



USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

PROGRAMA REGIONAL DE USAID PARA EL MANEJO DE
RECURSOS ACUÁTICOS Y ALTERNATIVAS ECONÓMICAS

PROGRAMA REGIONAL DE USAID PARA EL MANEJO DE RECURSOS ACUÁTICOS Y ALTERNATIVAS ECONÓMICAS

**ENTREGABLE 3.2: PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA LA
CONSTRUCCIÓN DE UNA RED DE ARTESANÍAS**

This publication was produced for review by the United States Agency for International Development. It was prepared by WIDECAST. The author's views expressed in this publication do not necessarily reflect the views of the United States Agency for International Development or the United States Government.

31 Julio 2012

Esta publicación fue producida para la revisión de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional. Fue elaborado por WIDECAST

STRATEGIC PROPOSAL FOR CREATING A CRAFTS NETWORK

Executive Summary

Based on the findings of an assessment in the four target sites—Bay Islands, Gulf of Fonseca, Talamanca, and Bocas del Toro, WIDECAST designed a strategy for setting up a crafts network. It includes the four main issues to address in consolidating a marketing system that brings greater social and environmental equity to local crafters in those areas.

Using the baseline drawn from the assessment, this report proposes working in three areas that serve as the backbone for an undertaking of this magnitude: 1) political and institutional framework; 2) infrastructure, services, and markets; and 3) business competencies. The strategic proposal describes the activities in each area that respond to the crafters' basic requirements in terms of supplies, tools, capacity building, and institutional, organizational, and technical support.

Aligned with the USAID Regional Program objectives in Central America, the strategy focuses on crafts produced with social and environmental guarantees that make them more attractive and give them with value added relative to other products.

The main recommendations include evaluating and selecting specific products for the network; opening processing centers that aid in product placement abroad; designing an efficient communications system between processing centers, process coordinators, and producers; creating a seal of origin and good social and environmental practices; and creating a direct link between the network and the end consumer.

The strategy will focus on three areas: 1) regional brand and product design; 2) development and operations in multinational regional and extraregional markets; and 3) training for crafters.

Ultimately, the strategy aims to improve the living conditions of crafters and their families in socially and environmentally fragile and underdeveloped areas by expanding marketing opportunities for products that ensure environmental sustainability, gender equity, worker protections, and fair trade.

CONTENIDO

PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA RED DE ARTESANÍAS.....	1
Resumen Ejecutivo	3
Objetivos	4
Introducción.....	5
Metodología.....	8
Propuesta Estratégica	9
1. Línea Estratégica: Marco Político, Institucional y de Organizaciones No Gubernamentales	11
2. Línea Estratégica: Infraestructura, productos y mercados.....	12
2.1 Producto 1	15
2.2 Producto 2.....	17
2.3 Producto 3.....	19
2.4 Producto 4 y 5	20
2.5 Comentarios Generales de los productos	20
3. Línea Estratégica: Competencia empresarial	21
4. Metodología para la implementación	22
6. Necesidades	25
6. Principales Actores	27
7. Riesgos para la implementación y Análisis FODA.....	31
Conclusiones y Recomendaciones	33
Referencias	34

Resumen Ejecutivo

Como resultado del proceso de diagnóstico de los cuatro sitios investigados, Islas de Bahía, Golfo de Fonseca, Talamanca y Bocas del Toro se ha construido, desde sus principales enseñanzas, una estrategia para la creación de una Red de Artesanos. Contempla los principales puntos que deben tratarse para lograr consolidar un mecanismo de comercialización más justo, tanto social como ambientalmente, para los productores de artesanías de las zonas.

En este documento es parte de la línea base que marca el estudio de diagnóstico y propone el trabajo en tres grandes áreas especificadas como: Marco político institucional, Infraestructura, servicios y mercados y competencia empresarial que se valoran como vertebrales para el éxito de una iniciativa de esta envergadura. Desde estos componentes se describe una propuesta estratégica con sus actividades respectivas necesarias para poder suplir las necesidades básicas de los artesanos tanto en insumo, herramientas, capacidades y apoyo institucional, organizacional y técnico.

La estrategia considera la producción artesanal con garantías ambientales y sociales que les den a dichos productos un atractivo y un valor agregado en comparación con otros tipos de producción que no garantiza dichos elementos y que además van de la mano con la propuesta del Programa Regional de USAID en Centroamérica.

Las recomendaciones principales se orientan a evaluar y seleccionar productos específicos para la red propuesta, crear centros de acopio que ayuden a la colocación de producto en el exterior, construir un mecanismo de comunicación eficiente entre centros de acopio, coordinadores del proceso y productores, además generar un sello de origen y buenas prácticas sociales y ambientales, y por último generar un vínculo directo entre la red y los compradores finales.

La estrategia se enfocará en tres áreas: Diseño regional de marca y productos, el desarrollo y operación en mercados multinacionales en la región y extraregionales, la capacitación de los productores.

La finalidad de dicha estrategia es el mejoramiento de las condiciones de vida de los artesanos y sus familias en las zonas que muestran condiciones sociales y ambientales vulnerables y de desarrollo bajo. Mediante la apertura de mejores posibilidades de comercialización de productos que garanticen la sostenibilidad ambiental, la inclusión de género, garantías laborales y el comercio justo.

Objetivos

Se incluye el planteamiento de una propuesta de líneas estratégicas para establecer la red regional de artesano(as). Actividades y objetivos que lleven a una producción estandarizada de productos locales regionales que permitan ligar el esfuerzo centroamericano con un mercado internacional.

Para ello, se deben considerar elementos de como diseñar los modelos de capacitación, organización, control de calidad, etiquetado, certificado, estrategia de comercio y recomendaciones de modelos organizativos. Además de una estrategia de acceso a mercado internacional basada en las experiencias de WIDECAS, que incluya marca o etiqueta amigable, descripción de tipo de cliente y recomendaciones de desarrollo de producto,

- Definir una propuesta estratégica que guíe la creación de una red regional de artesanos(as).
- Evaluar las condiciones que logran la construcción de un Marco Político, Institucional y de Organizaciones No Gubernamentales que de soporte a la red.
- Proponer estrategias que lleven al fortalecimiento de la Infraestructura, productos y mercados en las localidades de estudio.
- Plantear actividades que ayuden a desarrollar características de Competencia empresarial dentro de la propuesta de red de artesanos(as).

Introducción

La posibilidad de creación de una red de artesanías en Centroamérica se hace más factible una vez identificadas las características predominantes de esta población. Como referente a este documento se utilizó el documento de diagnóstico llamado “Condición Actual de Mercados de Artesanías en Cuatro Zonas de Centroamérica” elaborado de forma paralela al presente, el cual brinda una línea base e información diagnóstica para la discusión y propuesta de líneas estratégicas en el marco de creación de una red de artesanos centroamericana.

Las condiciones de los pueblos latinoamericanos y específicamente la de sus comunidades o poblaciones productoras de artesanías, presenta una inmensidad de características en común, la más sobresaliente es la condición de pobreza y exclusión social en la que viven, así como las bajas oportunidades comerciales que les rodean. Una red que convierta la producción, negociación y comercialización de los productos artesanales en un pacto colectivo podría cambiar esta falta de oportunidades mediante el ingreso a mejores mercados con mayores oportunidades socio-económicas para estas poblaciones.

El diagnóstico de los sitios visitados arrojó como resultados, que hay deficiencias importantes de herramientas, capacitación, materiales y oportunidades de ventas. Descubrió además que aunque hay algunos grupos establecidos en ciertos sitios visitados, hay un déficit organizacional importante que podría deberse en la identidad, por naturaleza, individual del artesano(a). Que aunque los materiales de confección de las artesanías en su mayoría son amigables con el medio ambiente, existen productos que utilizan materiales como concha, carey y maderas cuyo uso debe ser evaluado particularmente por su impacto a la especie o al ambiente. Afortunadamente en todas las zonas existen materiales alternativos que pueden ser utilizados para lograr certificaciones que le den realce a los productos. El diagnóstico elaborado también arrojó conclusiones importantes que pueden ser resumidas como:

- Bocas del Toro, Talamanca e Islas de Bahía son los sitios que presentan mejores condiciones de trabajo en cuanto a mercados locales y afluencia turística. Estos sitios tienen una plataforma local consolidada que logra hacer que sean destinos turísticos más comunes.
- Hay un panorama difícil de trabajo para los artesanos y tiendas del Golfo de Fonseca, donde las condiciones sociales, principalmente de alta pobreza y una baja capacidad turística, crea una inestabilidad en el flujo del turistas.
- El Golfo de Fonseca, Talamanca, las zonas productoras indígenas de Bocas del Toro y zona de Miskitía presentan la identidad de artesano más marcada. Los artesanos reflejan un fuerte arraigo, por un lado la identidad de artesano y por otro una identidad étnica fuerte.
- Las capacidades artesanales requieren de un afinamiento en muchas de las zonas así como la diversificación hacia productos diferentes. Muchos productos homogéneos

presentan las mismas características y acabados que consecuentemente llevan a la pérdida de atractivo y posibilidades de compra.

