

DESARROLLO E INNOVACIÓN ARTESANAL EN EL PERÚ: UN ESTUDIO DE CASO EN CHULUCANAS, PIURA.

Rómulo Duarte Duarte¹

José Alfredo Uribe Salas²

RESUMEN.

La cerámica de Chulucanas se ha convertido actualmente en uno de los artículos decorativos más reconocidos del Perú y del mundo por la belleza de sus formas y sus finos acabados. Los artesanos de este lugar utilizan técnicas que combinan los conocimientos ancestrales con lo contemporáneo, dando como resultado un producto utilitario y moderno.

En este Distrito del Perú, la actividad artesanal se encuentra en un importante ascenso, asociada a una demanda creciente ocasionada por el turismo y los valores estéticos que representa esta actividad y desde luego por los servicios de innovación que el Centro de Innovación Tecnológica (CITE) les ha ofrecido. Es a partir del año 2000, cuando los artesanos han incorporando con más fuerza innovaciones organizativas, técnicas y estéticas, acciones que han ayudado para posicionarse como sujetos sociales competitivos en los mercados, integrando un valor étnico territorial frente a la demanda.

Así, paulatinamente la actividad artesanal en Chulucanas está experimentando cambios importantes en su organización productiva a consecuencia de la utilización de nuevos materiales, de la investigación, uso de nuevas herramientas, técnicas, diseños, entre otros, para dirigir su producción a un mercado más competitivo favorecido sobre todo por el turismo internacional.

Palabras claves: Chulucanas, artesanos, artesanías, cultura, identidad, cerámica, barro, innovación, capacitación, asociatividad, tecnología, técnicas, competitividad, investigación, calidad, diseños, exportaciones, CITE, y turistas.

¹ Estudiante del 6° semestre del Doctorado en Ciencias del Desarrollo Regional en el Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE) de la UMSNH. Becario CONACYT. Email: rduarte9@hotmail.com.

² Profesor – Investigador de la Facultad de Historia de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Email: jausalas@gmail.com.

ABSTRACT.

Chulucanas ceramics has now become one of the most famous decorative items from Peru and the world the beauty of its shapes and finishes. The artisans here use techniques that combine ancient knowledge with contemporary, resulting in a modern utilitarian product.

Here in Peru, the craft is in an important increase, coupled with increased demand caused by tourism and aesthetic values represented by this activity and of course by service innovation that has offered CITE Ceramics. It is from 2000, when artisans have incorporated innovations stronger organizational, technical and aesthetic actions have helped to position themselves as social subjects in competitive markets, integrating a territorial ethnic value versus demand.

So gradually the craft in Chulucanas is undergoing major changes in its organization of production resulting from the use of new materials, research, use of new tools, techniques, designs, etc. To direct its output to a more competitive market especially favored by international tourism.

Key words: Chulucanas, craftsmen, crafts, culture, identity, ceramics, mud, innovation, training, asociatividad, technology, technologies, competitiveness, investigation, quality, designs, exports, CITE and tourists.

Clasificación JEL: M11, M21, R11.

INTRODUCCIÓN.

La artesanía peruana ha despertado el interés de una serie de entidades de diversa índole al considerársele como una actividad económica idónea para enfrentar la pobreza, principalmente en zonas rurales donde la producción artesanal está asociada a economías familiares.

El sector artesanal del Perú desempeña un rol importante dentro del contexto de la economía nacional, al constituirse como un de los sectores estratégicos, no solamente por el significado de la identidad cultural, sino que también por el gran número de empleos que involucra esta actividad. Esto refleja la importancia que tiene esta actividad para millones de peruanos, especialmente para numerosas familias rurales de bajos recursos como las de campesinos e indígenas.

El sector artesanal peruano es importante en términos sociológicos, antropológicos y culturales y heredero de una rica tradición milenaria, lo

qual ha merecido en los últimos 10 años un proceso de constante revalorización.

De esta manera, el presente artículo tiene como objetivo identificar y analizar los factores que han incidido en la actividad artesanal del Perú y en especial la de Chulucanas, y que está evolucionando, transformándose y adaptándose a un mercado de exportación competitivo en un contexto de globalización, gracias a su importante empuje de la innovación.

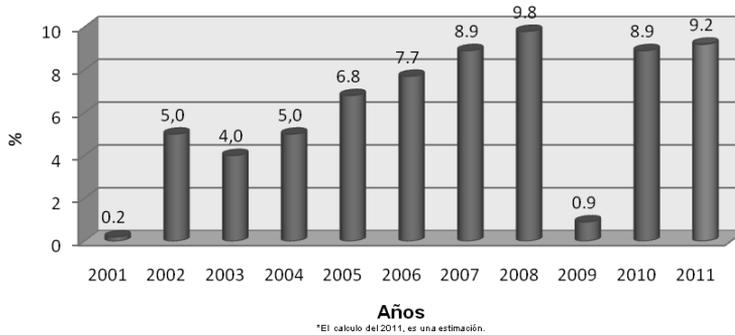
El artículo comienza describiendo algunas de las características del funcionamiento de la economía peruana así como de las micros y pequeñas empresas y su inserción en el mercado internacional. Consecuentemente, mencionamos algunos elementos culturales que tienen que ver con la oferta y demanda que tiene relación con las actividades artesanales y turísticas en el Perú.

Una vez abordado lo anterior, se analizan algunos elementos sobre la importancia y operación y funcionamiento de los Centros de Innovación Tecnológica (llamados CITES industriales) y desde luego los Centros de Innovación Artesanales y Turísticos que tienen que ver con el centro de estudio de la presente investigación.

Finalmente, presentamos un estudio de caso desarrollado en el Distrito de Chulucanas, como el principal aporte de dicha investigación. En esta parte, ponemos sobre la mesa un análisis completo sobre los resultados obtenidos en el estudio de caso que se hizo a nivel de asociaciones en el CITE Cerámica de Chulucanas, sobre los factores que han contribuido a que esta actividad esté posicionada en mercados más competitivos. Una vez finalizada esta parte, abordamos las conclusiones y la bibliografía.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES DEL PERÚ Y SU INSERCIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL.

La economía peruana se sitúa entre las de mejor desempeño en América Latina desde el año 2002. Creció 7.7% en 2006, 8.9% en 2007, 9.8% en 2008; 8.9% en 2010, y para el 2011 se tiene una proyección arriba del 9.0%. Durante la crisis financiera internacional suscitada en 2009, fue de los pocos países en la región en registrar un crecimiento positivo de casi 1.0%, mostrando un desempeño superior al promedio de países latinoamericanos (-2.3%), ver gráfica siguiente:

Gráfica 1. Perú: Producto Bruto Interno, 2002-2011. (Var. % anual)

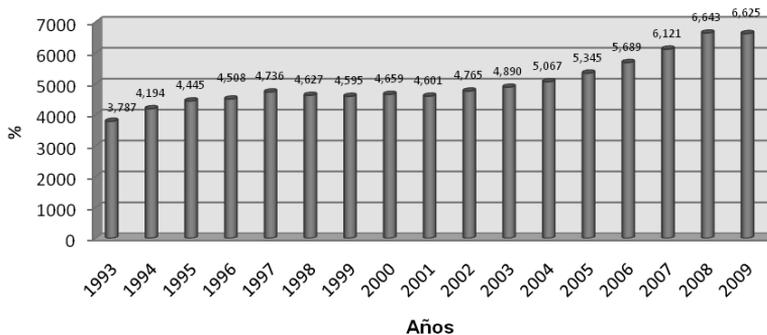
Fuente: Elaboración propia en base en datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). república el Perú, Junio del 2011.

En general, el crecimiento económico reciente ha permitido generar mejoras en los niveles de ingresos y empleo y así alcanzar reducciones en los niveles de la pobreza nacional.

Un indicador significativo que nos indica mejoras en los niveles de vida de los peruanos, es el Producto Interno Per Cápita que a partir de los años noventa ha evolucionado de manera positiva, ya que pasó de 3,877 nuevos soles en el año 1993 a 6,625 nuevos soles para el 2009; es decir casi se duplicó, (ver grafica 2).

Gráfica 2. Perú: Producto Interno Percápita, 1993-2009.

Valores a precios constantes, 1994 (nuevos soles)



Fuente: Elaboración propia en base en datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). república el Perú, Junio del 2011.

Durante los últimos 15 años el sector de micro finanzas peruano ha mostrado un gran dinamismo a pesar de las crisis financieras que sucedie-

ron a nivel internacional y la prolongada recesión de fines de los noventa³. Perú es un ejemplo en América Latina de transición exitosa de un sector de micro finanzas dominado por las ONGs (organizaciones no gubernamentales) y en donde compiten bancos e instituciones de micro finanzas (IMFs) para beneficio de las Pymes que ven ampliar la oferta de servicios financieros de los que disponen y reducirse de los costos asociados a los mismos.

Durante los últimos 15 años ha habido un avance importante en el diseño de un marco legal a institucional adecuado para el desarrollo de políticas financieras en general y las del microcrédito, en particular.

En efecto, desde hace más de una década, las micro-finanzas en el Perú han experimentado un desarrollo notable. En parte esto se relaciona al continuo y sostenido crecimiento de la economía a partir del 2001, así como a la continuidad de un marco de políticas económicas que favorecen la inversión y el crecimiento en el sector de las Pymes.

Es importante del número de PYMEs que existen en todo lo largo y ancho del país. Solamente las MYPEs dan cuenta de 95% del total nacional de unidades empresariales. Según datos disponibles, se estima que en el Perú existen más de 2.5 millones de MYPEs, es decir, micros y pequeñas empresas sin contar las medianas y las grandes. De este total, 2, 477,284 (98.4%) son micros, 41,333 (1.6%) son pequeñas empresas, de las cuales en su gran mayoría operan de manera informal, (ver cuadro1).

Cuadro 1. Perú: número de MYPEs formales e informales a nivel nacional, 2004.

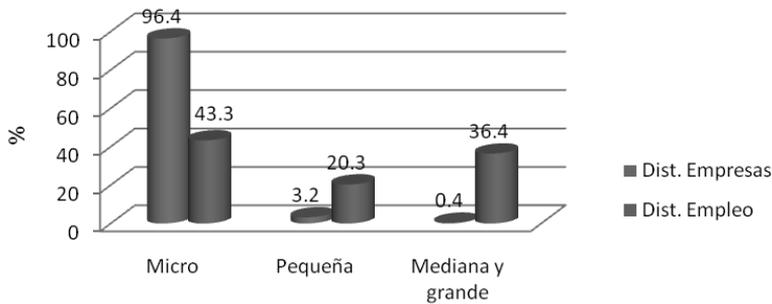
Tipo de empresa	Número de empresas totales	%	Número de empresas formales	Número de empresas informales
Micro	2,477,284	98.4%	622,209	1,855,075
Pequeña	41,333	1.6%	25,938	15,395
Total MYPEs	2,518,617	100%	648,147	1,870,470

Fuente: Elaboración propia en base en: Artecona, Raquel (Comp.), Jaramillo Baanante, Miguel y Néstor Valdivia, “Las políticas para el financiamiento de las PYMEs en el Perú”, en: *Apertura comercial y capacidades productivas. Estudio de casos*, Revista CEPAL-Colección Documentos de Proyectos. Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y Naciones Unidas. Santiago de Chile, Julio del 2008.

