic financial management skills, hindering economic sustainability. The study concludes that preserving this tradition requires financial training, design innovation, and promotional policies that bridge cultural heritage with contemporary market demands.

Key words: handicrafts, reed, cultural identity, artisan economy.

Correo principal para contacto: eripao_9608@hotmail.com

1. INTRODUCCIÓN

Las costumbres y tradiciones transcurren de generación en generación, como un patrimonio cultural. Hoy en día, sus medios de producción son elementales y poco competitivos: no existe una asesoría, ni capacitación adecuada para mejorar esta actividad y garantizar la preservación de los productos artesanales, así como también la salud del artesano. El arte ancestral de elaboración de artesanías con base en carrizo es el oficio para la subsistencia de varias familias. Dicha actividad ha perdido su importancia con el tiempo. La herencia colectiva desaparece poco a poco. Este modelo de fabricación que se ha demostrado insostenible y que su resultado puede ser terriblemente desperdiciado.

La tendencia a un mayor grado de vinculación, el contacto más frecuente con los valores de la sociedad nacional a través de diversos mecanismos, entre ellos los comerciantes que acuden a las ferias, así como el prestigio que implica el uso de las mercancías ofrecidas por ellos, hace que se tienda a dejar de elaborar muchos artículos y que en su remplazo se compren los confeccionados en otros lugares o industrialmente. (Naranjo, 1996, p. 147)

El mantener viva una labor tradicional y adaptarse a los cambios contribuirá a un mejor futuro para los artesanos. Por ello, se hace necesario formular estrategias financieras, tratando de solucionar los problemas existentes dentro del sector, a través de incremento de la rentabilidad, mejora en el conocimiento de una buena inversión, capacidad de entender la estructura del capital de trabajo, identificación de los riesgos financieros, gestión del efectivo, etc. Varios son los problemas por la cuales los artesanos van perdiendo el interés de continuar con la elaboración de las artesanías.

Identidad

Los artesanos son en su mayoría productores directos y propietarios de los medios de producción. A diferencia de un trabajador industrial, el artesano controla el proceso de producción y se apropia del resultado de este proceso, dándole su marca y su esencia. Pocas veces se habla de esta actividad. Sin embargo, se trata de un sector muy relevante. No sólo porque genera trabajo e ingresos económicos. También, porque reúne en su entorno elementos como el arte, la tradición o la herencia de una historia ancestral. Según García: “la mayoría de los artesanos están salvaguardando una serie de oficios y un patrimonio muy importante, así como la identidad de un pueblo” (2018, p.35).

Como parte de la tradición cultural de los pueblos, las artesanías representan la identidad comunitaria que pasa de padres a hijos, del maestro al aprendiz y son elaboradas por procesos manuales, auxiliados por implementos rudimentarios que aligeran ciertas tareas. El origen de los artesanos del carrizo en el cantón Latacunga se ve reflejado desde el trabajo en las haciendas. A finales del siglo XVIII, una crisis económica sería la causa por la que el número de artesanos se incrementó en dichas épocas. Los indígenas trabajaban desde sus hogares para poder subsistir y con ello también apareció la artesanía textil.

Ramón D. Rivas, en su artículo publicado en el año 2018, resalta que existen dos variaciones de artesanías: una de ellas es la artesanía tradicional, que se produce desde

tiempos ancestrales y en las que se conservan, sin mucha variación, técnicas, diseños y colores originales e identifican el lugar de origen del producto. Por otro lado, está la artesanía contemporánea, que tiene que ver con productos que conservan gran parte del proceso de elaboración como las tradicionales, pero que sufren modificaciones para satisfacer nuevas necesidades materiales y espirituales.

En este sentido, se considera que los artesanos trabajan en varios oficios para contribuir al gasto de sus hogares. Según Cardini (2012): “la producción artesanal se desarrolla en el marco de la economía doméstica y los ingresos que genera –cuando no constituye la ocupación central del grupo– se complementan generalmente con los procedentes de otras actividades informales” (p. 127).