- Muchos de los artesanos carecen de capacitación técnica en muchas áreas y han aprendido su oficio por transmisión empírica de los conocimientos, limitando así los tipos de productos y uso de materiales que puedan hacer.
- Necesidad de herramientas, ya que la mayoría de los artesanos no tienen las necesarias para crear productos nuevos o dar mejores acabados a sus productos.
- Los materiales de confección de las artesanías en su mayoría son amigables con el medio ambiente, pero sí existen productos que utilizan materiales como concha, carey y maderas cuyo uso debe ser evaluado
- Los productos principales de producción son los diferentes tipos de bisutería, esto es un reflejo de la falta de herramientas y capacitación
- En las zonas de trabajo las organizaciones de artesanos o son inexistentes o existen bajo condiciones muy frágiles y sin dirección alguna. Los grupos localizados, por el momento no están en condiciones de coordinar más allá de sus comunidades.
- En las zonas que existen un desplazamiento de productos locales existe una presencia fuerte de artesanía de tipo souvenir o de aeropuerto, que es más barata de conseguir para consumidores que tienen poco interés en la calidad y el valor socio-ambiental.

Las tiendas en los sitios de Talamanca e Isla de Bahía están perdiendo interés en la compra de productos locales, mientras que en el Golfo de Fonseca y Bocas del Toro las tienen interés sobre lo propio y culturalmente simbólico.

Además de estos puntos considerados como los más relevantes del estudio de diagnóstico, este también reveló que en todos los sitios de trabajo los artesanos tienen una identidad muy arraigada que lleva a riesgos y oportunidades en la creación de una red de trabajo. Esta identidad debe ser evaluada contra dos posibles condiciones, primero la producción estandarizada en volumen y segundo la tradición y creatividad del artesano, armonizar estas dos consideraciones junto a la identidad individual del productor, será esencial para garantizar el éxito de cualquier iniciativa de producción a gran escala o de inserción a mercados internacionales. Hay que recordar que existe arraigo a los productos en diferentes lugares lo cual puede poner trabas a la idea de producir masivamente ciertas piezas; pero crear mecanismos de estandarización del producto, de la calidad y producción que pueda además fomentar la creatividad y evitar la pérdida de identidad cultural ayudará a la motivación y aceptación por parte de los productores artesanales que tomen parte de estas iniciativas.

Es importante por tanto elaborar una propuesta de red desde la información y conocimiento de las zonas productoras de artesanías que se visitaron. Las líneas estratégicas que se

plantearan en este documento responden en parte a la información y observaciones de campo que resultaron del diagnóstico, a la construcción desde la realidad de trabajo en red, desde las debilidades y fortalezas identificadas, así como las amenazas y oportunidades detectadas en el entorno que rodea a la producción de las artesanías en cada una de las zonas; para concretar un análisis que brinda líneas generales de acción para la creación de dicha red.

El objetivo por tanto de este esfuerzo es lograr concebir procesos de organización en niveles mayores, así como procesos productivos artesanales que abran mas ventanas para el mejoramiento de la calidad de vida de los artesanos y sus familias en la región del estudio. Se lograra esto mediante la conformación de una red de artesanías con opciones de comercializar a un mercado internacional que ofrezca mejor rentabilidad y estabilidad de la actividad productiva desde las experiencias locales que se han tenido con el Programa Regional de USAID.

WIDECAST con el apoyo del Programa Regional de USAID, ha tenido experiencias de trabajo con artesanos en distintas localidades de Costa Rica y Nicaragua en donde estos han recibido capacitaciones en el tema de artesanías que han logrado ampliar la cantidad y calidad de productos que se pueden confeccionar. El contacto con el sector artesanal y de comunidades marino costeros, sumado a esto el valioso asesoramiento de parte de un artesano experto suman a este documento una trayectoria importante en el tema que no debe de ser desestimado.

Metodología

Este documento se construyó cómo un análisis desde la información procesada del diagnóstico de mercados y artesanías previamente elaborado, se tomó información de las observaciones personales que se realizaron en todos los sitios y también se evaluaron productos artesanales de cada uno de los mercados y artesanos que se visitaron. Se utilizó un cuestionario para recabar información acerca de muestras de productos artesanales que WIDECAST con su artesanos asociados produce y se llevaron al campo para mostrar a las diferentes personas con las que se habló o entrevistó, esto también con la participación en el equipo de trabajo de un artesano con más de 20 años de experiencia, lo que permitió orientar el esfuerzo en campo.

Sumado a esto se realizó un FODA como un esfuerzo sintético y analítico que ayuda a construir la propuesta estratégica de intervención.

Por lo tanto, este documento es producto de la consulta a 110 personas incluidos artesanos y comercios de artesanías en los 4 sitios determinados, Talamanca, Bocas del Toro, Islas de la Bahía y Golfo de Fonseca. Con lo que se elaboró la propuesta de creación de una red centroamericana de artesanos, desde el producto inicial realizado. Permitiendo entonces también evaluar productos que ya se colocan en el mercado internacional por un esfuerzo de WIDECAST. Se llevaron muestras en piedra, hueso y cacho para valorar la posibilidad de ser incluidos dentro de la producción de la red propuesta.

Propuesta Estratégica

Existe una dificultad en Latinoamérica para hablar de homogeneidad en micro y pequeñas empresas (PYMES). Los Estados han tomado políticas enfocadas a la inversión privada por los cambios que se dieron en los años ochentas con la reducción del sector estatal y la crisis financiera actual. Estos acontecimientos y la aparición de las entidades de micro financiamiento en los años ochentas en Sur América han logrado evolucionar y aumentar las opciones para micro y pequeñas empresas dentro de la región Latinoamericana, una ventaja que debe ser cosechada por esta propuesta, sobre todo dentro de planteamientos para desarrollo de infraestructura, talleres, herramientas y capitales semilla de grupos artesanales. Más aún en el panorama actual regional de las PYMES para lograr la sostenibilidad de una iniciativa como la propuesta se debe de tener un acercamiento multinivel de trabajo, basados en la Guía del Desarrollo de Empresas y Economía Rural (2004) dentro de estos niveles existen ciertos puntos esenciales interconectados que afectan directamente los procesos de desarrollo rural económico.

Dichos componentes se pueden clasificar dentro de cuatro áreas relevantes:

- Marco político institucional,
- Infraestructura, servicios y mercados
- Competencia empresarial
- Involucramiento de las partes interesadas y conexiones entre ellas.

Debe existir por tanto un ambiente favorable para la inversión y el entorno empresarial. El contexto que rodea a las iniciativas de desarrollo rural económico debe incluir un ambiente de negocios donde el Estado promueva la auto sostenibilidad de los negocios y además se mantengan relaciones entre los involucrados con la atención efectiva de las necesidades locales. Se debe entonces plantear medidas necesarias para la consecución de un entorno favorable. Entre ellas, se podrían agrupar los temas de la descentralización de recursos y decisiones, el empoderamiento de los locales mediante formación de capacidades, la organización y fortalecimiento de las instituciones locales, mejores políticas de atracción de inversión, mejores relaciones de lo nativo y su entorno, entre otras.

Los mecanismos, procesos y estructuras deben adecuarse a las necesidades locales existentes, la sostenibilidad de un proyecto tomara más fuerza en la medida en que exista apropiación local. Este punto se refiere a mecanismos que logren sensibilizar, concientizar y tomar en cuenta las realidades sociales de las comunidades costeras en especial de las localidades planteadas para realizar dicha iniciativa.

Las empresas privadas son o suelen ser más flexibles que muchas de las instituciones del Estado y por tanto puede ayudar en áreas como consultoría, banca, financiamiento y formación empresarial. Generalmente se relacionan más con ONGs y la cooperación internacional para lograr apoyar a las necesidades de las localidades o territorios. En esta etapa inicial se debe de identificar y establecer vínculos con estas empresas y organizaciones para que apoyen en la administración y prestación de servicios, técnicos, comerciales y pueden responder a los problemas y necesidades empresariales locales.

Por tanto, estas empresas privadas, como cooperativas, asociaciones proveedoras o empresas de servicios técnicos pueden ayudar al desarrollo y crecimiento de la igualdad en las distintas comunidades de los países. Pero con la condicionante fundamental de considerar que estas empresas deben adecuar sus servicios a las necesidades locales para poder ofrecer asistencia que sea de mejor calidad y útil para los procesos de desarrollo específicos de las organizaciones y la potencial red de artesanos.

La creación de redes de empresas privadas mejora la comunicación entre ellas y facilita acciones en conjunto que potencializan el uso de recursos y capacidades de manera más eficiente. Facilitan además lograr crear volúmenes de servicios, contactos mas sólidos con las instituciones del Estado.

La infraestructura es necesaria en los procesos de desarrollo, que puede ayudar a la productividad, al transporte, la salud, la educación y al suministro de servicios básicos necesarios. Es importante destacar que en muchas de las comunidades rurales que viven en pobreza de Centroamérica la infraestructura es mínima. Hablando específicamente de las zonas marino costeras y del gremio de artesanales, la infraestructura con las que se cuenta es mínima o inexistente, aparte de esto la presencia de infraestructura dura en las zonas es muy limitada presentado así mayores dificultades para el desarrollo sustentable de las comunidades. En este punto de los sitios evaluados, Talamanca es el que cuenta con la mejor infraestructura, convirtiéndolo en una potencial base de operaciones regional. Bocas del Toro e Islas de la Bahía representan un conflicto logístico por la dinámica de transporte acuático que encarece los costos, mientras que Golfo de Fonseca no presentan tantas facilidades para un rol organizativo regional por el bajo desarrollo de infraestructura, es además un sitio trinacional y los productores están sumamente disgregados geográficamente.