³ Artecona, Raquel (comp), Jaramillo Baanante, Miguel y Néstor Valdivia, “Las políticas para el financiamiento de las PYMEs en el Perú”, en: *Apertura comercial y capacidades productivas. Estudio de casos*, Revista CEPAL-Colección Documentos de Proyectos. Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y Naciones Unidas. Santiago de Chile, Julio del 2008.

Del total nacional del complejo empresarial, más del 96% son microempresas que emplean en promedio de 1 a 10 empleados y absorben cerca de la mitad (43%) del empleo nacional. Por otro lado, las empresas pequeñas que dan ocupación de entre 10 y 100 trabajadores son solo el 3.2% del total de las empresas y absorben más del 20% del personal ocupado; es decir, en suma las micros y pequeñas empresas (MYPES) colaboran con más del 60% del empleo ocupado en el Perú. En el caso de las medianas y grandes empresas (0.4%) que ocupan de 101 trabajadores o más, captan aproximadamente 36% de la población ocupada total, (ver gráfica 3).

Gráfica 3. Perú: distribución de las empresas por tamaño y su participación en el empleo, en (%)



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de la Producción, República del Perú. Lima Perú, junio del 2007.

Es importante mencionar que una de las principales fortalezas que tienen las MYPES en el Perú, es que estas se encuentran cobijadas por un importante número de redes y asociaciones llamadas ONGs, las cuales realizan múltiples actividades para mejorar la vida de sus miembros.

Desde inicios de los años ochentas, las ONGs en el Perú han ejercido gran fuerza en la formulación de políticas públicas para mejorar las condiciones de vida de sus comunidades.

En el sector artesanal, las ONGs han jugado un papel de suma importancia en la aportación de elementos y en la formulación de políticas públicas en beneficio de los indígenas que desarrollan esta actividad.

Un ejemplo sobre el papel que juegan estas organizaciones, tiene que ver con el rol de actividades que realiza una de las más grandes e importantes Organizaciones de Artesanos llamada CIAP (Centro Interregional de Artesanos del Perú), establecida en Lima Perú. La CIAP es una asociación

civil sin fines de lucro conformada por asociaciones y grupos productores de artesanías; organización sólida e institucional y socialmente integrada con reconocimiento nacional e internacional; realiza un importante número de actividades para mejorar las condiciones de vida y de trabajo de los artesanos, sus familias y comunidades, así como poniendo en valor su cultura.

Una de las principales actividades de esta organización, es la producción y exportación de artesanías de diferentes tipos y regiones del Perú.

Actualmente CIAP cuenta con 21 grupos o asociaciones de base donde trabajan aproximadamente 700 artesanos, con lo que se ha beneficiado a más de 2,000 personas. Algunas de las actividades que ofrece el CIAP en beneficio de sus socios son las siguientes:

- Formación y capacitación.
- Apoyo organizativo.
- Desarrollo de productos.
- Promoción e información.
- Actividades sociales.

OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL PERÚ.

Perú es uno de los países con gran riqueza cultural gracias a su historia que han dejado sus antepasados. Se estima que en el país viven aproximadamente 6 millones de indígenas. Es uno de los países con más patrimonio histórico-cultural del mundo, hecho que está constatado por la UNESCO a través de los muchos bienes declarados *Patrimonio de la Humanidad* por esta organización internacional.

A lo largo de su el territorio encontramos ciudades, monumentos, paisajes culturales de envidiable valor histórico cultural y áreas naturales protegidas. Algunas de las razones que justifican este rico valor cultural y con enorme potencial turístico, se sustentan en las siguientes características:

- Perú es considerado como uno de los siete focos originarios de la cultura en el mundo.
- Existen más de 70 sitios arqueológicos considerados de uso turístico.
- El Perú es uno de los 12 países mega diversos.
- La artesanía del Perú tiene una amplia relación con el turismo internacional.
- Perú cuenta con lugares aptos para la práctica de deportes de montaña, así como con playas para la práctica de *surf*.

- Además, tiene 10 lugares inscritos en la lista del patrimonio de la humanidad UNESCO: Parque Nacional Río Abiseo, Parque Nacional Huascarán, Sitio Arqueológico de Chavín, Zona Arqueológica de Chan Chan, Centro Histórico de Lima, Santuario Histórico del Macho Picho (una de las 7 maravillas del mundo), Ciudad del Cusco, Líneas y Geoglifos de Nasca y de Pampas de Jumana, Parque Nacional del Manu y Centro Histórico de Arequipa, entre los más importantes.

En el Perú, a lo largo y ancho de su territorio encontramos ricos y abundantes destinos turísticos, razones que muestran que este país tiene oferta turística que representan verdaderas opciones de satisfacción para el turismo internacional en todas sus regiones. Estos lugares se han visto posicionados sobre todo dentro del segmento de cultura (arqueología y culturas vivas) y algunos de sus corredores turísticos más comerciales los podemos observar en el siguiente mapa:

Mapa 1. Principales destinos comerciales operativos en el Perú.



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, República del Perú, Lima, 2008.

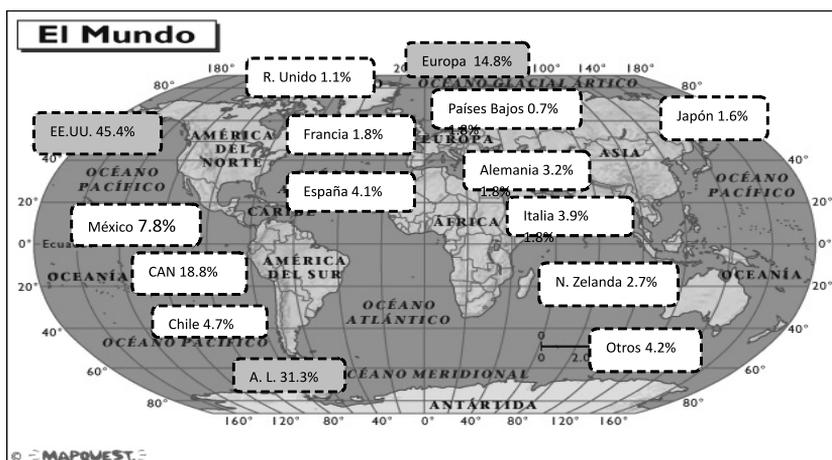
El patrimonio peruano es de los pocos en el mundo en ofertar envidiables espacios turísticos dentro del contexto turístico internacional. Cada año, estos lugares en diferentes temporadas, son demandados por el turismo internacional que admira su cultura y su historia. Por estas razones, actualmente la oferta turística está teniendo una revalorización para posicionarse cada vez más como un destino turístico diverso y renovado con

verdaderas opciones culturales-recreativas de calidad y que seguramente en algunos años se verá posicionado en uno de los centros turísticos mundiales más visitados del planeta.

En términos turísticos, la artesanía generalmente complementa el motivo de viaje ligado a un interés cultural. Se trata de un vínculo que genera indudable beneficios para las comunidades artesanas, con mínima intervención de intermediarios y por tanto, considerado de sumo interés para el país. Cabe resaltar que según PROMPEX Perú (Promoción para las Exportaciones del Perú)⁴, más del 90% de los turistas culturales que vienen a Perú, dejan una derrama económica significativa en los siguientes rubros: prendas de vestir como chompas, gorros y chalinis (69%), artículos de piel de alpaca (44%), cerámicas (40%), joyería (36%) y tapices (26%). Así mismo, se precisa que el visitante, al momento de elegir una artesanía, busca lo más representativo de la cultura del lugar y variedades y estilos propios.

Es indispensable mencionar que las artesanías del Perú, actualmente tienden a comercializarse en casi todo el mundo, siendo los mercados de Estados Unidos (45.4%), Europa (14.8%) y América Latina (31.3%) los que más demandan este cultural e innovado producto, (ve mapa 2).

Mapa 2. Perú: exportaciones de artesanías, por principales países destino, 2005



Fuente: Elaboración propia en base en información de PROMPEX, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, República del Perú, 2006.

⁴ Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), República del Perú, septiembre del 2008.

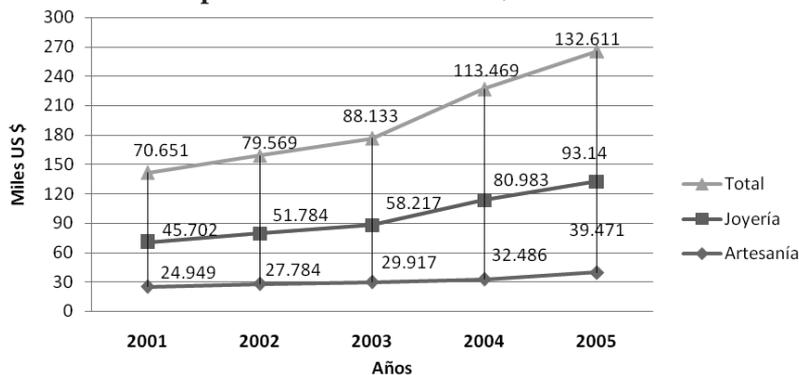
ANÁLISIS DE LAS ACTIVIDADES ARTESANALES DESARROLLADAS EN PERÚ.

En Perú, la artesanía es una de las principales actividades que los indígenas desarrollan y que históricamente da identidad a este país de América Latina.

Asimismo, en este país, la artesanía ha evolucionado, desde el arte popular que desarrollaron y desarrollan estos pueblos como parte de su identidad hasta su integración a la economía nacional como una de las actividades básicas en la fabricación en serie de objetos artísticos de origen popular, constituyéndose ahora como un importante sector y con excelentes perspectivas gracias a la innovación que la mayoría de los productores han realizado en ella.

Pero sin duda otro aspecto muy importante de la artesanía peruana, es que ella está directamente ligada a la actividad turística; puesto que los artesanos, en la mayoría de los casos, mantienen relación directa con los turistas, quienes realizan diversas actividades en las localidades visitadas. Un ejemplo de la importancia que hoy tiene la artesanía peruana, se muestra en el ascenso de sus exportaciones que han crecido considerablemente. La gráfica siguiente da cuenta de su crecimiento, (ver gráfica 4).