Cultura

Mediante las artesanías se puede rescatar el valor patrimonial que ellas representan. El artesano debe ser cuidadoso en heredar este bello arte y seguir con lo aprendido, pulir la habilidad en sus herederos, ya sean estos su familia o los mismos trabajadores que lo acompañan de ser el caso. En la antigüedad, eran sobre los artesanos en quien recaía, en las sociedades tradicionales, la responsabilidad de proporcionar a su familia y a la comunidad los elementos indispensables para la vida diaria. Hoy en día, a esto lo conocemos como “cultura popular”.

En este sentido, se debe proteger la identidad cultural y el patrimonio. Mediante ello, se tiene el soporte clave de la historia de la humanidad, donde cada obra creada sea tangible o intangible sirve como testimonio de la cultura que da sentido de pertenencia a pueblos y nacionalidades. Ferro (2014) menciona: “el tipo de artesanía, resultado de la hibridación cultural, es la *neoartesanía*, correspondiente a la artesanía urbana o contemporánea, a partir de la división de la artesanía realizada respecto al mercado, a la producción y al contenido cultural” (pp. 72-73).

Innovación

A pesar que la innovación se apareja frecuentemente con sectores relacionados a la tecnología, el sector de las artesanías también puede estar dentro de los cambios de la innovación. Los artesanos deben adaptarse a las exigencias del mercado para competir que cada vez en un mundo más globalizando.

Frente al interés y la problemática de las fuentes de información sobre el sector artesanal, se recalca que, hasta hace sólo diez años, el inconveniente común en el campo de esta investigación era el desconocimiento de su existencia. De ese modo, surgió una época en la que toda acción de promoción de su desarrollo socio-económico y tecnológico era precedida por la realización de investigaciones tipo diagnóstico que enmarcaban analítica y logísticamente la acción promocional. Así, se fue acumulando considerable cantidad de información, pero de forma dispersa y desconociendo su ubicación real (Herrera, 1996).

En otro estudio, la innovación sostenible se fundamenta en la economía circular o la filosofía de la cuna a la cuna (Braungart y McDonough, 2005). Esto significa exponer al producto en función de los ciclos naturales, apoyados en la eficiencia energética, asimilando a una esponja que todo lo que se presente es absorbido.

Finalmente, la artesanía es el medio por el cual se puede contar, se pueden despertar historias dormidas que no se manifestaron en las artesanías y se empieza la creación de nuevas formas de plasmar un sentir, una tradición, una vivencia a través de reconfiguración de la identidad.

2. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS / MATERIALES Y MÉTODOS

Con base en un enfoque teórico de la sociología cultural, el estudio de los factores sociales, económicos y administrativos juegan un papel muy importante dentro del desarrollo de una población. Es por ello, que analizar los datos es importante para ayudar a identificar patrones y tendencias en las formas de interacción. Este enfoque parte de dos ideas básicas, pero a la vez importantes: por un lado, se supone que el conocimiento administrativo de los artesanos proviene solamente de su entorno cultural o tradicional; por otro lado, estos factores tienen las habilidades y capacidades para transformar dicho entorno, siempre que estos sean guiados y asesorados, de tal manera que estos conocimientos puedan transmitirse a sus nuevas generaciones.

Por tanto, una investigación descriptiva es el camino más adecuado para explorar aspectos subjetivos y contextuales respecto a los conocimientos sociales y administrativos dentro de su entorno cultural o tradicional. Es por esto que la investigación está encaminada a reconocer el arte tradicional del carrizo. Para esto, se insertan datos verificables sobre las respuestas que generan el interés de establecer el uso adecuado de estrategias financieras tales como: la organización de un plan de negocios, educación financiera, análisis de crédito acorde a su necesidad con una muestra aleatoria simple de 20 artesanos de carrizo del sector El Niágara de la ciudad de Latacunga.

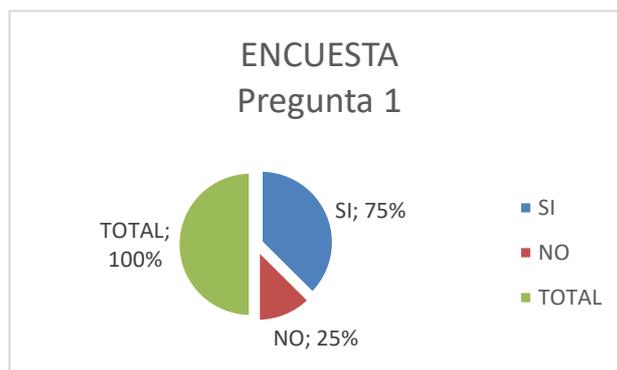
En el enfoque cuantitativo, con base en los análisis de la información numérica (en porcentajes), datos y gráficos estadísticos sobre las encuestas con una muestra de 20 personas. La información recopilada fue sobre el consumo del producto, herramientas de los artesanos y sus fuentes de financiamiento. De esta manera, se busca promocionar la oferta de los productos elaborados artesanalmente en dicho sector.