Los factores exógenos y endógenos que afectaran la productividad de las empresas, o en este caso la Red, deben ser considerados con detenimiento. Sobre todo porque factores internos como tecnologías y factores externos como calidad de la infraestructura tienen mucho peso sobre las condiciones de sostenibilidad y éxito de las micro y pequeñas empresas. Claro está que existen otros puntos de suma importancia que tienen que ir de la mano con el tema de la infraestructura, en donde la capacidad de negociación colectiva, de trabajo en red se hace presente para lograr mejorar la competitividad. Retomando lo expuesto se valoran entonces líneas estratégicas desde los tres puntos vertebrales mencionados:

1. Marco político institucional
2. Infraestructura, productos y mercados
3. Competencia empresarial

1. Línea Estratégica: Marco Político, Institucional y de Organizaciones No Gubernamentales

La estrategia que se considere dentro de la Red de Artesanos Centroamericana (RAC) debe contemplar el factor multinacional de la propuesta, en donde existen diferencias entre los marcos regulatorios para la producción y el apoyo a los distintos países en los que se va a trabajar. Hablando de forma general la presencia institucional cerca de las zonas de trabajo artesanal y el contacto que estas instituciones han tenido con el sector en el ámbito de la producción, es muy bajo.

En Chinandega, parte del lado Nicaragüense del Golfo de Fonseca, se ha identificado un contacto directo por parte del Consejo Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, con presencia constante en la zona de influencia han dado capacitaciones, esto debería explotarse para preparación empresarial. No se evidencia un contacto directo de las organizaciones no gubernamentales de la zona con el trabajo de los artesanos, fomentar el apoyo en este tema podrían aportar técnicos con calificaciones para trabajar en la zona.

En Bocas del Toro, existe un porcentaje importante de artesanos con capacitaciones por parte del Estado. El contacto directo con instituciones del gobierno como el Ministerio de Comercio e Industria (MICI), el Municipio de Bocas del Toro, el Instituto Panameño de Turismo (IPAT) y la Autoridad de Micro Mediana y Pequeña empresa (AMPYME) se ha traducido en apoyo con ferias y capacitaciones. En este lugar hay también una gran cantidad de ONGs que trabajan con los productores de artesanía, incluyendo etiquetas de procedencia, con una mayor coordinación con los agentes estatales se podría magnificar buenos resultados de iniciativas existentes o pasada.

En el Golfo de Fonseca, por parte de Honduras, hay una presencia importante de instituciones del Estado como DIGEPESCA y además programas de cooperación internacional como el Proyecto SAG – AECID, que tiene contactos importantes dentro del gremio de pesca y en de forma generalizada en la región. Los artesanos tienen un bajo contacto con instituciones u organizaciones no gubernamentales, se deben evaluar la cantidad real de apoyo en el tema, para si fomentar o iniciar la participación de los sectores.

Por parte de Talamanca, existen instituciones varias de distintos ámbitos, pero no tienen contacto con el sector artesanal. Según la información recolectada, es necesario evaluar la situación más a fondo en esta zona, en cuanto a capacitaciones de IMAS, INA u otras instituciones del Estado costarricense. Es de suma relevancia lograr vincular la red a algún referente local institucional u organización no gubernamental que ayude a gestar futuros procesos. Ventajosamente en esta zona la organización vinculada a este proyecto, WIDECAST tiene amplio conocimiento del contexto y mucha experiencia tanto con métodos alternativos de vida, diversificación como producción de artesanía.

Finalmente, en la parte de Islas de Bahía se detectaron cierta cantidad de instituciones y organismos como ONG's, aquí incluidas Roatán Marine Park (RMP), Bay Islands Conservation Association (BICA), Fundación Cayos Cochinos y en la zona Miskita a MOPAWI, los cuales tienen intención de participación en el desarrollo local. En la

actualidad, BICA realiza capacitaciones en la Isla de Roatán para medios alternativos de vida, mientras que RMP tiene interés en la iniciativa mediante el posible apoyo de CORAL.

En esta primera línea estratégica se depende de establecimiento de vínculos locales para que emulen la labor de la red. Afianzar contactos con organizaciones e instituciones, en todas las localidades, puede además brindar apoyo en temas de capacitaciones, formación empresarial, micro-emprendimientos, ideas de negocios, planes de negocios, pero sobre todo en fortalecimiento organizacional para dar mayor solidez a las organizaciones con las cuales se plantea trabajar en la Red de Artesanos(as). También es importante considerar que la idea no es que estas instituciones locales sobrecarguen sus tareas, si no más bien que aporten al proceso desde su oferta de servicios institucionales en la zona. Por tanto, sería importante recopilar un listado de estos servicios institucionales y sus mecanismos de acceso para así tener apoyo de la institucionalidad local.

2. Línea Estratégica: Infraestructura, productos y mercados

Según el diagnóstico de sitios, los artesanos locales no presentan la infraestructura óptima para el trabajo a mayores volúmenes, se detectó que una minoría cuenta con taller para elaborar sus piezas y trabajan con herramientas deficientes o hechas. Lo cual implica un punto fundamental a tomar en cuenta en la estrategia para la creación de la red. Para lograr colocar productos en mercados internacionales mediante el trabajo en red, se deben cumplir las siguientes condiciones:

Herramientas: Las herramientas son fundamentales para la creación de las artesanías, en este aspecto se sugiere valorar los contextos de microcréditos de los diferentes países para detectar opciones adecuadas que se acoplen a las necesidades de los artesanos de las diferentes localidades o por su defecto incluir dentro del planeamiento financiero un componente de capital semilla para actualización de herramientas de los grupos artesanales seleccionados. Esto con la clara intención de la compra de herramientas necesarias para facilitar al artesano(a) su trabajo y su aporte a la iniciativa de la red. Sin embargo la selección de herramientas deberá hacerse posterior a la definición de productos para que así se maximice utilización de recursos.

A manera de ejemplo, WIDECAST y FFI en Nicaragua en 2010 capacitaron artesanos en Puerto Cabezas, particularmente trabajadores del carey con la idea de moverlos del uso de esta materia prima a otras como el cuerno y el hueso. Al igual que ahora, la deficiente disposición de herramientas fue un problema, que se planteó resolverlo con el establecimiento de una carta de entendimiento entre la ONG y el artesano donde:

1. Se esgrimen principios ético-ambientales que deben de seguirse.
2. Compromiso a no usar más el carey.
3. Compromiso de la ONG a recibir piezas de primera calidad al artesano.
4. El artesano paga las herramientas cedidas por la ONG con piezas de calidad de exportación.
5. Apertura al monitoreo y control de calidad

De manera tal, que mediante este acuerdo posterior a la capacitación, el artesano recibió herramientas de buena calidad, las pagó con trabajo y se permitió un seguimiento.

Talleres de producción de artesanías: la situación es imprescindible más si aportaría a la productividad de los artesanos, este punto es más delicado en cuanto a que se requiere de más factores a considerar como lugar, mantenimiento, servicios básicos, entre otros. Se plantea por lo tanto valorar con mayor cautela las opciones de microcrédito ya sea pensado desde que se requiera un nivel más elevado de compromiso de parte de los artesanos involucrados. En vez de plantear la creación de talleres individuales, si se trabaja con grupos organizados de artesanos se puede apoyar en la creación de centros de producción de artesanía para estos grupos seleccionados, creando sitios comunes con las condiciones de espacio y servicios necesarios.

Selección de productos: La selección debe orientarse a productos con características similares que aseguren cierto volumen en condiciones y lapsos de tiempo definidos. Uno de los mayores problemas detectados en el diagnóstico previo es que los productos locales tienden a tener una calidad baja de acabados. Es imprescindible que todos los productos tengan una calidad relativamente estándar en sus acabados y diseño. Al hablar de artesanía la estandarización se vuelve retardadora y puede ir perfectamente en contra del alma de producto artesanal. Pero si se protocolizan ciertas condiciones de producción para un conjunto, no muy extenso de productos específicos, trabajando de forma colectiva se puede lograr comercializar producto de calidad en volúmenes mayores que podría llevar un mayor beneficio a los artesanos. Se visualizan dos opciones de producto:

1. Productos generalizados: Productos con las mismas condiciones y características que puedan ser desarrollados por artesanos(as) que trabajen la misma técnica: por ejemplo un collar hecho de piedra con una forma de tortuga. Esto lleva a una selección implícita del tipo de productor que puede formar parte de la red.
2. Especialización de productos étnico locales: para fomentar la inspiración, creatividad e innovación de los productores, se pueden seleccionar artículos específicos de las zonas visitadas. Cada zona produce cierta artesanía característica que puede ser profesionalizada con mejores capacidades técnicas, herramientas y control de calidad. Esto podría dar la ventaja de incluir productos con aun más valor agregado, identidad étnica y certificados de origen. Creando así un producto muy atractivo que sale del patrón general y apoya la conservación de la identidad cultural de los(as) artesanos(as).