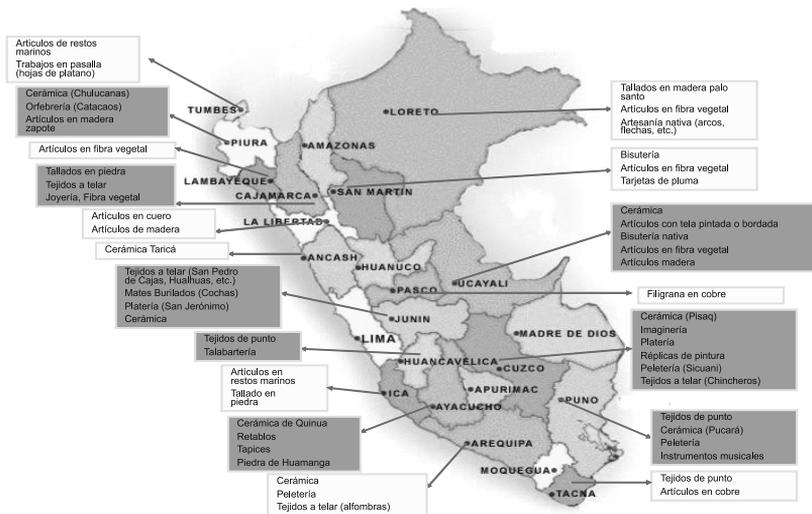
Gráfica 4. Perú: exportaciones de artesanías, 2001-2005.



Fuente: Elaboración propia en base a datos del MINCETUR, República del Perú, Lima Perú, junio de 2011.

La producción de la artesanía peruana se hace presente en casi en todo el territorio nacional, encontrando gran diversidad de objetos como la cerámica y alfarería, textiles, muebles, peletería, cuero, bisutería, joyería, etc., (ver mapa 3).

Mapa 3. Regiones productoras de artesanías en el Perú.



Fuente: Elaboración propia en base a información del MINCETUR, República del Perú, Lima, junio del 2011.

Asimismo, cabe destacar que desde el punto de vista de la distribución geográfica y como se observa en el mapa anterior, el sector artesanía se ubica en todo el ámbito nacional, principalmente en las regiones de Cusco, Ayacucho, Puno, Ancash, Huancavelica, Cajamarca, Junín, Piura, Loreto, Lambayeque, Arequipa y Lima.

Dentro de las 32 ramas o actividades, la principal es la textil; la cual se desarrolla en 21 regiones del país, con excepción de Tumbes, Loreto y Madre de Dios, seguida de la rama de cerámica y alfarería que también es producida en 17 regiones; la madera en 15 y fibras y vegetales se desarrolla en 14.

Con lo anterior observamos que el sector artesanías no solo es amplio en términos culturales sino que también tiene gran relevancia en aspectos económicos, situación que ha llevado a que dicho sector sea merecedor de un proceso de constante revalorización por el gobierno peruano durante los últimos 10 años.

En este sentido, una de las políticas de Estado que se han venido aplicando en los últimos 10 años, ha sido la “Revalorización del Sector Artesanal Peruano”, política que impulsada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), Ministerio de la Producción y el Ministerio de Cultura.

Una de las acciones ejecutadas como políticas de Estado, hacia la revalorización del sector artesanal, es la creación de los famosos CITEs (Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo) a fin de dotar de competitividad a este tipo de producción nacional.

Los potenciales beneficiarios de esta política representan alrededor el 8% de la población nacional. Debe tomarse en cuenta que no existen cifras estadísticas de censos artesanales que den cuenta de datos precisos sobre la actividad, pero estimaciones del MINCETUR señalan que en el país existen alrededor de 100,000 talleres artesanales que involucran directamente a 500,000 artesanos, de los cuales indirectamente emplean aproximadamente 2,000,000 de personas más. Es decir, el sector artesanal entre empleos directos e indirectos genera cerca de 2,500,000 puestos de trabajo; mismos que representa el 16% de la población económicamente activa total nacional que ascendió a más de 15,000,000 para el año 2010.

LA CREACIÓN DE LOS CENTROS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA (CITES) EN EL PERÚ.

Desde fines de los años noventas, la República del Perú ha tenido a bien de preocuparse y de crear acciones encaminadas al impulso productivo de las micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) de todas regiones y localidades del país. No era para menos, pues estas pequeñas unidades empresariales y en su gran mayoría unidades familiares son dinamizadoras tanto en producción como en empleo nacional, aportando más del 60% de los ocupados en el país.

Constituido los CITEs como una Política de Estado, uno de sus objetivos centrales era la de dotar de mejores condiciones de innovación tecnológica a la MYPE a fin de dotarla de competitividad, aprovechando desde luego las potencialidades productivas de cada región, pero con la participación de los agentes locales.

Desde la política pública, los CITEs fueron diseñados sin fines de lucro (tanto los públicos como los privados), con el único objetivo de elevar la competitividad de la producción de zona, instalados en espacios comunitarios y dirigidos con el mejor personal de la localidad tanto en la parte técnica como administrativa y sin fines políticos. En ellos solo operan máximo 5 personas los cuales trabajan para la comunidad y siempre supervisados primero por un comité de vigilancia local y desde el gobierno central por el MINCETUR.

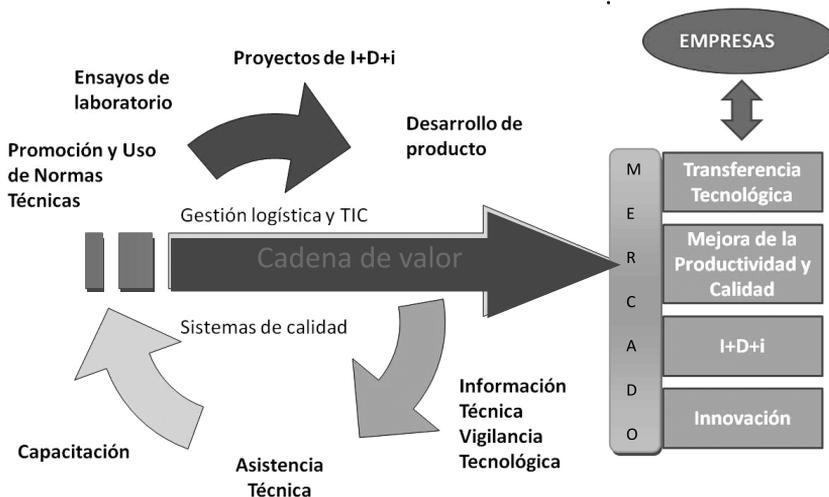
LA CREACIÓN DE LOS CITES INDUSTRIALES.

Los centros de Innovación Tecnológica (CITEs), son un instrumento de apoyo a la innovación y transferencia tecnológica para promover el desarrollo de las micros y pequeñas empresas (MYPE).

Los CITEs son un soporte tecnológico de las empresas para promover innovaciones que permitan añadir mayor valor y asegurar el cumplimiento de las normas técnicas, las buenas prácticas y otros estándares de calidad e higiene que permitan aprovechar las oportunidades de los acuerdos comerciales.

Estos CITEs, actúan por cadenas productivas y por regiones, en algunos casos con ámbitos de acción nacional, donde existe presencia e productores y perspectivas de productos competitivos, facilitando que todas las asociaciones de productores de la cadena, aún las más pequeñas, tengan mejores oportunidades de acceso al conocimiento actualizado y a la tecnología, que les permita incrementar la productividad y mejorar la calidad para poder competir y desarrollar la región a la que pertenecen, (ver figura 1).

Figura 1. Perú: rol y servicios de los CITEs.



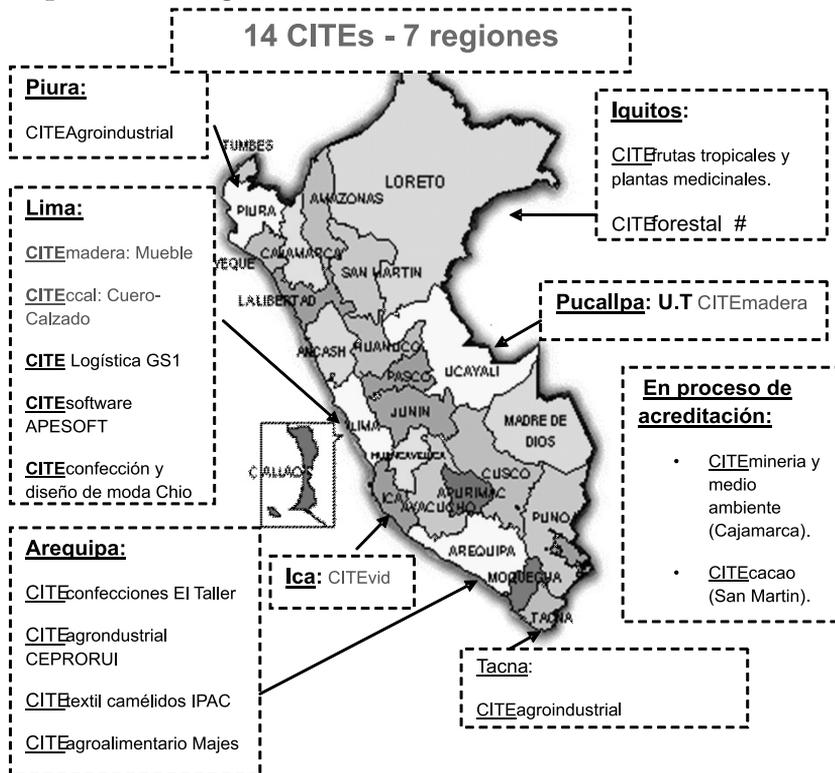
Fuente: Elaboración propia en base en información del Ministerio de la Producción, República del Perú, Lima Perú, junio del 2011.

Existen varios CITEs tanto privados como públicos dirigidos por los Ministerios de Producción y MINCETUR, pero en este apartado solo abordaremos a los primeros.

Para el caso de los CITEs del Ministerio de Producción, actualmente hay 14 CITEs acreditados, 3 CITEs públicos: CITEccal de cuero-calzado, CITEvid de vitivinílica-uva y CITE madera) y 11 CITEs de carácter privado: CITEfrutas tropicales y plantas medicinales de Loreto, CITE Confecciones El taller de prendas de vestir en Arequipa, CITE Agroindustrial Tacna de aceite de oliva, CITE Agroindustrial CEPRORUI en Arequipa, CITE Industrial Textil Camélidos del Perú en Arequipa, CITE Agroindustrial Piura, CITE Logística en Lima, CITE Software en Lima, CITE Agroalimentario de Majes y el Sur de Perú en Arequipa, CITE Forestal Loreto y finalmente, el CITE Confección y diseño de Moda en Arequipa.

Estos CITEs brindan servicios a las siguientes cadenas productivas: agroindustria, madera y muebles, cuero y calado, textil-confecciones, logística y software, los cuales están distribuidos por todo el territorio nacional (ver mapa 4).

Mapa 4. CITEs regionales industriales en el Perú, 2011.



Fuente: Elaboración propia en base a información del MINCETUR, República del Perú, Lima, junio del 2011.

LOS CITES ARTESANALES Y TURÍSTICOS.

Los CITEs Artesanales y Turísticos son instituciones cuyo objetivo principal es elevar la competitividad de la producción artesanal en los mercados externo, interno y turístico. Para ello, se realiza un trabajo conjunto con los artesanos, con las asociaciones que los agrupan y con las empresas del rubro.