3. RESULTADOS

Con base en el análisis de la información, se valora numéricamente, en porcentajes, datos y gráficos estadísticos, que representan a las 20 personas encuestadas del sector El Niágara, donde los resultados de dicha encuesta se detallan a continuación:

Figura 1

¿Conoce usted qué es una artesanía de carrizo?

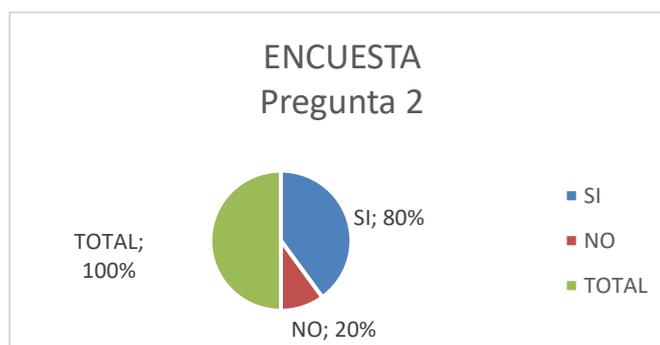


Fuente: autoría propia.

Con un total de 20 personas encuestadas se puede apreciar en la gráfica, que el 75% tienen conocimiento sobre las artesanías de carrizo, que años atrás eran muy utilizados para realizar las compras en los mercados. Mientras que un 25% desconoce de este producto, por la existencia y el bajo uso de estas artesanías. Por tal razón, con este proyecto se pretende impulsar la comercialización de productos de carrizo.

Figura 2

¿Considera usted importante que este producto se siga manteniendo dentro del mercado?

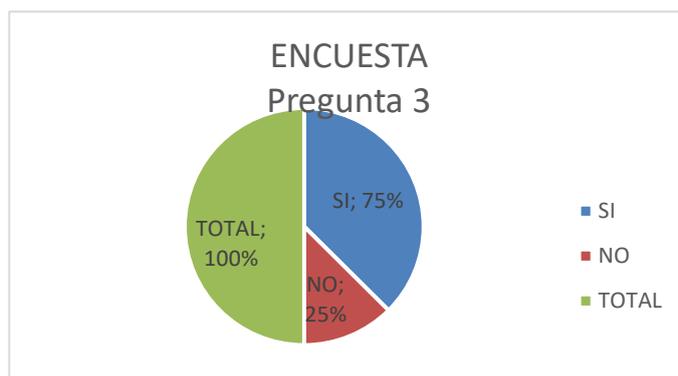


Fuente: autoría propia.

Se puede observar que un 80% considera que es necesario e importante que los productos de carrizo se mantengan en el mercado. En razón que las artesanías contribuyen a la conservación y revitalización de la cultura tradicional, mientras que, por otro lado, se observa que un 20% expresa que no es necesario este producto. En este contexto, se considera oportuno incentivar, apoyar y trabajar intensamente en conjunto con los artesanos y ayudarles a encontrar el camino más idóneo para la innovación y comercialización de los productos que nos ofrecen.

Figura 3

¿Considera usted que ha disminuido la venta de artesanías de carrizo?

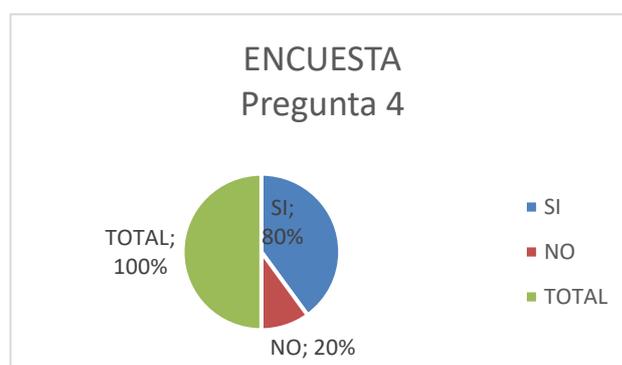


Fuente: autoría propia.