La adecuada selección de productos dará criterios para seleccionar el tipo de inversión que se deba realizar en términos de herramientas y capacitaciones. Además para poder conseguir productos estándar se debe pensar en materiales similares que estén disponibles en la mayoría de las localidades. El volumen de exportación es un punto importante y dependerá de ser evaluado por cada caso particular. La creatividad del artesano así como su tradicional producción debe tener un peso grande dentro de este análisis, limitar con mucha estandarización alguna de las anteriores puede traer repercusiones negativas en el grado de apertura para producir la artesanías seleccionada. Si los productos se exportaran al mercado Norteamericano, el motivo y el acabo final son criterios determinantes en la

PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE RED DE ARTESANÍAS EN
CENTROAMERICA

selección de producto. Mientras que el mercado europeo esta dispuesto a pagar por productos que tengan un mayor valor étnico y identidad cultural que en muchos casos ya utilizan materiales que no tienen impacto ambiental.

Promoción de Sello Buenas Practicas Ambientales y Sociales: Esencial que los productos artesanales sean elaborados dentro un marco en donde los aspectos de género, comercio justo y evasión del trabajo infantil sean tomados en cuenta. En las consideraciones de selección de producto se debe garantizar que los materiales que se utilizan en la confección de las artesanías tengan potencial de uso sostenible y que los mismos no provengan de flora o fauna en peligro de extinción o en poblaciones reducidas. Este aspecto debe quedar visibilizado dentro de los productos de la red dando valor agregado en todos los artículos para competir con piezas importadas que no cuentan con estas garantías, como la producción de otros países como China los cuales son artesanías con materiales tóxicos, contaminantes como lo es el plástico y además que presenta la incertidumbre de si esos productos fueron producidos en alguna condición de explotación laboral infantil o no. Existen materiales que se emplean en las zonas como conchas, madera de cedro (*Cedrela sp.*) y almendro (*Dycteris sp.*), resinas artificiales y hasta carey que evidentemente no cumplen con esta recomendación. Si los artículos escogidos tienen un valor cultural intrínseco.. Se recomienda además que se creen planes paralelos de manejo y recuperación para organismos de los cuales se esta extrayendo materia prima. Algo que brindaría credibilidad a la red y aportaría más opciones de desarrollo a la zona. Un ejemplo es la producción de tagua, una semilla proveniente de palma *Phylotelephas macrocarpa* ampliamente utilizada en la producción de diversos tipos de artesanía en Bocas del Toro y Talamanca, es importante evaluar la posibilidad de plantaciones forestales respaldadas por estudio de poblaciones de las diferentes especies, que además podrían atraer empleos a las zonas deprimidas socioeconómicamente. Hasta el momento no se conoce el impacto local real de la extracción de las semillas para la construcción de artesanía, pero planes de mitigación y manejo podrían responder a las necesidades de la especie y los artesanos(as).

Es de conocimiento que existe una certificación llamada “Go Blue” dentro de la oferta de MAREA, que claramente podría aplicarse a este tipo de producción. Es necesario que incluya las recomendaciones que se han mencionado anteriormente.

Centros de acopios nacionales y regionales: Dentro de esta línea estratégica se hace evidente la necesidad de definir un “hub” o centros de acopio y distribución. En inicio un lugar que se encargue de acopiar productos elaboradores por distintos grupos de artesanos en el mismo país, para que hagan mas eficientes y reduzcan los costos de transporte y almacenamiento haciendo envíos colectivos. Un segundo centro de acopio que funcione de forma regional, como lugar de salida y exportación en volumen a otros mercados. Las condiciones encontradas en las visitas a los sitios de los países seleccionados hacen que esta decisión adquiera más factores a considerar. Si se habla desde la perspectiva geográfica Costa Rica o Nicaragua presentan las condiciones más céntricas para servir de centro de acopio, pero según las estadísticas del Banco Mundial en su informe Doing Bussines (2012), Panamá presenta las cualidades mas favorables en comparación con los otros países para la exportación a un mercado norteamericano, así como tiempo de papeleo, numero de tramites y días para lograr colocar un producto en el exterior.

Mercados de comercialización: Entre otras consideraciones en esta línea estratégica se debe considerar que un buen mercado ya localizado y contactado. Desde la experiencia de WIDECAS algunos acuarios y zoológicos estadounidenses podrían ser importantes candidatos. La limitante principal es que muchas de estas tiendas trabajan por consignación de producto o crédito, obligando a tener espectros amplios de crédito y mucho producto en stock para satisfacer la demanda. Es necesario identificar y establecer contacto con los operarios para negociar por parte de la red un mecanismo más amigable con los métodos actuales de producción artesanal. Es además necesario desarrollar una estrategia de almacenamiento de stock para responder a pedidos de manera oportuna se podría implementar una estrategia de entrega y envío que involucre empresas privadas de transporte de mercancías que estén presentes en los países incluidos en la zona de estudio, lo cual deberá valorarse. De esta forma la red respondería de manera efectiva y compensaría en volúmenes de exportación cuando se requiera enviar. Sin dejar de considerar que el producto debe mantener su calidad, e integridad de mediante procedimientos de empaqueo que aseguren estas condiciones, lo cual también tendría costos a considerar

A diferencia del modelo de consignación que se utiliza en todos los mercados de artesanías identificados, se recomienda que el artesano reciba el dinero apenas se entrega el producto, por lo cual se debe contar con los recursos necesario para hacer el pago contra entrega, lo cual requiere de un capital inicial que logre cubrir estos pagos inmediatos. El modelo de consignación por tanto no es sostenible y justo para los productores que entreguen el lote con el riesgo de no recibir de vuelta la totalidad del producto entregado en buenas condiciones; el mecanismo de concesión es desestabilizante para los artesanos ya que no garantiza una remuneración económica inmediata por el trabajo ya realizado.

Evaluación de productos: basados en la experiencia de WIDECAS en otros sitios, se presentaron productos previamente escogidos a artesanos y tiendas para evaluar la posibilidad de considerarlos como primeras piezas de producción de la red. Los mismos cumplen con muchas consideraciones de selección de producto mencionadas anteriormente.

2.1 Producto 1



Collar con cuerda antialérgica, broche de plata y un dije con una forma de tortuga carey hecho en piedra

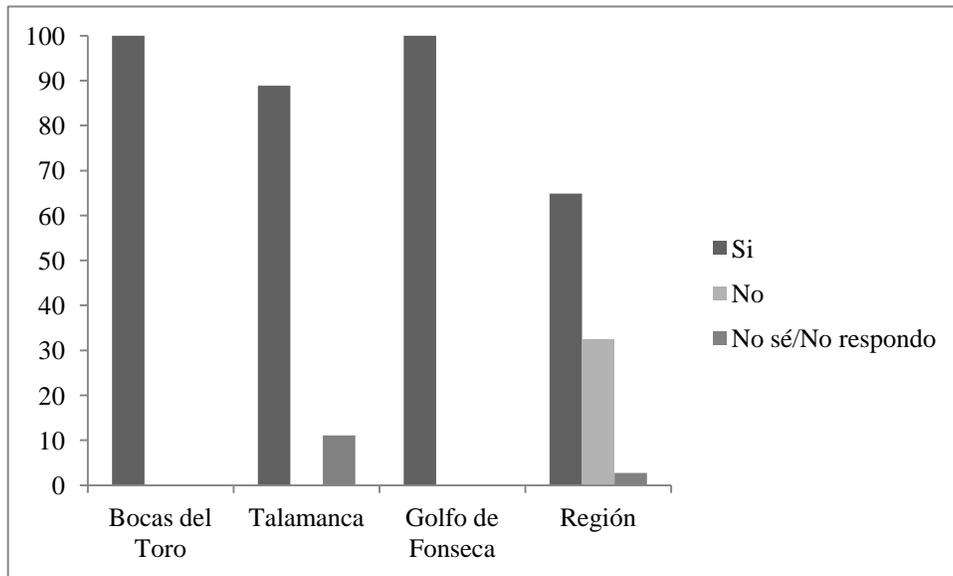


Figura 1. Respuesta a la pregunta: ¿Compraría usted este producto?

Según las respuestas se determinó que en el Golfo de Fonseca la totalidad de las tiendas comprarían el producto 1, un 78% en Talamanca también lo haría y un 33% lo compraría en Bocas.