En el Perú, la creación de los CITEs Artesanales y Turísticos se originan en el año 2001 como una prioridad de innovación tecnológica como un eje de Política Nacional de obligatorio cumplimiento para todas las entidades del gobierno nacional de acuerdo a la Ley N° 27890 del 17 de Diciembre del 2002.

Los CITEs Artesanales y Turísticos utilizan una serie de instrumentos y herramientas que permiten la innovación y transferencia tecnológica que a su vez se traduce en el incremento de la calidad del producto y la mejora y generación de nuevos diseños. Con ellos se enfatiza la capacitación integral que incluye cursos técnicos para el perfeccionamiento productivo, el mejoramiento de la organización empresarial, el conocimiento de técnicas de mercadeo y comercio exterior, entre otras. Estas acciones posibilitan ampliar y diversificar la oferta exportable de productos artesanales que tienen una demanda efectiva en los distintos mercados, a los que hace llegar a los artesanos promoviendo su participación en ferias y ruedas de negocios.

Algunos de los objetivos primordiales de los CITEs es la lograr diversos objetivos principales que tienen que ver con lo siguiente:

- Competitividad.
- Mercados externo, interno y turístico.
- Artesanos, asociaciones de artesanos y empresas.
- Innovación y transferencia tecnológica.
- Incremento de la calidad.
- Mejora y generación de nuevos diseños.
- Capacitación integral.
- Ampliación, diversificación de la oferta exportable.
- Participación en ruedas de negocios y ferias nacionales e internacionales.
- Incremento de la calidad:
 - Articulación de la oferta y la demanda del mercado de artesanías.
 - Posibilidades de mejora del nivel de bienestar de los artesanos e base a su trabajo y no al asistencialismo.

De esta forma, los CITEs actúan como eficaces articuladores de la oferta y la demanda de productores artesanales y dan la posibilidad a sus productores de conseguir mayores ingresos que eleven su nivel de bienestar como fruto de su propio trabajo y no del asistencialismo. Debe decirse que “...los CITEs no son simples mecanismos de lucha contra la pobreza, sino mecanismos sistémicos que consiguen la creación de riqueza en base la producción mejorada de los artesanos que están bajo el mando del MINCETUR...”⁵

Actualmente se tienen en operación 9 cites Artesanales y Turísticas distribuidos en todo el territorio nacional peruano, de los cuáles 7 son privados y 2 públicos, (ver figura 2).

Figura 2. Perú: CITEs Artesanales y Turísticas, 2011.



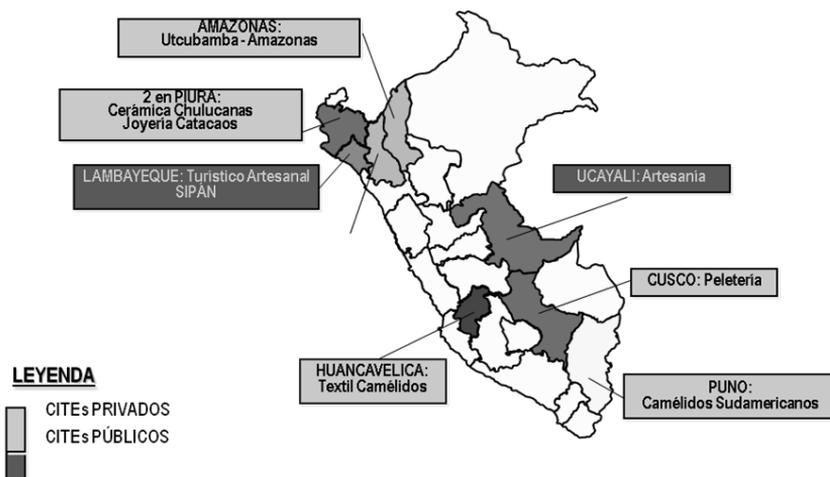
Fuente: Elaboración propia en base a información del MINCETUR, República del Perú, Lima, Junio del 2011.

Alternativamente, en el siguiente mapa podemos ver los 9 CITEs de Artesanía y Turismo en funcionamiento a lo largo y ancho del territorio

⁵ Palabras expresadas en la entrevista que se tuvo con el Economista José Padilla Maguiña, Director de la Oficina de CITEs de Artesanía y Turismo, MINCETUR, Lima, Perú, julio del 2011.

nacional, de los cuales como mencionamos anteriormente 7 de ellos son privados y 2 de carácter público, (ver mapa 5).

Mapa 5. Perú: CITES de Artesanía y Turismo en funcionamiento.



Fuente: Elaboración propia en base en información del MINCETUR, República del Perú, Lima Perú, Junio del 2011.

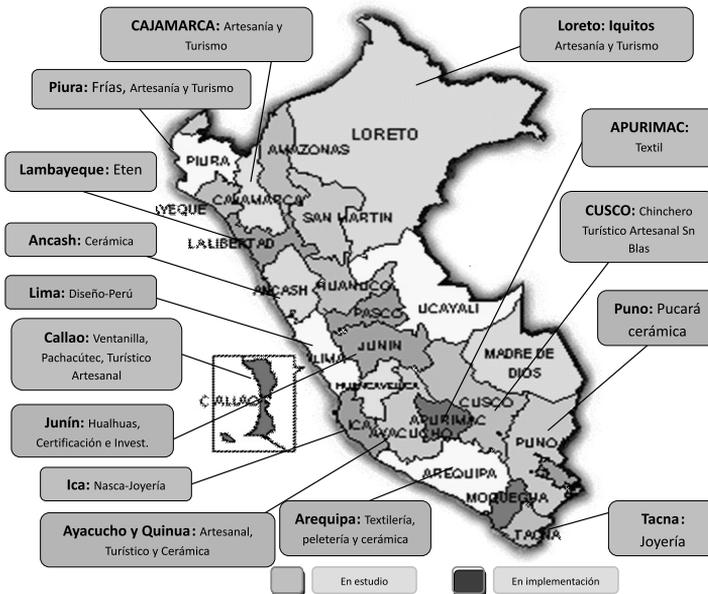
Gracias a los buenos resultados que han mostrado los CITEs en el Perú, el Gobierno Federal sigue trabajando en la implementación de otros centros de innovación en regiones altamente productivas en diferentes ramas artesanales. Por ejemplo, actualmente se tienen en proyecto varios centros de innovación de los cuales algunos ya se están implementando y otros están en estudio, (ver mapa, 4).

En el Perú, la implementación de los CITEs en Artesanía y Turismo han dado efectividad en términos de costo beneficio a una gran cantidad de artesanos en el país. De acuerdo a un estudio del realizado por el MINCETUR, los artesanos se han visto beneficiados en diferentes aspectos como la calidad, innovación, costos de producción, insumos, comercialización, etc. Por ejemplo, del total de artesanos atendidos el 94.2% mejoró la calidad de sus productos, el 81.8% mejoró sus posibilidades de venta, el 90.7% aumentó la creación de nuevos productos, el 55.7% tuvo la oportunidad de exportar, etc., (ver cuadro 2).

Gracias a los buenos resultados que han tenido los CITEs en Artesanía y Turismo, la calificación de los mismos ha sido en términos generales de buena y muy buena. De acuerdo a la última evaluación que se realizó con

los mismos artesanos atendidos, la calificación sobre los servicios prestados fue sobresaliente: por ejemplo, en capacitación se obtuvo una calificación (muy buena y buena) del 97.0%, asistencia técnica (muy buena y buena) 95.6%, etc., (ver cuadro 3).

Mapa 6: Perú: Proyectos CITE Artesanía y Turismo en proceso de implementación o en estudio, 2011.



Fuente: Elaboración propia en base en información del MINCETUR, República del Perú, 2011.

Cuadro 2. Evaluación costo-efectividad de los CITEs de Artesanía y turísticos en el año 2010.

Características	Costo/efectividad
Mejóro la calidad de sus productos	94.2%
Disminuyó sus costos de producción	77.6%
Mejóro la calidad de sus insumos	81.3%
Mejóro sus posibilidades de venta	81.8%
Mejóro su proceso de producción	90.3%
Aumentó la creación de nuevos productos	90.7%
Tuvo la oportunidad de exportar	55.7%
Exportó con el apoyo directo del CITE	39.0%
Aplicó la capacitación recibida	99.0%
Transfiera la capacitación recibida	93.4%
Cada artesano capacitado transfiere los conocimientos adquiridos a otras personas en promedio de...	5.2 personas

Fuente: Elaboración propia en base en información del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, República del Perú, Lima Perú, Junio del 2011.

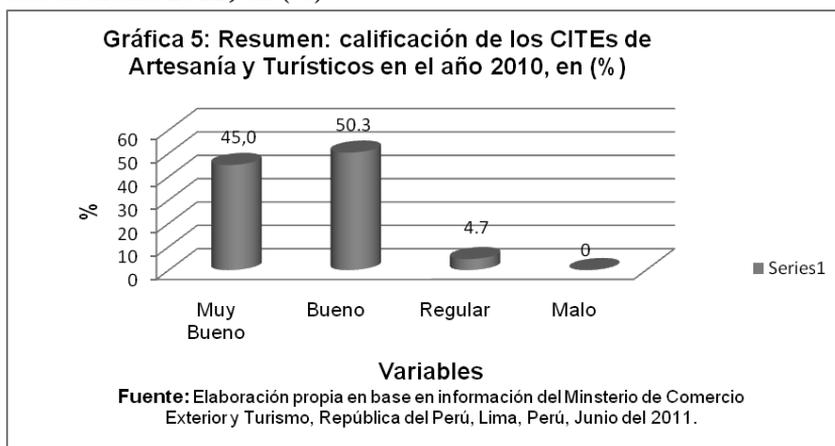
Cuadro 3. Calificación de los servicios prestados por los CITEs de Artesanía y turísticos en el año 2010.

Característica	Calificación
Capacitación: muy buena y buena	97.0%
Asistencia técnica: muy buena y buena	95.6%
Participación en ferias, ruedas de negocios, exposiciones, venta: muy buena y buena	91.5%
Desarrollo de colecciones: muy buena y buena	93.1%
Provisión de materiales e insumos: muy buena y buena	95.1%
Facilitación de la comercialización: muy buena y buena	84.4%

Fuente: Elaboración propia en base en información del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, República del Perú, Lima Perú, Junio del 2011.

De esta forma, los resultados sobre la calificación resumida de los CITEs en Artesanía y Turismo que consiste en *muy bueno*, *bueno*, *regular* y *malo* quedó de la siguiente manera: 45% de los artesanos atendidos constataron que el servicio fue muy bueno, el 50.3% bueno, el 4.7% fue de regular y el 0% de malo, (ver grafica 5).

Gráfica 5: Resumen: calificación de los CITEs de Artesanía y Turísticos en el año 2012, en (%).



Fuente: Elaboración propia en base en información del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, República del Perú, Lima Perú, Junio del 2011.