De las 20 personas encuestadas, el 75% considera que las ventas del producto han disminuido, mientras que el 25% opinan lo contrario. Esto se debe a la comercialización de nuevos productos como fundas plásticas, bolsas de papel, maletines de compras, etc. Este cambio no fue acogido por toda la población debido a la tradición que se mantienen en ciertas familias.

Figura 4

¿Cree usted que los productos de carrizo fueron reemplazados en el mercado?

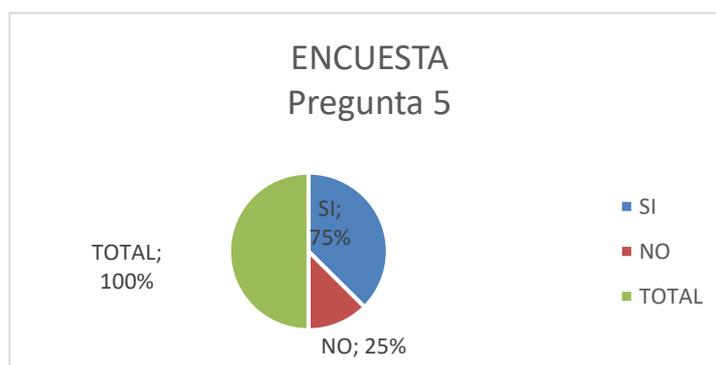


Fuente: autoría propia.

Con un total de 20 encuestados, el 80% cree que los productos son reemplazados en el mercado, sin embargo, el 20% opina lo contrario. Claramente se puede observar que las artesanías de carrizo fueron sustituidas por productos similares, que son más fáciles de transportar y con costos menores, dejando de lado la importancia del arte manual y la actividad turística que el producto genera. Se hace necesario incentivar a las personas a que continúen consumiendo las artesanías en diferentes lugares, así como las recomienden a otras personas, comentar lo bueno que es este producto para así promover el consumo local.

Figura 5

¿Considera la publicidad como estrategia para mejorar la comercialización de este producto?

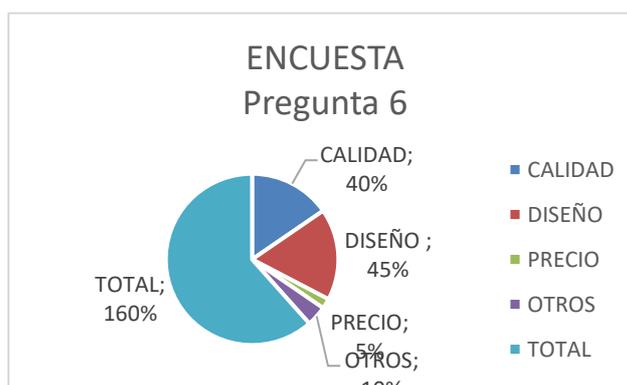


Fuente: autoría propia.

Siendo un total de 20 personas encuestadas, un 75% afirman que se debe realizar publicidad sobre el producto, mientras el 25% no lo consideran necesario. Los resultados obtenidos consideran muy importante enfocarse en desarrollar publicidad de las artesanías de carrizo. Esto ayudaría a promocionar más sus ventas, aumentar los ingresos de las personas que realizan este oficio, llamando así la atención por el arte y la tradición cultural de nuestro cantón.

Figura 6

¿Cuáles cree que son las razones por las que la gente adquiere este producto?



Fuente: autoría propia.

Según los datos visualizados en la gráfica, se puede apreciar que un 40% de las personas encuestadas adquieren artesanías de carrizo por su calidad, un 45% por el diseño, el 5% por el precio, mientras el 10% por otras características. Con base en la tabulación, los más altos porcentajes de selección son por su diseño y su calidad. Por ende, las artesanías son más atractivas, convirtiéndose cada obra en un objeto único e incomparable. Así, se fomenta su comercialización y su diferenciación en el mercado, dándole un carácter sumamente especial a las artesanías de carrizo.

Figura 7

¿Tiene usted algún conocimiento de lo que es estrategia financiera?