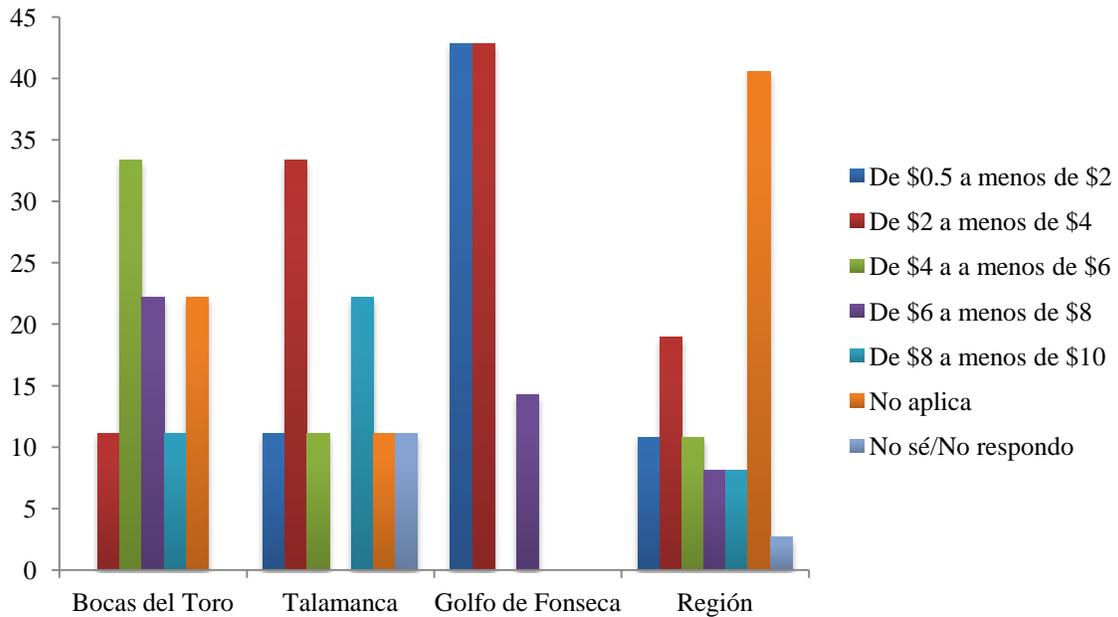


Figura 2. Precio del producto 1

También se evaluó el precio que estaría dispuesto a pagar por el producto. En Bocas del Toro se le dio un precio predominante de \$4 a menos de \$6, en Talamanca disminuye un poco el precio a un rango de \$2 a \$4, Golfo de Fonseca definió el precio entre \$0.5 a \$4. Para un rango promedio regional de \$2 a \$4. Este producto se dice que se compraría en su mayoría por docena y iniciando por una docena.

2.2 Producto 2



Collar con cuerda antialérgica, broche de plata y un dije con una forma de tortuga baula hecho en hueso de vaca

En la región se afirmó que este producto se vendería con facilidad y se compraría según la opinión de las tienda, en cuanto a si lo compraría, la opinión difiere un tanto más por ser un producto proveniente de un animal. Golfo de Fonseca tiene un 100% de compra, mientras que Islas de la Bahía un 83%, Talamanca un 44% y Bocas del Toro un 33% siendo el sitio con la menor intención de compra de la zona de estudio.

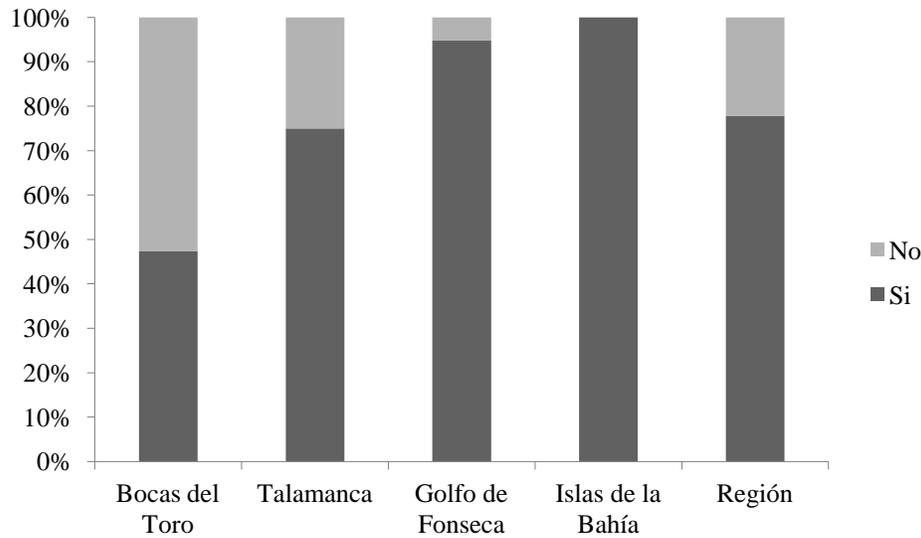


Figura 3. Respuesta a la Pregunta: ¿Compraría Ud. este producto?

En cuanto al precio por el cual sería comprado el producto se obtuvieron los siguientes datos.

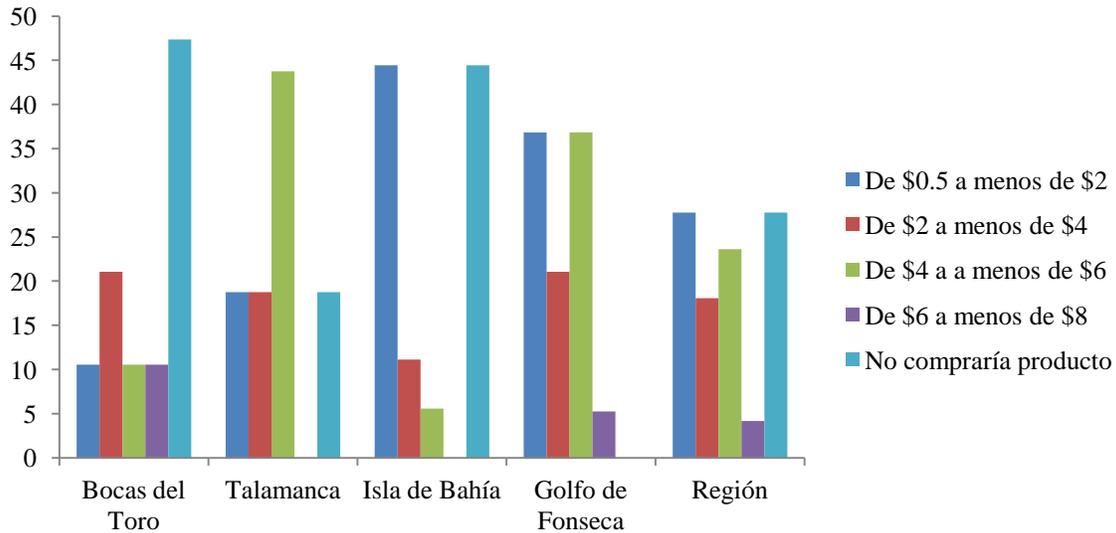


Figura 4. Precio del producto 2 para los diferentes sitios de muestreo.

Los datos anteriores indican que el precio obtenido por la región estaría entre \$2 y \$4, específicamente en Bocas se pagaría de \$4 a menos de \$6, en Islas de la Bahía un monto de \$0.5 a menos de \$2, en Talamanca entre \$6 a menos \$8 y en el Golfo de Fonseca de \$2 a menos \$4. Se afirmó que en promedio se podrían comprar en general una docena del producto por tienda.

2.3 Producto 3



Collar con cuerda antialérgica, broche de plata y un dije con una forma de tortuga baula calada en cacho de vaca

Este producto en la región en un 89% se dice que se podría vender en los mercados locales y la tendencia de los países es similar con excepción de Bocas del Toro en donde se rescata un 56% que afirma que si lo compraría.

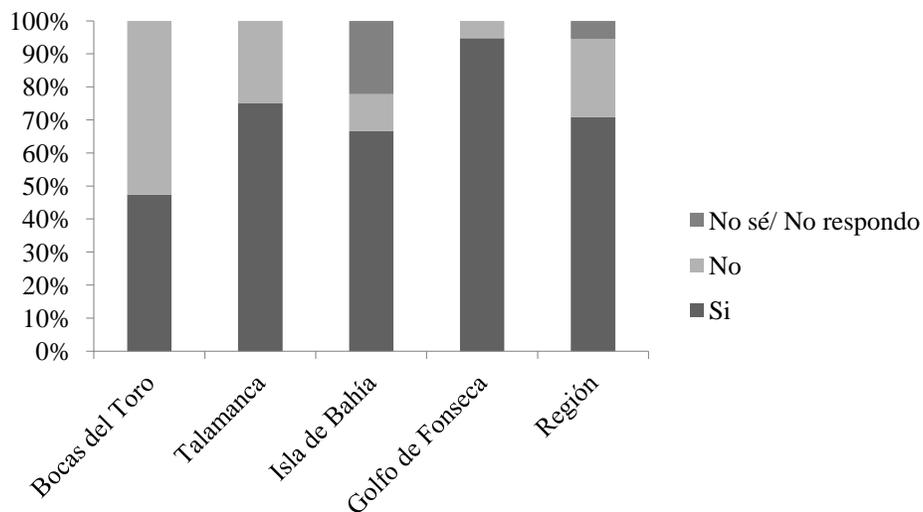


Figura 5. Respuesta a la pregunta: ¿Compraría usted este producto?

En cuanto a la venta del producto los valores más bajos de respuesta en si se comprarían, están en Bocas del Toro y en Talamanca, en donde afirmaron que el producto no se observaba de la misma calidad de los otros.

En cuanto al precio, se obtuvo que el promedio esta entre \$0.5 a menos \$2, esta información está especificados en la figura siguiente. En cuanto a la cantidad de compra del producto no cambia con respecto a los productos anteriores y se afirma en las tiendas que una docena.

