

Análisis sobre espacios de comercialización de artesanías en la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana

Analysis of marketing spaces of crafts in the city of Cúcuta and its metropolitan area

^aErika Perdomo-Díaz
^bIngrid León-Rodríguez
^cDaniel David Minorta-Soto
^dLiana Carolina Ovalles-Pabón

Resumen

Este artículo de investigación profundiza en la importancia de tener espacios artesanales culturales para la comercialización en el departamento Norte de Santander, para fomentar el turismo de la región y fortalecer así los escenarios turísticos de la ciudad de Cúcuta. La investigación es descriptiva y se realizó a través de análisis del mapeo de las zonas de comercialización de los productos artesanales en la Ciudad de Cúcuta y la identificación de los escenarios actuales de los procesos de esta economía. Los resultados del estudio muestran que las zonas de comercialización se encuentran dispersas, que no hay una concordancia para las visitas turísticas que pudiera tener la zona y que existe falta de apoyo gubernamental para este sector.

Palabras clave: arcilla, artesanías, comercialización, costumbres, turismo.

Abstract

This research article deepened the importance of having cultural craft spaces for marketing in the department of Norte de Santander, to promote tourism in the region and thus strengthen the tourist scenarios of the city of Cúcuta. The research is descriptive and was carried out through analysis of the mapping of the marketing areas of handicrafts in the City of Cúcuta and identification of the current scenarios of the processes of this economy. The results of the study show that the commercialization zones are dispersed, that there is no agreement for the tourist visits that the zone could have and that there is a lack of governmental support for this sector.

Keywords: clay, crafts, marketing, costumes, tourism.

^a Estudiante de Hotelería y Turismo, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte - FESC, ee.perdomo@fesc.edu.co

^b Estudiante de Hotelería y Turismo, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte - FESC, il.leon@fesc.edu.co

^c Estudiante de Hotelería y Turismo, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte - FESC, dd_minorta@fesc.edu.co

^d Docente, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte - FESC, lc_ovalles@fesc.edu.co

1. Introducción

La cultura tradicional de los pueblos tienen raíces que ayudan a sustentar los espacios turísticos, las cuales permiten mejorar las economías de los pueblos. Estas comunidades artesanales han pasado por generaciones sus conocimientos y siguen fortaleciendo su cultura por medio de la difusión de sus artesanías que llaman la atención de los visitantes de este sector en el Norte de Santander. Por su parte Cabezas (2002) señala que:

La cultura es el contexto general en que se desarrolla la actividad turística, en cualquier clase de turismo que se realiza siempre hay un tipo de contacto con la cultura receptora, contacto que se incrementa a medida que el patrimonio, las costumbres y las actividades de las comunidades rurales y urbanas se asumen como recurso para el despliegue de actividades turísticas. (s/p).

Según (Barjolle & Vandecandelaere 2012, citado por Sánchez et al., 2016) señala que “los productos de calidad vinculada al origen (o con identidad territorial) son productos que se diferencian de sus pares por su identidad local y su tipicidad, como resultado de su vínculo al terruño”.

Aquí se evidencia la importancia de la cultura en el desarrollo económico; debilidad en la cual está inmersa la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana, que esconden la problemática de la carencia de los espacios o lugares artesanales donde los diseñadores puedan expresar mediante representaciones artesanas un poco de lo que fue y sigue siendo la cultura de nuestros antepasados. El fomento de apoyos para capacitaciones permitirá que cada artesano muestre sus capacidades mediante la creatividad, así mismo generar mecanismos de mercado que agreguen valor a las artesanías de los municipios de Villa del Rosario, Cúcuta, Los Patios, entre otros, se verán representativamente reflejados en la economía de la región.

Según Rueda (2010) “Uno de los tantos problemas que afronta la economía mundial es la falta de

empresas eficientes y con capacidad competitiva”, los artesanos de la región deben expandir sus horizontes para convertirse en microempresas que comercialicen sus productos fuera de su círculo social y obtengan una estabilidad comercial y se logren posicionar dentro del contexto regional. En este orden de ideas y con la intención de hacer un análisis a la comercialización se debe tener en cuenta que si se hace una disminución del activo se incrementará la rentabilidad potencial. Si se pueden reducir las inversiones de la empresa en activo circulante, sin dejar de apoyar de manera adecuada la producción y las ventas, aumentará el RSI. (Riaño, 2014, p.88).

Uno de los artesanos de la región expresó que “la idea es dejar de competir entre nosotros mismos y mirar nuevos horizontes donde podríamos llegar con nuestro talento” (La Opinión, 2016), según La Opinión (2017), las capacidades están presentes en las personas que caracterizan la calidad de la mano de obra. “Los artesanos de Norte de Santander se destacan por su creatividad a la hora de elaborar piezas con finos acabados, que marcan tendencia en la región y el país”(s/p), pero ante esta situación no existen lugares donde comercializarlos y los pocos que existen recurren a la venta en sus hogares; ésta situación afecta la economía de las familias que obtienen el sustento, de la venta de artesanías por no tener espacios adecuados para su comercialización, ante esto surgen ciertas preguntas: ¿Cuáles serán las causas y las características de la poca comercialización de productos de artesanía en Cúcuta Norte de Santander?, por ello, el propósito de este trabajo es analizar las causas y las características de la poca comercialización de productos de artesanía en Cúcuta Norte de Santander por medio del análisis de mapeo de la zona de comercialización.