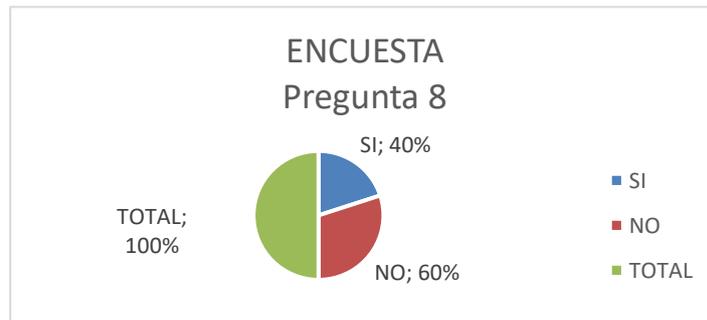


Fuente: autoría propia.

Como se puede apreciar en el gráfico, el 60% afirma tener conocimientos sobre lo que es una estrategia financiera, mientras que un 40% desconoce acerca de este tema. Por esto, es sumamente necesario e importante implementar conocimientos sobre lo que son las estrategias financieras, donde se pueda determinar la situación actual y la toma de decisiones futuras, mediante diferentes indicadores sobre el costo que conlleva la elaboración de las artesanías de carrizos.

Figura 8

¿Considera usted que la elaboración de los productos de carrizo es perjudicial para el medio ambiente?

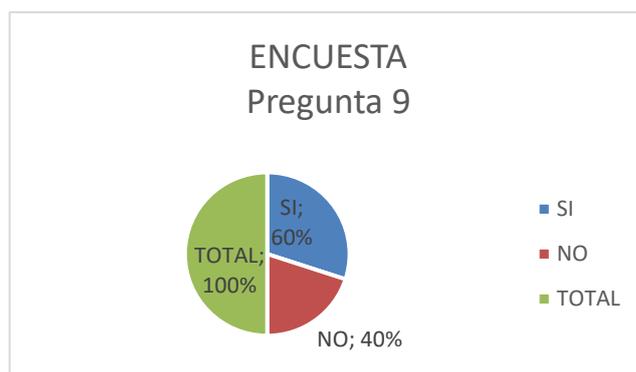


Fuente: autoría propia.

Con un total de 20 personas encuestadas, se puede interpretar en el gráfico que el 60% no consideran que las artesanías de carrizo sean perjudiciales para el medio ambiente. Ellos manifiestan que estos productos están basados en la transformación de un material natural. Por otro lado, un 40% opina que la elaboración es perjudicial. Por ende, es necesario realizar charlas o capacitaciones sobre lo que realmente es perjudicial al medio ambiente. Al momento de sustituir materias primas de origen natural como lo es el carrizo por plástico u otros materiales que provienen de procesos altamente contaminantes estaríamos afectado gravemente al planeta.

Figura 9

¿Usted considera que se debe tener una educación financiera para elaborar los productos de carrizo?

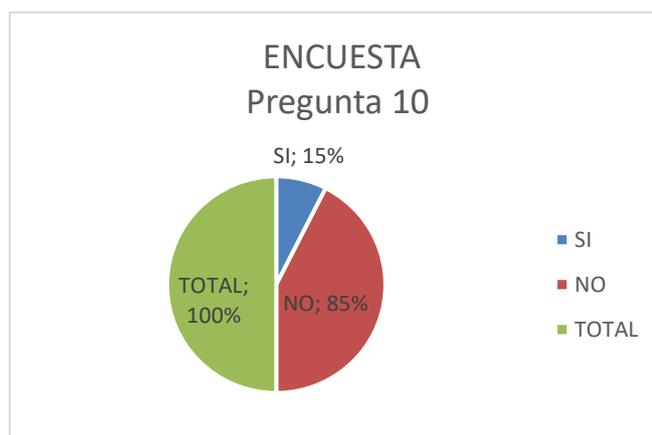


Fuente: autoría propia.

Con un total de 20 encuestados, el 60% menciona que se debe tener una educación financiera que ayude a entender cómo manejar el dinero, solventar las inversiones y poder calcular los precios de venta de las artesanías de carrizo. Mientras el otro 40% desconoce el tema. En este sentido, se hace necesario colaborar con el sector brindando asesoramiento en esta área.