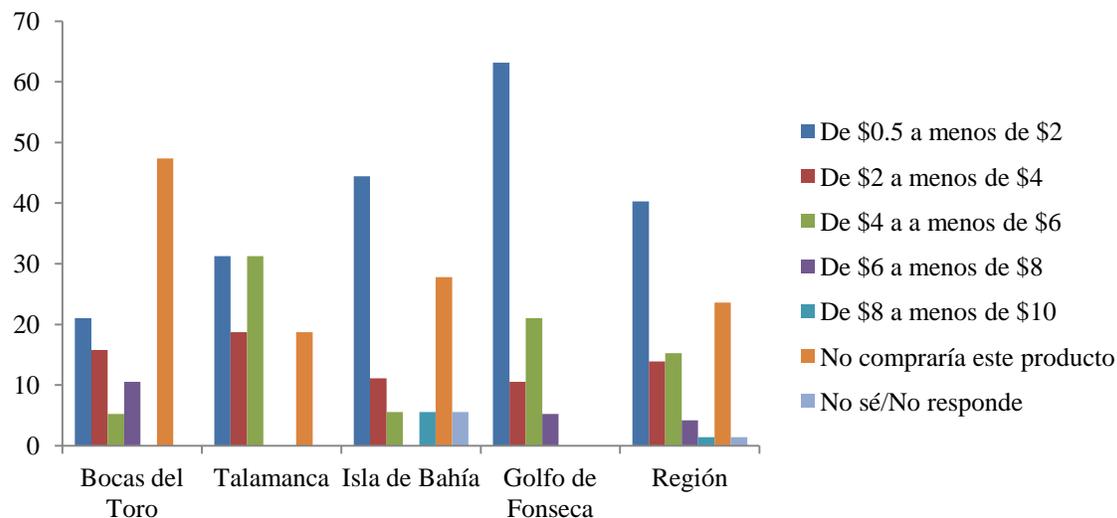


Figura 6. Precio producto 3 para los diferentes lugares encuestados.

2.4 Producto 4 y 5

Todos los encuestados sobre el producto 4 aseguran que se vendería el producto y además aseguran que ellos también comprarían el producto. Un 66% lo compraría a un máximo de \$2 y el resto podrían pagar un máximo de \$4. Un 100% de ellos iniciaría la compra con una docena. Este es el mismo caso con el producto 5 donde todos las tiendas encuestadas responden afirmativamente sobre la venta del producto 5, y sólo el 8% de estas considera que no comprarían el producto. No hay mucha diferencia en las frecuencias relativas sobre el precio que estarían dispuestos a pagar, con un 58% estarían dispuestos a pagar entre \$2 y \$4 comprando únicamente 1 docena para iniciar.

2.5 Comentarios Generales de los productos

Como se puede apreciar en la información presentada anteriormente, los productos en su mayoría serian comprados, existe una particularidad en cuanto a que se ha mencionado que los productos de hueso y cacho serian menos comprados que el producto de piedra, ya que al ser de origen animal, disminuyen las posibles compras por parte de algunos segmentos de turistas.

Los precios de los productos son similares en todos los países a excepción del Golfo de Honduras puesto a que en su mayoría valoran los productos en precios bajos, posiblemente refiriéndose a la capacidad de compra del turista, el mercado local así como a las condiciones económicas de los países específicos. Siguiendo con este tema, el precio que los artesanos manifiestan no es basado en la calidad del producto, sino mas bien los precios se orientaban a la rentabilidad del producto para su posterior venta.

El material con el que están hechos los productos no esta presente en todos los sitios, los artesanos manifiestan que existe una complicación para conseguir esos materiales específicos, pero consideran que si es posible crearlos en otros materiales como tagua (mencionado en Bocas del Toro) y en coco (mencionado en Talamanca). Esta condición no debe ser desestimada ya que si no existen materiales para producir es difícil que se confeccionen sin tener que traer los productos de otras regiones o países que encarecerían los costos de producción.

De manera concluyente, los productos parecen tener un alto grado de satisfacción entre las tiendas y los artesanos. Se considera que se comprarían para ser revendidos, pero los precios que se estiman en la mayoría de los lugares son muy bajos por la relación costo-beneficio rentable para quien produce la artesanías y para los que la venden. Además la calidad de los productos mostrados es alta, los mismos artesanos y tiendas reconocen esta cualidad del producto pero no le dan el valor adecuado debido a las condiciones particulares de cada país en donde evidentemente el turista esta dispuesto a pagar por productos más baratos. Debido a esto se considera que una opción más rentable seria pensar en mercados internacionales que le den un valor mayor a los productos, si es que se define que existe realmente capacidad para producir los mismos en los diferentes lugares.

3. Línea Estratégica: Competencia empresarial

En este tema es importante retomar la creación de capacidades tanto en el ámbito de las artesanías, uso de herramientas, administración de negocios, contabilidad, emprendedurismo, ideas de negocios, planes de negocios, entre otras. Como se menciona anteriormente estos temas los pueden cubrir organizaciones o instituciones en las localidades que generen una estrategia de capacitación desde la participación y canalización de servicios que ya ofrecen.

Existen contactos específicos en cada localidad, en el trascurso de este estudios se identificaron lideres que tienen la capacidad de convocatoria en el tema de artesanías. Individuos que también están involucrados en otras organizaciones comunitarias que tienen influencia sobre su desarrollo. Los mismos se incluyen en la lista presentada en los Anexos 3 y se recomienda que de empezar la red se les de seguimiento. Invertir en capacidades humanas es tan indispensable como invertir en herramientas, insumos o infraestructura ya que son los artesanos productores quienes sostendrán las iniciativas.

Se propone estratégicamente realizar los talleres de capacitación una vez ubicados los facilitadores, los temas y los recursos en las comunidades, junto a la coordinación directa

con estos líderes (ubicados en las listas de contactos) para que ellos garanticen la participación en las localidades y de estar dispuestos sean el punto de contacto para futuras iniciativas. Se advierte que en las comunidades del Golfo de Fonseca y Bocas del Toro los artesanos están geográficamente muy dispersos, al contrario de las demás comunidades y sitios que se encuentran más focalizados. Esto debe ser considerado pues las lejanías geográficas afectan las convocatorias y aumentan los costos. Aspectos que condicionarán el valor y costo de las capacitaciones planteadas.

Las capacitaciones en los distintos temas deben llevar una secuencia lógica, en donde primero es necesario garantizar las habilidades artesanales para luego pensar en fortalecer las habilidades de trabajo en red y otras más comerciales/ administrativas. Esto puede ser evaluado con la gestión de una feria de productos local donde se puedan ver las capacidades locales como previo a enlistar los candidatos (as) a la capacitación.

Según los productos presentados anteriormente, se puede afirmar con seguridad que, son productos que podrían venderse, pero hay un porcentaje muy alto de artesanos que en este momento no tienen las capacidades ni las herramientas para elaborar un producto de esa calidad, lo que lo convierte en una oportunidad para MAREA. Dos limitantes que deben ser superadas antes de poder pensar en producir dichas piezas en los cuatro sitios visitados.

Es necesario que esta oportunidad se logre concretar mediante la dotación de dichos insumos de trabajo y herramientas para los artesanos, importante además considerar que estos productos tienen una posibilidad grande de ser comercializados en un mercado internacional, específicamente en acuarios de Estados Unidos y por tanto si se plantean productos de calidad y estandarizados estos son definitivamente una opción real que satisface las necesidades de dicho mercado internacional.

Estas consideraciones son desafíos que la estrategia incluye mediante capacitaciones a los artesanos para la elaboración de productos similares a los presentados anteriormente que sin lugar a dudas deben ser estandarizados en sus acabados y materiales.

4. Metodología para la implementación

En consideración a este análisis FODA y a las líneas estratégicas expuestas con anterioridad se propone la siguiente matriz estratégica. Esta matriz presenta una ruta lógica recomendada de trabajo por una posible red de artesanos. Tienen objetivos así como actividades recomendadas para la construcción de dicha red, si se advierte que dichos componentes deberán ser desarrollados en mayor detalle operativo cuando se de su implementación.