Por otro lado, y siguiendo con la evaluación de los CITEs en Artesanía y Turismo, el MINCETUR recientemente llevó a cabo un análisis sobre el impacto del costo beneficio sobre la inversión que ha realizado el Estado hacia el sector artesanal del país. Los resultados arrojados en este análisis demuestran que la implementación de los CITEs han sido efectivos y han

generado un efecto multiplicador en la actividad. Por ejemplo: por cada peso sol (S/. 1) que invirtió el Estado en el año 2006, cada unidad produjo un adicional de S/ 6.50 (soles); es decir; por cada peso que invirtió el Estado en este año, el ingreso se duplicó más de 6 veces. Consecutivamente, para el año 2007, 2008, 2009 y 2010, por cada sol invertido, se produjo un adicional neto de S/ 5.76, S/ 5.86, S/ 4.88 y S/ 3.57 respectivamente. Entendemos que para los años 2008, 2009 y 2010 hay una ligera reducción en cuanto al beneficio social y económico, pero se debe al impacto negativo que se tuvo como consecuencia de la crisis internacional suscitada en el año 2009, (ver cuadro 4).

Cuadro 4. Análisis costo-beneficio: el beneficio económico/social de la inversión del Estado en los CITEs de Artesanía y Turísticos, 2010.

Por cada S/. 1 que invirtió el Estado	El artesano atendido por el CITEs artesanal y turístico, produjo un adicional neto de....	S/. 3.57	Año 2010
		S/. 4.88	Año 2009
		S/. 5.86	Año 2008
		S/. 5.76	Año 2007
		S/. 6.50	Año 2006
		S/. 3.84	Año 2005
		S/. 1.63	Año 2004
		S/. 4.43	Acumulado 2004-2010

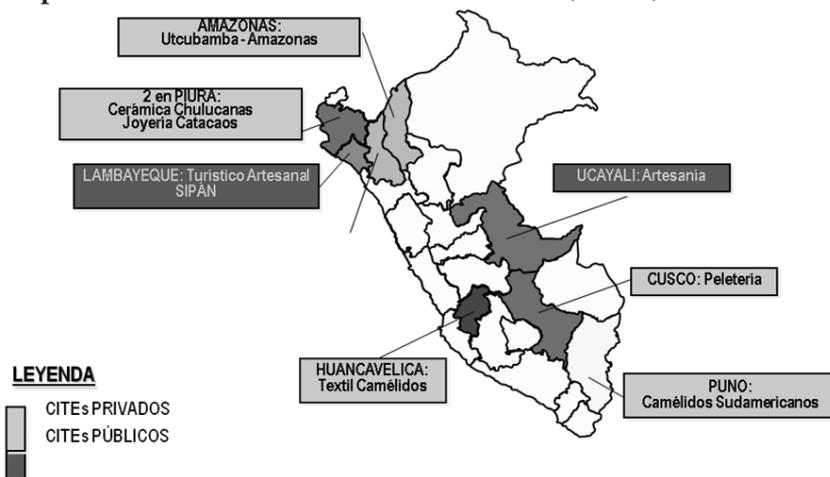
Fuente: Elaboración propia en base en información del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, República del Perú, Lima Perú, Junio del 2011.

CERÁMICA, INNOVACIÓN Y DESARROLLO ARTESANAL EN CHULUCANAS: UN ESTUDIO DE CASO.

Ubicación.

El distrito de Chulucanas, el lugar del estudio, se ubica en la costa norte del Perú. Pertenece al Departamento de Piura (provincia de Morropón). Se encuentra ubicado a más de 1,200 km de la ciudad de Lima y a 60 km del Departamento de Piura. Cuenta con 85 mil habitantes y aproximadamente una tercera parte de su población vive en zonas rurales, (ver mapa 5).

La ciudad de Chulucanas se sitúa en la margen derecha del río de Piura. Su altura sobre el nivel del mar es de 92 m.s.n.m y tiene una superficie 871.19 km cuadrados.

Mapa. 5. Ubicación del Distrito de Chulucanas, Piura, Perú.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), República del Perú, 2011.

Las actividades económicas en Chulucanas.

En mi visita a Chulucanas, me sorprendí al encontrar en su interior de su pueblo, un nutrido tráfico de automóviles llamados moto-taxis que circulan como hormigas por todas sus calles y rancherías del distrito, transportando a personas, productos agrícolas y desde luego insumos relacionados con la artesanía.

En Chulucanas, una de las principales actividades que realizan los pobladores de la zona es la combinación de la agricultura (limón y mango principalmente) y artesanía de barro llamada cerámica. La artesanía se desarrollada en el caserío La Encantada, localidad que se encuentra a 15 minutos de Chulucanas por camino de terracería. El arte de sus pobladores es muy apreciado por el mercado nacional e internacional, proviene de sus antepasados, pertenecientes a la cultura Vicús, asentada en la zona desde hace más de 2,500 años. Esta importante actividad da ocupación a más de 1, 200 artesanos, distribuidos en la comunidad de La Encantada y Chulucanas.

El desarrollo de la actividad artesanal de Chulucanas, se caracteriza por ser de producción familiar, pues muestra formas de producción arraigadas como parte de sus costumbres y tradiciones: existe una división de trabajo por sexo y edades aunque observamos que la fuerza de trabajo masculina tiene más presencia en el proceso productivo. Aunque la producción sigue siendo familiar, en los meses de julio a diciembre, periodo en que aumenta

la demanda, permite que el taller contrate mano de obra asalariada.

Según el Censo de Ceramistas, en 1999 existían 304 talleres de cerámica, 59% ubicados en Chulucanas y 41% en La Encantada. En Chulucanas, los talleres se concentran en la parte sur de la ciudad, principalmente en la parte de la periferia.

La producción de cerámica sigue produciéndose en diferentes lugares del Perú, especialmente en la sierra de los Andes. De acuerdo a su funcionalidad podemos distinguir tres tipos de cerámica: para el uso cotidiano, 2) para el uso ritual, y 3) para los turistas. En el primer rubro son las cerámicas utilitarias como las ollas para cocinar, cuencos o bidones para almacenar líquido o granos, platos para comer y beber. Como mencionamos anteriormente, las mayoría de ellas son producidas y utilizadas en la sierra; es decir, hacia el sur del Perú. Sin embargo en la costa norte del Perú, especialmente en los Departamentos de Piura y Lambayegüe, donde se localiza Chulucanas, se producen en gran cantidad algunos productos también utilitarios como las tinajas.

El segundo tipo de cerámica (rituales), se convierten finalmente en productos de consumo turístico como las cerámicas con dibujos “incaicos”, las muñecas de tipo “grotesco”, y finalmente el tipo “para los turistas”, este se produce en casi todas las regiones, con variaciones en sus diseños estéticos regionales. Por ejemplo en Chulucanas, la producción de cerámica se ha enfocado más “para los turistas”, ofreciendo productos bellos y estéticos que llenan el gusto de los visitantes acentuando su identidad regional.

El CITE Cerámica de Chulucanas.

El Centro de Innovación Tecnológica en Cerámica nace en Chulucanas en el año 2002 por iniciativa del gobierno federal. Es un CITE de carácter privado que actualmente administra el MINCETUR del Gobierno de la República del Perú, el cual se mantiene con los recursos económicos erogados de los impuestos que pagan los casinos instalados en ese país. Se encuentra instalado en el Centro de Desarrollo Comunitario que anteriormente se llamaba CEDAR (Centro de Desarrollo Artesanal) organizado por la Asociación de Artesanos *Vicús* y que funcionó desde los años ochenta como un centro de desarrollo para la capacitación artesanal.

La artesanía de Chulucanas es identificada como el producto bandera del Perú, ya que tiene una historia cultural distinta a las otras cerámicas que se producen en el país, es decir, en este lugar se considera el renacimiento de la tradición de la alfarería prehispánica.

Esta fue una de las principales razones para que el CITE en cerámica se

instalara en este lugar, además de que alberga a más de 500 talleres artesanales y por consecuencia brinda un servicio de innovación a más de 2,500 productores, ya que cada taller tiene en promedio al menos 5 miembros sin tomar en cuenta a los niños y ancianos que también participan de algún modo en el proceso de producción.

En Chulucanas, encontramos que la actividad artesanal tiene más fortalezas que debilidades. Algunas de estas características se muestran en el siguiente análisis FODA, (ver cuadro 5):

Cuadro 5. Análisis FODA de la artesanía de cerámica de Chulucanas.

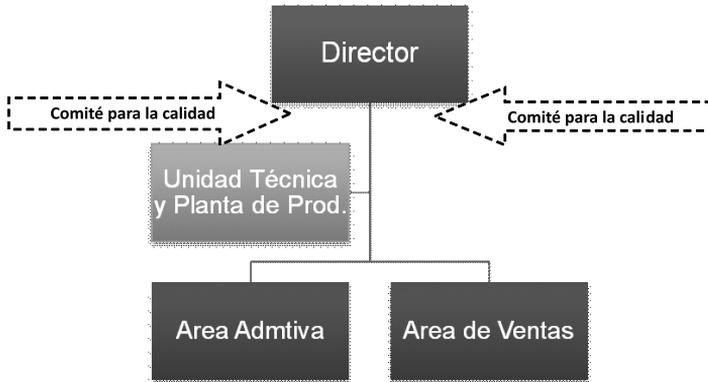
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Preservación de costumbres y tradiciones ancestrales. • Prestigio artesanal reconocido a nivel internacional. • Elevada creatividad y habilidad manual. • Ventajas de diversidad de líneas productivas gracias al CITE. • Apertura a la innovación. • Bajos costos de mano de obra. • ASOCIATIVIDAD entre los artesanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aún falta nivel organizativo y asociativo. • Alta dependencia externa en diseños y modelos. • El crédito todavía sigue siendo difícil. • Importantes grupos todavía se resisten al cambio. • Existe escasez de agua. • Persiste todavía el individualismo. • Escasa participación de Gob., locales.
Riesgos	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Patrones de consumo cambiantes. • Encarecimiento de la materia prima. • Imitación y copia de productos y diseños tradicionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor demanda de productos turísticos y utilitarios hechos a mano y certificados por el CITE. • Mayor interés de los artesanos en participar en ferias internacionales. • Preferencias arancelarias. • Creciente apoyo de organismos públicos y privados a nivel asociativo. • Se empieza a tener conciencia hacia el MEDIO AMBIENTE con la quema de la artesanía.

Fuente: Elaboración propia en base al cuestionario aplicado en CITE Cerámica de Chulucanas del día 15 de junio al 15 de julio del 2011.

Siendo una actividad con fortalezas, los artesanos de la región de Chulucanas son gente sencilla y trabajadora con un nivel de estudios en promedio de primaria terminada pero con un nivel de especialización artesanal importante como consecuencia de los apoyos que brinda el CITE.