Figura 10

¿Conoce usted el proceso de elaboración de artesanías de carrizo?



Fuente: autoría propia.

Según los datos totales de las 20 personas encuestadas, el 15% sí conoce sobre el proceso de elaboración de las artesanías de carrizo, mientras que el 85% desconoce el procedimiento. Esto muestra el poco interés en este tipo de oficios. Se debería fomentar la participación de los artesanos en ferias inclusivas para publicitar al consumidor sobre las bondades de los artículos realizados con este material.

4. DISCUSIÓN

Según García (2018): “la mayoría de los artesanos están salvaguardando una serie de oficios y un patrimonio muy importante, así como la identidad de un pueblo” (p. 35). Por ende, es primordial continuar con una tradición que ha pasado de generación en generación, evitando con el paso del tiempo se pueda perder. Por tal motivo, el 80% de encuestas dan relevancia a los productos artesanales siendo parte de sus raíces ancestrales. De tal manera, Ferro (2014) menciona que “el tipo de artesanía, resultado de la hibridación cultural, es la neoartesanía, correspondiente a la artesanía urbana o contemporánea, a partir de la división de la artesanía realizada respecto al mercado, a la producción y al contenido cultural” (pp. 72-73). Las tradiciones son parte de la identidad y es prioridad su preservación en el tiempo para mantener las raíces culturales.

Según Cardini (2012) manifiesta: “la producción artesanal se desarrolla en el marco de la economía doméstica y los ingresos que genera, cuando no constituye la ocupación central del grupo, se complementan generalmente con los procedentes de otras actividades informales” (p. 127). Varios motivos influyen a la ausencia de comerciantes artesanos, una de ellas es la falta de ingresos al núcleo familiar, el mismo hecho que el 40% de los encuestados mencionan no tener conocimiento financiero mucho menos emplearlos en sus emprendimientos.

El conocimiento básico de las estrategias financieras ayudaría a sostener el producto, considerando los gastos, ingresos, ganancias o pérdidas que se podrían presentar al momento de elaborar las artesanías de carrizo. Ante los intereses y problemas de las fuentes de información en el oficio, hace no más de diez años una deficiencia común en el campo de la investigación era el desconocimiento de su existencia. De esta manera, se abre una era en la que cualquier actividad, para promover su desarrollo socioeconómico y tecnológico, necesita de la realización de un estudio de diagnóstico.

5. CONCLUSIONES / CONSIDERACIONES FINALES

En el desarrollo del presente artículo se identificaron varios problemas que hacen que los artesanos de carrizo vayan desapareciendo del sector sur de la ciudad de Latacunga, en particular por la falta de interés de las personas que están reemplazando este producto por otros similares en distintos materiales. Por otra parte, el desconocimiento financiero de los artesanos de este rubro. Sin embargo, es necesario conocer sobre las estrategias financieras y formas en las que puedan proporcionar un mejor entorno tanto para los comerciantes como a los clientes.

En este contexto, los 20 artesanos activos en la actualidad no cuentan con ingresos suficientes de esta actividad para mantener a su familia. Muchos de ellos no tienen conocimientos de estrategias financieras para salvaguardar las técnicas artesanales y tradicionales en la venta de productos de carrizo, confirmando la investigación sobre lo que ocurre en el medio en el que ellos laboran.

6. REFERENCIAS

- Braungart M y McDonough W. (2005). *De la cuna a la cuna*. Editorial MCGRAW-HILL / Interamericana de España, p-80
- Cardini, L. A. (2012). Producción artesanal indígena: saberes y prácticas de los Qom en la ciudad de Rosario. *Horizontes Antropológicos*. p. 101-132.
- Ferro, D. (2014). *Identidad, cultura e innovación en las artesanías: un camino para el desarrollo sustentable y el Buen Vivir*. Editorial Universidad Andina Simón Bolívar, p-45.
- García, T. (2018), *Artesanía patrimonial ecuatoriana*. Editorial Falcsoandes, p-35
- Herrera, N. (1996). *La labor documental y el posicionamiento de los valores socioculturales de la artesanía*. p. 25-26
- Naranjo, M. (1996). *La cultura popular en el Ecuador. Tomo II*. Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares. Cotopaxi, Ecuador.