Línea Estratégica	Objetivo	Actividades	Costo aproximado
<p>Construir un Marco Político, Institucional y de Organizaciones No Gubernamentales que de soporte a la red (LE1)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer la oferta institucional de la localidad 2. Establecer vínculos de cooperación entre entidades locales y el sector artesanal 3. Promover procesos organizativos en localidades con importante presencia de artesanos 4. Fortalecer las organizaciones de artesanos existentes 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 Hacer un listado de la oferta institucional 1.2 Hacer un listados de programas y proyectos activos en las localidades 2.1 Reuniones locales de coordinación para valorar apoyo y compromisos 2.2 Agendar las actividades de apoyo respectivas 3.1 Convocar a los artesanos locales y a las organizaciones 3.2 Talleres en fortalecimiento organizacional y consolidar grupos de artesanos 4.1 Capacitar a las organizaciones en temas de administración, liderazgo, toma de decisiones, mecanismos de comercialización entre otros. 4.2 Listar herramientas y materiales 4.3 Buscar financiamiento para adquirir herramientas necesarias según la conveniencia de la oferta de microcréditos de la zona. 4.4 Taller de Planificación y de información de pasos a seguir. 4.5 Contratos de producción exclusiva de artículos para la red 	<p>\$50,000*</p>
<p>Fortalecer la Infraestructura, productos y mercados (LE2)</p> <p>PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE RED DE ARTESANÍAS EN CENTROAMERICA</p>	<ol style="list-style-type: none"> 5. Evaluación, selección y planeamiento de productos para la red 6. Capacitar en temas de productos 	<ol style="list-style-type: none"> 5.1 Taller de selección de productos de artesanía para la red 5.2 Evaluación de insumos para creación de productos. 5.3 Evaluación de disponibilidad de materiales y sostenibilidad biológica de los mismos 5.2 Creación de protocolo de estandarización y control de calidad para productos seleccionados. Valor inclusión de planes de manejo par algunas especie. 6.1 Talleres de capacitación en artesanías estandarizas y sus características 6.2 Talleres de capacitación en calado, tallado y acabados 	<p>\$25,000</p>

	<p>estandarizados a las organizaciones y artesanos de las localidades</p> <p>7. Crear los centros de acopio a nivel nacional o de localidad</p>	<p>6.3 Talleres de sensibilización en comercio justo, inclusión de genero, trabajo infantil y uso sostenible de recursos</p> <p>7.1 Definir lugares para centros de acopio dentro de las localidades según características de acceso, posición geográfica y facilidad de transporte. de las localidades según características de acceso, posición geográfica y facilidad de transporte.</p>	
<p>Desarrollar características de Competencia empresarial dentro de la red. (LE3)</p>	<p>8. Construir un mecanismo de comunicación eficiente entre los centros de acopio locales y sus organizaciones.</p> <p>9. Crear una marca regional con la certificación Go Blue</p> <p>10. Generar un vinculo directo entre la Red de Artesanos y los compradores finales</p>	<p>8.1 Listados de contactos</p> <p>8.2 Taller Regional Construcción de Estrategia de comunicación efectiva</p> <p>9.1 Taller regional con lideres para definir marca, logo y otras características del empaque.</p> <p>9.3 Registro de marca de la red de artesanías</p> <p>9.4 Implementar las normas dentro de la producción artesanal según los parámetros Go Blue.</p> <p>9.5 Enviar a “explorador” a al menos 10 acuarios y zoológicos de USA para abrir mercado</p> <p>10.1 Reunión o videoconferencia de los lideres artesanales con el comprador final en mercado estadounidense</p> <p>10.2 Establecer los mecanismos de contacto y pautas de negociación</p> <p>11.1 Operar un centro de acopio en el país que presente las mejores</p>	\$75,000

	11. Definir un centro de acopio para la exportación de los productos al destino final	condiciones para la exportación de productos	
	12. Seguimiento y evaluación de la iniciativa	12.1 Documento de evaluación de resultados principales de la propuesta para ajustar situaciones negativas.	

*: Se consideran Golfo de Fonseca, Golfo de Honduras, Moskitia Nicaragua-Honduras, Cahuita-Bocas del Toro, como sitios para hacer los talleres estimados en tres por lugar (Hueso-Cuerno, Bisutería, Coco). Se estima cada taller en un costo de \$5000, con servicios profesionales, materiales, equipos, transporte internacional (para capacitadores) y local (capacitadores).

5. Necesidades

Capacitación:

- Control de calidad: hasta el momento un número bajo de artesanos(as) maneja mecanismos para control de calidad, los productos tienden a no tener ningún tipo de estandarización ni acabado final.
- Acabados finales: como se menciona anteriormente, no hay mucho detalle en el acabado final de las piezas, muchos mercados internacionales tienden a demandar un acabado final detallado.
- Capacitación en nuevas técnicas: según la selección de piezas para la producción de la red, así deberá ser la capacitación de nuevas técnicas que se deba dar al grupo seleccionado.
- Comercio Justo: hay evidencia de que los principios de comercio justo no son aplicados en las zonas de estudio. Para poder implementar sellos de buenas prácticas es necesario que los productores entiendan los principios del comercio justo.
- Sensibilización biológica: si se considera que se pueden apoyar métodos de vida alternativos con esta red para disminuir la presión sobre recursos biológicos sensibles, y si además se toma en cuenta que la mayoría de la materia prima de la producción artesanal proviene de animales y plantas; se hace completamente necesario sensibilizar a los productores en términos de temas de conservación y biodiversidad.
- Materia de exportación: hasta el momento ningún artesano del grupo de estudio conoce de mecanismos, métodos, protocolos y requisitos de exportación.
- Nuevas herramientas: si se considera que deben dotarse a los productores de herramientas que ayuden a aumentar la producción y mejorar los acabados finales, es necesario capacitar en el uso correcto de las mismas.

Organización:

- Capacidad organizativa: en este momento hay pocas localidades que cuentan con grupos organizados, los cuales tienden a tener dificultades importantes para concretar procesos de organización. Hay necesidades de trabajo en el establecimiento de nuevas organizaciones artesanales y de capacitación en las siguientes áreas:
 - Valores
 - Planificación estratégica
 - Construcción de misión visión
 - Modelos organizativos
- Figuras legales: no se detecto una sola organización que tuviera figura legal.
- Apoyo institucional y gubernamental: en la mayoría de los sitios no hay apoyo gubernamental, por lo que se debe de trabajar sobre la creación de vínculos entre ambos sectores

Infraestructura y materiales:

- Talleres y espacios destinados para el trabajo artesanal: hasta el momento un gran grupo de los productores no tiene espacio ni condiciones apropiadas para la elaboración de piezas. Las organizaciones incipientes cuentan en pocos casos con espacios destinados para la actividad.
- Herramientas especializadas: dremmels, taladros, esmeriles, tornos, repuestos, caladoras, gubias, alicates. Herramientas que ayudan a aumentar producción y mejorar acabados son muy escasas dentro del grupo de artesanos estudiado.
- Acceso a materia prima: en la mayoría de las localidades la materia prima proviene de zonas muy alejadas o de fuera del país.
- Capitales semilla: no se cuenta con capital semilla para poder invertir en herramientas o materia prima, mucho menos para poder soportar mecanismos de venta como la consignación.
- Estudios sobre estado de recursos biológicos: hay poco conocimiento del estado de las poblaciones de muchas especies utilizadas para la obtención de materia prima. Una mayor producción incrementara la presión sobre estas poblaciones, por lo que es necesario definir el estado de estas poblaciones y los posibles impactos así como los mecanismos de mitigación.

6. Principales Actores

A continuación se enumeran los actores que se detectaron en las respectivas zonas durante el periodo de diagnóstico inicial. Algunos de estos actores tienen roles activos en el proceso de la creación y venta de artesanía, pero la mayoría todavía no han sido involucrados en el mismo. Se menciona el rol recomendado que debe asumir el actor. Esto lógicamente debe acompañarse de un proceso de coordinación que busque el apoyo respectivo.

Sitio	Rol	Actor
Talamanca	<i>Apoyo Técnico</i>	WIDECAS
		Ministerio de Ambiente y Energía
		Instituto Costarricense de Turismo
		Municipalidades de Talamanca, Pococí y Limón
		Programa de Proyección Social UCR
		Programa Regional de Maestrías en Desarrollo Rural
	<i>Capacitación</i>	Instituto Nacional de Aprendizaje
		WIDECAS
		Ministerio de Ambiente y Energía
		Instituto Costarricense de Turismo
		Universidad de Costa Rica
		Programa Regional de Maestrías en Desarrollo Rural
	<i>Coordinación</i>	WIDECAS
		Asociación de Artesanos Independientes de Talamanca
	<i>Financiamiento</i>	Instituto Costarricense de Turismo
		USAID
		Instituto Mixto de Ayuda Social
		Hoteles del Área
	<i>Apoyo Técnico</i>	USAID
		Ministerio de Comercio e Industria

Bocas del Toro		Cuerpo de Paz	
		Municipio de Bocas del Toro	
		Asociación de Turismo Sostenible de Bocas (BSTA)	
		Asociación Natural Bocas Carey (ANABOCA)	
		Asociación de Amigos y Vecinos de la Costa y la Naturaleza (AAMVECONA)	
		Asociación de Protección de los Recursos Ngöbe-Buglé (APRORENANB)	
	<i>Capacitación</i>		WIDECAS
			UICN
			Ministerio de Comercio e Industria
			Autoridad de la Micro, Mediana y Pequeña Empresa
			Municipio de Bocas del Toro
			Instituto Panameño de Turismo
			Smithsonian Institute
	<i>Coordinación</i>		WIDECAS
			Asociación de Artesanos Bocas del Toro
			Comité de Damas Ngöbe
			Artesanía Chami Jablabo
			Artesanía Sandubidi/ Meri Ngöbe
			Organización Cultura Ngobe
			APRODECO
			Grupo Bahía Honda
			USAID
	<i>Financiamiento</i>		USAID
			UICN
		Smithsonian Institute	
		Ministerio de Comercio e Industria	