Así el CITE de este lugar, es una entidad de apoyo creada cuidadosamente para no caer en tentaciones políticas ni burocráticas, el cuál opera con un máximo de 5 personas. Su principal objetivo es el de impulsar el desarrollo en innovación artesanal de la región. En la siguiente figura podemos ver su organigrama:

Figura 3. Organigrama del CITE Cerámica de Chulucanas.



Fuente: Elaboración propia en base a la información recogida en la encuesta del 15 de junio al 15 de julio del 2011.

Un aspecto importante de la estructura organizacional del CITE Cerámica tiene que ver con los actores quienes dirigen al centro de innovación. Por ejemplo, quienes participan en este espacio son artesanos o artesanas de la localidad o región con reconocida capacidad en el ramo con excepción del director que por lo general tiene que ser una persona con alguna carrera profesional relacionada con la administración de empresas o antropología. En el área de la unidad técnica y la planta procesadora de la producción existen dos comités de vigilancia a la calidad, la cual supervisa cuidadosamente las diferentes etapas del proceso productivo.

Actualmente el CITE de Chulucanas tiene inscritos a 82 productores ceramistas representados por 4 de 5 asociaciones importantes:

- Asociación de Ceramistas “*Vicús*”
- Asociación de Ceramistas “*Tierra Encantada*”
- Asociación de “*Mujeres Artesanas*” en Cerámica
- Asociación de Ceramistas “*Nácará*”

Uno de los principales objetivos de estas asociaciones es la de mejorar la calidad de sus productos, promocionar los mismos y mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Las asociaciones de ceramistas en Chulucanas están organizados por Juntas Directivas: *Presidente*, *Secretario*, *Tesorero*, *Vocales* y un *Comité de Vigilancia*. Debe decirse, que todo artesano que quiera recibir servicios del CITE debe formar parte de una red o asociación artesanal por así estable-

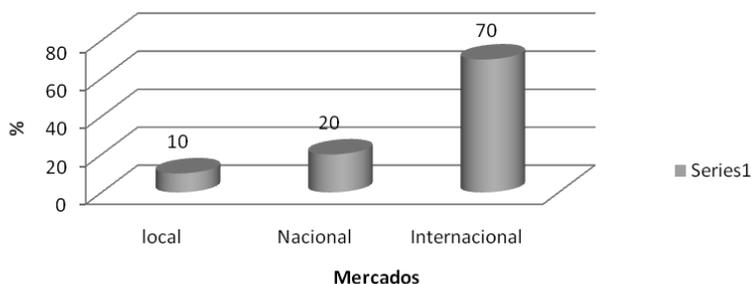
cerlo la *Ley No. 29073, Decreto Supremo No. 008-2010* del MINCETUR, de la Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal y su Reglamento.

Cuando visité la comunidad de La Encantada lugar de numerosos ceramistas y en donde se tiene instalado una unidad técnica de innovación del CITE Cerámica de Chulucanas, me quedé impresionado por lo siguiente: platicando de manera informal con los artesanos de la localidad sobre los servicios del CITE, en su vocabulario empezaron a manejar varias palabras especializadas como *innovando para competir, artesanía, modernidad sin perder la identidad, investigación, innovación y desarrollo, asociatividad*, etc., saben perfectamente cuál es su *misión y visión* e ideas empresariales de la asociación a la que pertenecen.

El CITE Cerámica tiene por finalidad aumentar la competitividad, elevar el nivel tecnológico, localidad, la productividad y la capacidad de innovación de la producción de los artesanos y de las empresas, generando así mayor valor en la cadena productiva de la cerámica de Chulucanas. De esa manera, otro de los objetivos principales es la mejora de la oferta exportable, rescatando la innovación como base para lograr ser competitivos en el mercado internacional, promoviendo la asociatividad de los artesanos, fortaleciendo las unidades productivas y la estandarización de la producción.

Con la constante mejora en la calidad de productos artesanales, la oferta exportable de Chulucanas en los últimos años ha sido objeto de una mayor demanda por el turismo extranjero y empresas exportadoras internacionales. Por ejemplo, la mayor parte de la comercialización producto de las artesanías, son canalizadas a la exportación o en venta directa al turismo internacional. Solo una pequeña parte se vende en el mercado local y nacional, (ver gráfica 6).

Gráfica 6. Chulucanas: comercialización de la artesanía, 2010

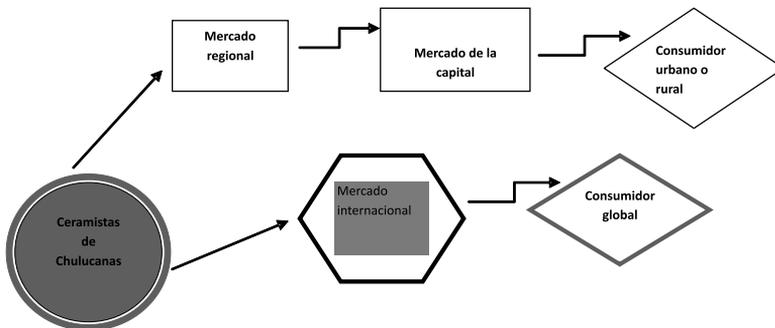


Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario aplicado en Chulucanas del día 15 de junio al 15 de julio de 2011.

En la oferta exportable debe considerarse el relevante papel que juega la Dirección Nacional de Artesanía, a través de la llamada Comisión para la Promoción de la Exportación (PROMPEX), pues es desde aquí donde se trata de articular la oferta y la demanda de toda la producción nacional de la artesanía.

En la oferta exportable debe considerarse el relevante papel que juega la Dirección Nacional de Artesanía, a través de la llamada Comisión para la Promoción de la Exportación (PROMPEX), pues es desde aquí donde se trata de articular la oferta y la demanda de toda la producción nacional de la artesanía. Por ejemplo, la comercialización de las artesanías de Chulucanas tiene un fuerte vínculo con el mercado internacional, y es el productor quien vende directamente al cliente, aquí el intermediarismo es escaso y el valor agregado se queda con el artesano, (ver la siguiente figura):

Figura. 4. Vías de comercialización de la artesanía de Chulucanas.



Fuente: Elaboración propia con la base en la encuesta aplicada del 15 de junio al 15 de julio del 2011.

Para lograr que los productos sean exportables, en el CITE Cerámica de Chulucanas, se parte de que el éxito para ingresar a nuevos mercados se basa en la innovación y capacitación permanente, desarrollando nuevos productos con una mayor calidad, buenos diseños y formalidad empresarial, debiendo el artesano alcanzar una mayor productividad con el acceso a nuevas tecnologías; facilitando su adecuada transferencia sin perder la originalidad del producto.

Algunos de los servicios más importantes que brinda el centro de innovación son los siguientes:

- Capacitación y asistencia técnica.
- Investigación e innovación.

- Desarrollo de colecciones.
- Insumos y pastas mejoradas.
- Galería, exposiciones permanentes.
- Ferias y ruedas de negocios.
- Quema de piezas.

Con los servicios del CITE Cerámica en Chulucanas, importante han sido los beneficios que se han logrado hacia los artesanos de la región el país. Siendo la innovación y la capacitación permanente la que permite tener mayores niveles de competitividad y por ende penetrar en mejores mercados en el mundo. En este centro de innovación se han capacitado a miles de artesanos ceramistas de la región y el país. Solamente en la región Chulucanas se han capacitado desde el año 2004 al 2010 a más de 6,500 artesanos y a más de 400,000 en todo el país en esos mismos años, superando en más del 50% la meta programada, (ver cuadro 6).

Cuadro. 6. Perú: número de beneficiarios en los CITEs de Artesanía y Turismo, 2010.

NOMBRE/AÑO	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	TOTAL
CITEs PRIVADOS:								
CITE Textil Camélidos Huancavelica	18,227	17,908	12,725	14,626	22,199	16,377	17,259	119,321
CITE Camélidos Sudamericanos Puno	41,875	34,868	33,265	22,531	24,515	28,778	24,047	209,879
CITE Joyería Catacaos Piura	1,133	533	982	662	1,876	2,539	1,261	8,986
CITE Cerámica Chulucanas Piura	465	748	1,942	556	1,028	890	925	6,554
CITE Peletería Sicuani Cusco	1,010	1,571	2,178	1,508	2,626	2,112	2,945	13,950
CITE Joyería Koriwasi Cajamarca	173	210	463	563	497	618	155	2,679
CITE Utcubamba Amazonas	--	--	--	--	--	--	1,546	1,546
CITEs PÚBLICOS:								
CITE Artesanía Uayali Pucallba	N/A	904	1,486	1,847	5,637	3,823	7,760	21,457
CITE Turístico Artesanal Sipán Lambayegue	5,382	5,384	5,816	3,459	3,636	2,284	5,729	31,690
TOTAL DE BENEFICIADOS.	68,265	62,126	58,857	45,752	62,014	57,421	61,627	416,062
PROGRAMADO	33,761	35,632	38,015	39,916	41,912	45,148	47,227	281,611
CUMPLIM. META	202.0	174.1	154.8	114.6%	148.0	127.2	130.4	150.1%
	%	%	%	%	%	%	%	%

Fuente: Elaboración propia en base en información del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, República del Perú, Lima Perú, Junio del 2011.

El CITE Cerámica de Chulucanas no es solo un centro de innovación y capacitación, aquí además se exponen los mejores trabajos de los

artesanos de la región y frecuentemente de todo el país. El intercambio de experiencias de ceramistas del interior del Perú es una práctica cotidiana que el CITE ha promovido desde su fundación.

Asimismo, la investigación de la actividad, se constituye en la base para la innovación en técnicas y procesos de la cerámica de Chulucanas. Constantemente se realizan eventos que facilitan a los talleres y empresa, la promoción del producto artesanal, el acceso directo del productor al mercado y la ampliación de cartera de clientes.

Con este servicio, se asegura el acceso de los artesanos a insumos de calidad, así como las pastas mejoradas formuladas en nuestra planta procesadora de arcilla, permiten al artesano lograr productos con mejores acabados.

Además se promueve el desarrollo de la oferta exportable, con el desarrollo de nuevos e innovadores diseños que permiten llenar las expectativas de los clientes en tamaños, calidad, funcionalidad, precio, pintado manual, etc.

Otra de las tareas primordiales del centro de innovación de Chulucanas es el estudio especializado de la arcilla (barro) con que se elaboran las artesanías. El estudio de tierras, la formulación y amasado que se hace en la planta procesadora de arcilla, permite obtener un barro mejorado que asegura mayor productividad en tiempo al ofrecer una arcilla lista para ser trabajada que tiene una duración manejable de hasta 10 días de elasticidad sin perder propiedades. Esto permite abaratar el costo de producción para el artesano y la disminución del riesgo de pérdida de piezas en el proceso productivo y la consistencia necesaria para el manejo del barro y así realizar las piezas que el artesano desee. La calidad de la arcilla del CITE Cerámica, optimiza la calidad de la producción y el tiempo de producción.