2. Materiales y métodos

El diseño metodológico utilizado fue el descriptivo que según señala Hernández y Batista (2006), basado en la postura cualitativa, documental, “describe situaciones o eventos, es decir como son y cómo se comportan determinados fenómenos” (p 44).

3. Resultados y discusión

Se procedió a realizar el pimapo de los lugares de comercialización de las piezas de artesanía para la posterior descripción contextualizada de las diferentes zonas. (Figura 1).



Figura 1. Mapeo de ubicación preliminar de principales de sitios de comercialización de artesanías

Dentro de las ubicaciones donde se comercializan los productos artesanales se evidencia que están: las Mercedes, Barrio la merced, Villa del Rosario, Cenabastos, el Trigal Norte, y Tarcoa. En este contexto se aprecia que las ventas de artesanías se encuentran dispersas y que no se centran en lugares llamativos para los turistas que son los potenciales compradores de estos productos. Así mismo el diario La Opinión (2016) señaló que “Es la primera vez que el departamento va a llevar a sus artesanos a exposiciones nacionales”, esto demuestra la falta de apoyo de los entes gubernamentales en la gestión de las ventas de artesanía en la zona, aunado a esto la gobernación hasta el año 2017 se preocupó por apoyar a los artesanos con zonas de comercialización para impulsar esta economía, sabiendo que ya tenía años estancada y sin evolucionar para mejorar la economía de las familias y por ende de la región.

En la figura 2 y 3 se presenta la clasificación de la materia prima para la elaboración de artesanías

y las principales regiones de donde extraen los materiales.



Figura 2. Clasificación materia prima utilizada para la elaboración de artesanías.

Fuente: Artesanías Colombia.



Figura 3. Principales regiones donde se extraen los materiales

Fuente: Artesanías Colombia

En Cúcuta, las artesanías más vendidas según un estudio exploratorio informal son el bejuco y la arcilla, materias primas que se encuentran en cantidad en el departamento Norte de Santander se encuentran materias primas en cantidad para el manejo y elaboración de productos netamente norte santandereanos, Se puede observar también un alto índice de exportaciones que Colombia ha tenido durante años, eso deja saber que Colombia tiene una muy buena mano de obra para así seguir mostrando que en el departamento los municipios más potenciales con estos materiales son La Playa de Belén, Salazar, Cúcuta, Cacota. (Figura 4 y 5).



Figura 4. Artesanías en bejuco



Figura 5. Artesanías en arcilla

4. Conclusiones

Las artesanías son un producto significativo que permite dar a conocer la cultura de los pueblos y el origen de los antepasados, por ello es de gran valor comercializar estos productos para que nunca se extingan las costumbres que tienen cada pueblo y la región.

De la misma manera las zonas comerciales de Norte de Santander, específicamente Cúcuta deben tener un cambio en la comercialización que realiza, la

cual recientemente viene siendo atendida por parte de la gobernación del departamento; así mismo dicha comercialización se debe direccionar en sentidos estratégicos para potencializar la economía, que puede darle a la zona grandes beneficios económicos y proyectar la cultura de la población.

5. Referencias

Cabezas (2002) la cultura y el turismo como medios de desarrollo socioeconómico. Recuperado de: <http://www.oei.es/historico/cultura/culturamhmejia.htm>

Diario La Opinión (2016). Enfilan esfuerzos para apoyar el sector artesanal. Recuperado de: <http://www.nortedesantander.gov.co/Noticias-Gobernaci%C3%B3n-Norte-de-Santander/Token/Info/ArticleID/5954>

Diario La Opinión (2017). Artesanos de Norte de Santander buscan ampliar su mercado. Recuperado de: <https://www.laopinion.com.co/cultura/artesanos-de-norte-de-santander-buscan-ampliar-su-mercado-134060#OP>

Hernández y otros (2006) Metodología de la investigación científica. Editorial Mc Gregor.

Riaño, M. (2014). Administración del Capital de Trabajo, Liquidez y Rentabilidad en el Sector Textil de Cúcuta, Periodo 2008-2011. Respuestas, 19(1), 86-98.

Rueda, G. (2010) Factores que afectan el desempeño financiero de las empresas del sector de las confecciones textiles de Cúcuta. Respuestas, 15(1) 13-18.

Verjel, S. (2016). La cebolla ocañera, un producto ligado a la historia, tradición y cultura de un pueblo. Mundo Fesc, 12, 74 - 85.