		Autoridad de la Micro, Mediana y Pequeña Empresa
		Instituto Panameño de Turismo
		Iniciativa Bocatoreña de Conservación y Cultura (INBOCA)
		Programa de Pequeñas Donaciones del Fondo para el Medio Ambiente Mundial (PPD-FMAM)
		Hoteles de la zona
Islas de la Bahía	<i>Apoyo Técnico</i>	WIDECAST
		Bay Islands Conservation Association (BICA),
		Fundación Cayos Cochinos
		Instituto Hondureño de Turismo
	<i>Capacitación</i>	USAID
		WIDECAST
		Instituto Hondureño de Turismo
	<i>Coordinación</i>	USAID
		MOPAWI
	<i>Financiamiento</i>	USAID
		Roatan Marine Park
		Bay Islands Conservation Association (BICA),
		Fundación Cayos Cochinos
Hoteles de la zona		
Instituto Hondureño de turismo		
CORAL		
Royal Caribbean		
<i>Apoyo Técnico</i>	El Árbol	
	Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente	
	Instituto Hondureño de turismo	
	Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales	

Golfo de Fonseca		Proyecto Corredor del Mangle
		USAID
	<i>Capacitación</i>	Consejo Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Chinandega
		El Árbol
		Taller de Artesanos Hermanos Espinoza
		Talladores y Ebanisteros de San Lorenzo Honduras
		Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente
		Instituto Hondureño de turismo
	<i>Coordinación</i>	USAID
		El Árbol
		Asociación de artesanos de Tegucigalpa
		Talladores y Ebanisteros de San Lorenzo Honduras
		Asociación de Artesanos Productores de Amapala AAPAM
	<i>Financiamiento</i>	USAID
		Consejo Nicaragüense de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa
		MUGOLFO Mancomunidad de Municipios de la zona costera del Golfo de Fonseca de las Repúblicas de Honduras, Nicaragua y El Salvador

7. Riesgos para la implementación y Análisis FODA

A partir de todos los resultados anteriores se realizó un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) que aporta elementos concluyentes e importantes para la propuesta de una red.

Desde este estudio se identifican las principales debilidades y factores de riesgo para el éxito de la propuesta:

- Las organizaciones de artesanos(as) en la mayoría de las localidades, con excepción de Bocas del Toro son inexistentes, y en los casos que no siguen este patrón todavía hay un nivel muy incipiente de desarrollo organizacional.
- La gran mayoría de las organizaciones carecen de figura jurídica, por lo que se dificulta el manejo de aspectos financieros y administrativos.
- Pérdida de identidad por creación en masa: la propuesta de creación en masa choca con la identidad de muchos artesanos, por definición el trabajo artesanal depende de la inspiración y el trabajo independiente o novedoso. Proponer la creación masiva de piezas podría generar resistencia en muchos productores.
- La inestabilidad política de varios países y el bajo apoyo gubernamental es uno de las amenazas externas de mayor riesgo. El apoyo al artesano(a) es nulo y trabajar en una plataforma regional dependerá en cierto grado del apoyo gubernamental.
- Carencia de capital, insumos y talleres: para producir piezas que tengan calidad y cantidad apta para mercados internacionales, es primero necesario, que se cuente con la capacidad para realizarlo. En este momento hay muy pocos productores que cuentan con las condiciones para aumentar su producción y control de calidad.
- Condiciones geográficas e infraestructura local: un riesgo externo son las diversas condiciones geográficas específicas de cada comunidad. Algunas como Bocas del Toro o Islas de la Bahía, presentan condiciones geográficas extremas que llevan a encarecimiento de costos de transporte para movimiento de producto o materia prima. Al juntar esto con las malas condiciones e infraestructura, el movimiento del producto y de los mismos productores complicará la logística requerida en las etapas del proyecto.
- Disponibilidad de materia prima: la materia prima de algunos tipos de artesanía es escasa en las localidades o proviene de fuera del país. Con un aumento en la producción es necesario tener muy bien definido de donde provendrá la materia prima requerida. En muchos casos además se utiliza insumos que provienen de poblaciones biológicas sensibles o en peligro de extinción. Mientras que en los demás casos ni siquiera se conoce el estado de las poblaciones de las cuales se está extrayendo la materia prima. Aumentar la producción de ciertas piezas podrá generar más presión sobre los recursos biológicos de las comunidades.

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Algunos cuentan con capacitaciones, elaboración de tagua, elaboración de bambú, sensibilidad turística, bisutería, manejo de negocios turísticos, fotografía, artes visuales, tejidos. - Algunas organizaciones e individuos cuentan con sitios especializados como talleres y sitios de venta. - Hay líderes regionales disponibles para organizar y capacitar. - Hay organizaciones de artesanos (as) incipientes. - En su mayoría se trabaja en estructuras familiares, característica importante de pequeña y media empresa insipiente. - Fuerte componente con identidad en varios grupos de artesano(as). - En Bocas del Toro y Golfo de Fonseca se valora la producción local y se fomenta compra de artesanías del país. - Innovación en el uso de materiales, algunos están desarrollando productos de materiales reutilizados. - En algunos casos se producen artesanías de alta calidad y valor cultural. - ONG's con capacidad y experiencia en el tema tal como WIDECAS 	<ul style="list-style-type: none"> - Seleccionar “motivos” adecuados según el Mercado destino del producto. - Se trabaja por temporadas, permitiendo sectorizar producción a nivel temporal. - Hay organizaciones gubernamentales que apoyan a los(as) artesanos(as) . - En algunos sitios hay interés de capacitaciones por gobierno y ONG's. - Aumentar volumen para exportación. - En la región hay muchos materiales no sintéticos disponibles. - Colocar productos en nuevos mercados. - Venta de productos con herramientas virtuales. - Acuerdos de exclusividad en producción. - Certificaciones de origen o certificaciones de sostenibilidad. - La región cuenta con un componente turístico importante. - Panamá y Costa Rica presentan condiciones de exportación favorables. - Aprovechar debilidades en los atributos de productos de la competencia e.g. productos de plástico chinos. - Marco del CAFTA
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Organizaciones inestables y división en organizaciones potenciales. - Falta de figura jurídica para organizaciones. - No hay capital semilla para comprar insumos. - Bajo nivel educativo. - En muchos casos no cuentan con herramientas y en la mayoría de los casos son herramientas deficientes o hechizas. - Facilidad limitada para acceder a repuestos de herramientas. - Algunas comunidades no cuentan con servicios básicos de electrificación, agua potable y red vial. - No tienen capacidad instalada para producir volumen. - Roles de género marcado que limitan el tiempo disponible para trabajo en artesanía. - Algunos artesanos (as) parecen no tener aptitud de trabajo en grupo. - Costo de compra de materiales alto. - Competencia desleal. - Falta de locales y talleres designados para la producción y venta. - Algunos materiales sólo se consiguen fuera del país o en otras regiones. - Falta de proveedores. - Bajo control de calidad. - Poco contacto y experiencias con el sector exportador. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pérdida de identidad con creación en masa de artesanías. - Limitar creatividad con producción en masa. - Utilizar materiales que provengan de especies en peligro de extinción o que se consigan en mercado negro. - Algunos artesano(as) viven en zonas muy remotas con difícil acceso y mala comunicación. - Mucha burocracia. - Hay una demanda por “el mismo producto” en el mercado, limitando creatividad e innovación. - Con excepción de Bocas del Toro y Nicaragua hay bajo apoyo gubernamental. - Problema de identidad del artesano por crisis económica. - Inestabilidad política en algunos países. - Diferentes tipos de consumidores de producto de turismo. - Impactos negativos en mercados locales por movilización de la producción a mercados exteriores. - Los centros de venta de producción de artesanía están desligados geográficamente de los centros de producción. - Se da poco valor al acabado y al material de confección de la artesanía, se busca compra de productos baratos con algún simbolismo de localidad.

Conclusiones y Recomendaciones

A partir de todos los resultados anteriores se realizó un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) que aporta elementos concluyentes e importantes para la propuesta de una red.

A razón de los puntos expuestos anteriormente se generan ciertas recomendaciones que deben ser estimadas para una ejecución y construcción de dicha red. Se recomienda en primera instancia y como punto de partida que la red propuesta trabaje con organizaciones y no con productores individuales. En caso de no existir organizaciones en estos sitios se debe fomentar y facilitar la creación de grupos productores. La organización local facilitaría muchos aspectos de trabajo y haría más fácil la coordinación, producción, acopio, exportación de artesanías. Es imprescindible llevar un proceso de fortalecimiento de las organizaciones ya existentes puesto a que necesitan capacidades técnicas para llevar a cabo la tarea de trabajo en red. Esta red debe tener también vínculos de cooperación entre entidades locales y el sector artesanal

Existe una necesidad evidente de capacitar en temas artesanales para poder lograr productos estandarizados, de calidad, con acabados y materiales similares.

Las recomendaciones más puntuales se pueden detallar en el siguiente listado:

- Evaluación, selección y planeamiento de productos para la red
- Crear los centros de acopio a nivel nacional o de localidad
- Construir un mecanismo de comunicación eficiente entre los centros de acopio locales y sus organizaciones.
- Crear una marca regional con la certificación Go Blue
- Generar un vínculo directo entre la Red de Artesanos y los compradores finales
- Definir un centro de acopio para la exportación de los productos al destino final

Referencias

Banco Mundial. 2012. Doing Bussines. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento. Washintong, EEUU. 200pp.

DFID, GTZ, FAO y COSUDE. 2004., Guía del Desarrollo de Empresas y la Economía Rural. Editorial GTZ GmbH Eschborn, Alemania. 81pp.