Con la planta procesadora de arcilla, son varios los beneficios que son objetos los artesanos: por ejemplo el artesano evita la fatiga de extraer el barro de mala calidad; ahorra tiempo, dinero y fuerza física en amasarlo y desde luego la pérdida de piezas en el proceso productivo, pues el CITE se encarga de entregarle a costo muy bajo la arcilla ya procesada, para que el artesano logre productos de mejor calidad y acabados.

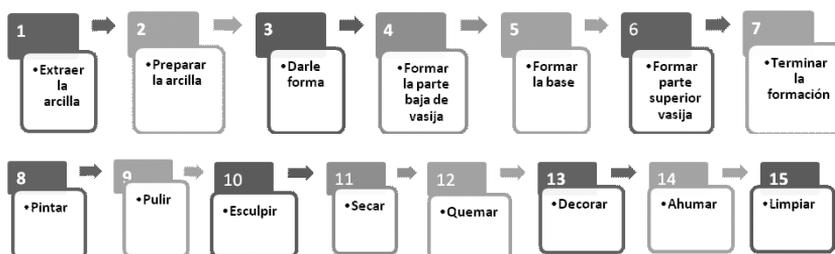
Debe presumirse que la planta procesadora de arcilla del CITE Cerámica de Chulucanas es de tecnología italiana y tal vez sea única en América Latina, la cual fue donada en los años ochenta al CEDAR de Chulucanas para beneficio de los artesanos de la región, aunque esta no fue explotada del todo tal vez por la desorganización de los artesanos. Sin embargo, actualmente con el apoyo de esta tecnología, los artesanos pueden suprimir varios procesos productivos que anteriormente realizaban, con ello abarata sus costos y dándole un mayor valor agregado a sus productos.

El proceso productivo de la cerámica de Chulucanas.

La cerámica de Chulucanas está caracterizada por la “formación de la técnica del paleteado”, “pulir por la piedra”, “cerámica negra por ahumado” y decoración por la técnica “positiva-negativa”, técnicas que son derivadas de la época prehispánica.

Por lo tanto, el proceso productivo tradicional de la cerámica es el siguiente:

Figura 5. Proceso de producción tradicional de la cerámica de Chulucanas.



Fuente: Elaboración propia en base a la información recogida en la encuesta del 15 de junio al 15 de julio del 2011..

Sobre el proceso productivo tradicional de la cerámica, son 15 procesos por la que ésta tiene que pasar hasta llegar al producto final. En seguida explicamos estos pasos:

- 1) *Extraer la arcilla:* la arcilla se extrae del Cerro llamado Vicús o de las orillas del río de Piura.
- 2) *Preparar la arcilla:* primero se le disuelve en una tinaja con bastante agua, luego se extrae libre de impurezas con una jarra o cuchara de mate y se almacena en otra olla pasándola por un tamiz menudo. Después de asentarse bien, se saca el agua y se le seca aún más. Cuando se logra una dureza adecuada, se coloca en una bolsa plástica y se la fermenta. Antes de comenzar a trabajar se hace un tratamiento necesario y tiene los siguientes pasos: 1) se extiende la arcilla en una tela o hule, 2) se le agrega un puñado de ceniza de horno para eliminar las sales de la arcilla, 3) se amasa la arcilla como se amasa la harina para preparar el pan, 4) se forma un bloque de acuerdo a la pieza que va a trabajar y se guarda de nuevo en la bolsa.
- 3) *La forma a la pieza:* se coloca la masa en una tela extendida en el suelo y se forma una pieza cónica, se golpea la base de la pieza con el puño haciéndola hueca.

- 4) *Formando la parte baja de la vasija*: se coloca la masa en el suelo. A su lado se coloca una vasija con agua. Con una paleta en la mano derecha y un canto rodado en la mano izquierda, golpea la masa preparada entre las rodillas hasta que el espesor de la pared de la vasija sea 3 o 4 milímetros. Cada 30 segundos o cada minuto se moja tanto la paleta como la piedra. El número de golpes de paleta es de alrededor de 30 veces por minuto con el sonido rítmico de “pon, pon, pon”. La orilla es algo gruesa porque de allí va a seguir el paleteado hacia la parte de arriba.

La paleta es de madera de hecha de un árbol llamado *algarrobo* y hay dos clases: una para formar la vasija que es un poco gruesa y la otra es delgada y pulida para acabar la superficie. Ambas tienen la dimensión (más o menos) de la palma de la mano, mientras que el canto rodado tiene un diámetro de 7 u 8 centímetros, 4 o 5 centímetros de grosor y tiene la forma redonda u ovoide.

- 5) *Formar la base*: se pone la vasija boca abajo encima de la rueda. Se golpea ligeramente con la paleta para formar la base plana. Después se le guarda de nuevo en la bolsa plástica para que se endurezca adecuadamente para trabajar el proceso siguiente.
- 6) *Formar la parte superior de la vasija*: después de mojar el borde se coloca la vasija boca arriba en un cubo de cerámica de 1 metro de altura. Igual como el proceso anterior con la paleta de madera y canto rodado se forma la parte superior, pasando la piedra alrededor de la pieza. Cuando termina la formación se soba la superficie con la paleta y la palma para borrar la huella del paleteado.
- 7) *Terminar la formación*: en caso de tratarse de una vasija simple, se agrega un pedazo de la arcilla con forma de cordón al borde. Se forma el borde de la vasija poniéndola en el torno. En caso de tener la forma de persona, animal o planta, después de cerrar la boca se agrega la arcilla y se forma la cara con las manos. Antes de que se endurezca la arcilla se le adorna con figuras de cabellos, ojos vestidos, etc., en líneas finas utilizando cuchillo u otros instrumentos.
- 8) *Pintar*: se pinta con un pincel y el pigmento químico que se consigue en la tienda apropiada.
- 9) *Pulir*: el pulido tiene que hacerse por lo menos dos veces, mientras las piezas están medio secas, usando piedra o bala de plástico, normalmente donde la cerámica está pintada.
- 10) *Esculpir*: cuando se seca bien se modifica la vasija para darle forma a la cara, las manos, etc., con el cuchillo. Por último se lima con el papel de lija.

- 11) Secar: antes de quemar se deja afuera para que la pieza se caliente con la luz solar.
- 12) *Quemar*: se quema en el horno hecho de adobe. Los combustibles son leñas de algarrobo, sauce o zapote, arboles que se encuentran alrededor de Chulucanas. La forma del horno es cónica, cilíndrica o cuadrangular. Se hornea 2 o 3 horas con la temperatura de 750 u 800 °C.
- 13) *Decorar con la técnica de negativo*: sobre la pieza quemada se prepara la decoración, es decir, se cubre con una ceniza especial la parte que no quiere ser ahumada.
- 14) *Ahumar*: Se negrea por ahumado. El horno para ahumar es diferente del que se usa para el quemado. Para ahumar se utilizan las hojas secas de mango o de plátano. El grado de ahumado se puede medir por la humedad de las hojas, el tiempo que se emplea para ahumar es dependiendo de la intensidad de la profundidad del ahumado que queramos; el color varía de negro a marrón oscuro.
- 15) *Limpiar*: después de sacar la pieza del horno, se quita la arcilla puesta para la decoración negativa, sea raspando con la uña o lavando con agua.

En este sentido, lo que arriba se ha descrito es el proceso tradicional de fabricar la cerámica de Chulucanas. Dentro de este proceso lo que se cuida más es la dureza de la arcilla. Desde el inicio del proceso, la formación de la parte baja, de la parte de arriba y durante el pulido con la piedra, es necesario mantener la dureza y suavidad de la arcilla adecuada, de acuerdo a cada uno de estos procesos.

Dentro de la cerámica de Chulucanas hay que considerar a las piezas fabricadas con molde. El proceso de trabajo es más o menos el mismo, salvo la parte del paletado. Su diferencia se nota en el peso. Las que se han fabricado por la técnica del paletado son más ligeras en comparación con las fabricadas con molde, así las que se han hecho con el proceso del paletado tiene paredes mucho más delgadas, característica que busca más el cliente.

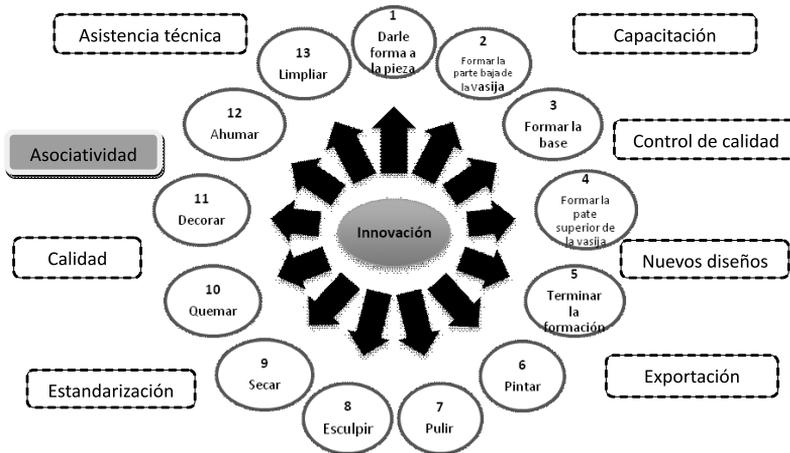
Dentro del proceso de producción de la cerámica de Chulucanas, hay algunos procesos de trabajo que difícilmente podrán suprimirse con la incorporación de tecnología y nuevas herramientas para el trabajo como la técnica utilizada (paletado), el pintado manual, el ahumado, etc. Sin embargo, con los servicios innovados que el CITE Cerámica ha brindado a los artesanos de Chulucanas, algunos procesos productivos se han aligerado, otros se han suprimido sin atentarse con la identidad cultural de la artesanía.

En efecto, con la innovación del CITE, algunos procesos productivos

que anteriormente realizaban los artesanos de la región, ahora no solo se han suprimido algunos de ellos por el acceso a la tecnología, si no que varios de ellos se han aligerado, abaratando así los costos productivos.

Con la innovación en los procesos productivos, el proceso de la cerámica la representamos de la siguiente manera:

Figura. 6. Proceso productivo innovado de la cerámica de Chulucanas.



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta aplicada en el CITE Cerámica de Chulucanas del 15 de junio al 15 de julio del 2011.

En la figura anterior podemos observar un proceso productivo de la cerámica moderno, caracterizado por la innovación en donde el CITE Cerámicas está jugado un papel de suma importancia en el empuje de la actividad.

Según la información que hemos recogido en Chulucanas, el 75% de los productores ya tienen experiencia en exportación y asistencia a ferias internacionales como las que se realizan en Chile todos los años, la del Pacífico en Callao en Lima y la más importante llamada "Exhiben Perú", programada en julio de cada año celebrada en Lima, en la cual los mejores artesanos del Perú realizan concursos y exposiciones al turismo nacional e internacional instalados en la zona exclusiva de la ciudad de Lima: Plaza Kennedy ubicada en la calle Arequipa cerca del malecón "Miraflores".

Sobre la feria internacional llamada "Exhiben Perú", recogí un dato importante que ocurrió en Chulucanas durante el transcurso de la investigación: curiosamente estuve presente en la reunión de artesanos celebrada en el CITE en la cual se discutió el rol de actividades y la participación de los mismos en la feria internacional "Exhiben Perú". Ahí pude constatar

que los mejores artesanos son los que asistirían a dicha feria. Se seleccionaron a 2 artesanos de cada asociación (es decir, a 8). Lo curioso de ello fue que no solamente asistirían los mejores en la elaboración de artesanías, sino que también se eligieron aquellos con mejor facilidad de palabra, con algunos conocimientos en inglés y mercadotecnia, para la comercialización de productos entre los turistas extranjeros.

Este testimonio, nos sirve para entender que la artesanía de Chulucanas no solamente está haciendo un esfuerzo en mejorar su innovación de los productos, sino que también el indígena-campesino se está esmerando en innovar la atención al cliente, de homogeneizar el idioma y el de saber vender su producto con una idea más empresarial.

Con estas características, es evidente que en Chulucanas encontramos a un sector artesanal con innovación y especialización en artesanías de exportación, con un nivel de asociatividad cada vez mayor entre los artesanos; asociatividad que ha empezado a generar encadenamientos productivos como producto de la cooperación, de la unidad y del trabajo en equipo.

Chulucanas: el inicio de una conciencia del medio ambiente artesanal.

Una de las actividades artesanales que más contaminan al medio ambiente, es la rama de la producción de artesanías de barro y cerámica. Específicamente los negocios de artesanías de barro actualmente presentan serios problemas de contaminación, como son la utilización de sustancias tóxicas, tales como plomo, estaño y cadmio en el barnizado de los productos, comercialmente llamados esmaltes. Por otro lado, el uso de materiales naturales como el pino, encino y otros productos maderables que hoy se encuentran en etapa de extinción por su uso excesivo en la cocción de las artesanías y la emisión de contaminantes al aire libre, por mencionar algunos.

En América Latina los dueños de los talleres se caracterizan en la mayoría por poseer un nivel bajo conocimiento en el ámbito ambiental, razón por la cual desconocen las ventajas comerciales que les traería el manejo adecuado y eficiente de los recursos naturales con lo cual mejorarían consecuentemente su comportamiento ambiental.

Durante mi estancia de investigación doctoral que realicé en el Perú, pude apreciar que en este país la producción de artesanías de cerámica o barro se realiza con insumos libres de plomo⁶. En los años ochentas, fueron pocas las poblaciones en que se usó el esmaltado total como lo son en Aco,

⁶ R. Rogger y F. Villiger., Óp. Cit. P. 41.

Pupuja y Cajamarca, en la que se utilizó escoria de fundición (almártega), en la que había presencia de Plomo. Sin embargo, hoy en día en todo el Perú no se tiene conocimiento de que los centros artesanales utilicen insumos contaminantes en la cerámica.

Por ejemplo, en Chulucanas lugar en donde concentré mi estudio, los artesanos de ese lugar producen artesanías en donde los insumos son libres de plomo y por otro lado, empiezan a mostrar un interés por el cuidado del medio ambiente al utilizar combustibles menos contaminantes cuando la artesanía entra en el procesos de cocción.

En la elaboración de productos utilitarios, artículos que son aptos para introducirles líquidos, se utiliza un químico que no contiene plomo. En los artículos decorativos, los insumos que se utilizan para su composición son en menor proporción en comparación a los utilitarios por razones obvias de uso y por lo tanto la cocción en los primeros son objeto de una mayor temperatura.

Sobre lo anterior, es importante mencionar que no todos los productos de barro o cerámica llevan los mismos insumos y las mismas temperaturas en su cocción. En este aspecto, recientemente los artesanos de Chulucanas están realizando varios experimentos por un lado, en los procesos productivos y por el otro, buscando nuevos inventos en hornos diseñados por ellos mismos para contaminar en menor medida el medio ambiente.

En la cocción de los productos artesanales, poco a poco se han ido diseñando hornos más funcionales y menos contaminantes tanto de leña como los de uso de gas metano. En los primeros se ha dejado de utilizar troncos gruesos de madera de algarrobo por desperdicios del mismo árbol como ramas delgadas por considerar que estas contaminan menos. En el segundo, se utiliza ahora un gas especial llamado metano, el cual origina menos efectos contaminantes al medio ambiente.

Para la elaboración de los hornos que hoy se experimentan en Chulucanas, se requiere de ingenio, saberes, habilidades y desde luego especialización; características que solo podemos encontrar en los artesanos de esta localidad.

Finalmente, ponemos como ejemplo el horno recientemente inventado por Gerónimo Sosa (destacado artesano de La Encantada), el cual se utiliza para la técnica del ahumado: una vez que se encienden las hojas de mango y estas empiezan a soltar el humo, este es disminuido al pasar por el área del carbón encendido, disminuyendo considerablemente los gases contaminantes que tenderían a dispersarse en el aire.

CONCLUSIONES.

La artesanía de Chulucanas, es un claro ejemplo de cómo esta actividad se ha ido adaptando paulatinamente a los cambios competitivos ante un contexto de globalización cada vez más homogéneo y adverso.

En base a los resultados obtenidos del instrumento metodológico aplicado (cuestionario), podemos afirmar que en Chulucanas los talleres artesanales ceramistas, consideran que el factor innovación, capacitación, asociatividad y la tecnología, son todos ellos un factor relevante de competitividad.

Sobre los 4 factores, la innovación juega un factor estratégico de suma importancia por abarcar varios aspectos como la adecuación de productos, a través de la mejora de los productos, como los diseños, ya sea utilizando nuevos materiales o adecuando sus procesos productivos mediante la adquisición de maquinaria y equipo a través del CITE Cerámica.

Un aspecto muy importante que arroja la investigación fue el hecho de que los artesanos inscritos en el CITE buscan y han recibido algún tipo de capacitación y orientación para realizar innovaciones. Esto deja en evidencia que sus talleres artesanales han sido objeto de mejoras vía innovaciones, lo que los hace más competitivos y vanguardistas en cuanto a los requerimientos del mercado.

De esta manera, las innovaciones de los artesanos están enfocadas básicamente desde el proceso productivo hasta el producto. Dichas innovaciones resultan ser estratégicas, porque los artesanos realizan una mejora continua mediante diseños exclusivos que se hacen en base a peticiones hechas por los clientes pero manteniendo una identidad nacional y cultural en cuanto a diseños y lo manual.

Es evidente entonces, que la mejora y el perfeccionamiento en la línea productos, además de ofrecer diseños a la medida de los clientes, es un riesgo que las microempresas artesanales han corrido con el afán de conquistar nuevos nichos para mantener su competitividad en el mercado. De no hacerlo, tal vez muchas ya hubieran desaparecido.

Los artesanos están consientes de que el mantener la tradición en la producción de sus bienes, es una necesidad que deben cumplir para preservar las artesanías como un legado que por mucho tiempo las ha colocado en un lugar privilegiado, tanto a nivel nacional como internacional, sin embargo, también sienten la necesidad de estar en la vanguardia en los requerimientos que el mercado exige, por lo que el aspecto de la innovación, se constituye como factor estratégico que les ayuda a adecuar sus procesos productivos y de alguna manera a modificar algunas líneas de producción

conforme a la demanda del mercado.

Hoy, con las innovaciones que los artesanos han hecho en sus artesanías, podemos encontrar en Chulucanas un sector artesanal con identidad y modernidad, con artesanos mejor informados de lo que pasa en el mundo y en la industria a que se dedican, con productos que se acercan al gusto de los consumidores y todos ellos en constante capacitación.

BIBLIOGRAFÍA.

- Artecona, Raquel (Comp.), Jaramillo Baanante, Miguel y Néstor Valdivia, “Las políticas para el financiamiento de las PYMEs en el Perú”, en: *Apertura comercial y capacidades productivas. Estudio de casos*, Revista CEPAL-Colección Documentos de Proyectos. Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y Naciones Unidas. Santiago de Chile, Julio del 2008.
- Asociación de Mujeres Artesanas hacia el mundo, Mr. Apurimac, No. 469, Chulucanas, Perú.
- CITE Artesanía Ucayali, *Manual de Preparación de Pasta de Cerámica. Investigación para mejorar la calidad de la Artesanía Cerámica en Ucayali*, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección Nacional de Artesanía, Red de CITES de Artesanía y Turismo, República del Perú, 2009, Pp.47.
- CITE Artesanía Ucayali, *Investigación de Fibras de Cogollo de Caña Brava para la Artesanía Exportable en Ucayali*, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección Nacional de Artesanía, Red de CITES de Artesanía y Turismo, República del Perú, Lima Perú, 2009, Pp.39.
- CITE Cerámica Chulucanas, *Innovando para competir*, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección Nacional de Artesanía. Red de CITES de Artesanía y Turismo, República del Perú, Lima Perú, 2010.
- CITE SIPAN, *Catalogo de Productos Artesanales de la Región Lambayeque Innovados Tecnológicamente*, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección Nacional de Artesanía, Red de CITES de Artesanía y Turismo, República del Perú, Lima Perú, 2010, Pp.22.
- CITE SIPAN, *La Artesanía Textil en la Sierra de Lambayeque, Tecnología e Innovación*, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección Nacional de Artesanía, Red de CITES de Artesanía y Turismo, República del Perú, Lima Perú, 2009, Pp.111.
- CITE SIPAN, *Manual Iconográfico Sipan y la Cultura Mochica*, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección Nacional de Artesanía,

- Red de CITES de Artesanía y Turismo, República del Perú, Lima Perú, 2010, Pp.115.
- De la Fuente, María Del Carmen, Nolte, María Josefa, Núñez Rebas, Lucy y Roberto Villegas Robles, *Artesanía Peruana. Orígenes y Evolución*, Editorial Cuzzi y Cía., S.A, Lima Perú, 1992.
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEI), República del Perú, 2011.
- Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal y su Reglamento, Decreto Supremo No. 008-2010, Publicado en Normas Legales de EL PERUANO del día miércoles 17 de marzo del 2010, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, República del Perú, Lima Perú, 2010. Pp. 29.
- Premio Nacional MAUTAS de la Artesanía Peruana, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dirección Nacional de Artesanía, Primera Edición, República del Perú, Lima Perú, 2010. Pp. 69.
- Ruiz Durand, Jesús, *Toro, Torito de Pucará. Galería de Estudios*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Primera Edición, Lima Perú, 2010.
- Red de CITES, *Centro de Innovación Tecnológica. Innovando para Competir*. Despacho Viceministerial de MYPE e Industria, Ministerio de la Producción, República del Perú, Lima Perú, 2010.
- Ravines Rogger y Fernando Villiger, *La Cerámica Tradicional del Perú*, Primera Edición, Editorial Los Pinos E.I.R.L., Lima, Perú, 1989. Pp. 248.