



ÍNDICE UNESCO

ARTESANÍA - TURISMO

París, mayo de 2004

Informe elaborado por el Sr. Dominique Bouchart, Consultor

Sección de Artes, Artesanía y Diseño

División de Artes e Iniciativas Culturales

Las distintas reuniones de expertos dedicadas al fomento de la artesanía ponen de manifiesto la falta de datos sobre las compras de productos artesanales por parte de los turistas. Este hecho se confirmó una vez más en el Simposio Internacional sobre Artesanía y Mercado Mundial, organizado en 1997 por la UNESCO y el Centro de Comercio Internacional (UNCTAD/OMC).

Estos datos revisten una gran importancia no sólo para conocer mejor las repercusiones culturales y socioeconómicas del sector artesanal, sino también para ayudar a los responsables de este sector a determinar cuáles son las prioridades en materia de formación, producción y promoción.

Para ello, la UNESCO ha adoptado las siguientes iniciativas:

- Difundir en 2001 un cuestionario entre los Estados Miembros (véase el Anexo 1).
- Organizar en 2002 un Taller internacional sobre el acopio de datos relativos a la artesanía y el turismo (véase el Anexo 2).
- Difundir en 2003 un cuestionario para elaborar un índice UNESCO de gasto diario en productos artesanales por turista (véase el Anexo 3).

En este informe elaborado por el Sr. Dominique Bouchart, experto en fomento de la artesanía, se presenta una síntesis de los datos obtenidos en las respuestas a los dos cuestionarios susodichos, así como una recomendación relativa a un proyecto piloto en cinco países de gran densidad turística, representativos de distintas áreas geográficas y culturales.

ÍNDICE DE MATERIAS

	<u>Página</u>
I - Introducción	1
II - Importancia de la artesanía en la economía nacional	2
III - Importancia de las compras de productos artesanales por parte de los turistas	4
IV - Análisis de la encuesta y recomendaciones	7
V - Recomendación para un proyecto piloto en cinco países	10

I - INTRODUCCIÓN

En su respuesta a la encuesta de la UNESCO, la Comisión Nacional Coreana resume perfectamente la actitud general de los Estados Miembros con respecto a la elaboración de un índice de gasto diario en productos artesanales por turista.

“Esta encuesta representa una contribución a la sensibilización del público a la importancia de las industrias culturales, especialmente en el campo de la artesanía, al mismo tiempo que contribuye a fomentar las industrias culturales de numerosos países y a proteger los tesoros mundiales de la diversidad cultural”.

Varios Estados han suministrado información muy completa sobre este tema, después de haber efectuado encuestas nacionales que pueden servir de ejemplo a los países que todavía no las han efectuado. Los resultados son patentes y permiten a los organismos encargados de la artesanía demostrar desde ahora mismo a las administraciones nacionales que se justifican plenamente sus peticiones de financiación para llevar a cabo programas de formación, mejorar el diseño de los productos, efectuar campañas de marketing y promoción, asesorar en materia de organización de la producción, o incluso crear sistemas de “microfinanciación” para los artesanos.

II - IMPORTANCIA DE LA ARTESANÍA EN LA ECONOMÍA NACIONAL

2.1 - Países industrializados

Algunos países industrializados otorgan mucha importancia a la artesanía. Por ejemplo, se estima que en Italia el 24% de las empresas son artesanales. En este país, los empleados del sector artesanal representan el 20% de los trabajadores del sector privado. Se calcula que son unos 100.000 los trabajadores artesanales que elaboran productos de alta calidad. Las exportaciones de productos artesanales italianos (sin contar las ventas a los turistas) representan el 17% del importe total del PIB.

Aunque la definición de la artesanía en Italia no corresponda forzosamente a la de otros países, las estadísticas anteriores demuestran la importancia que tiene el sector artesanal en un país industrializado.

Muchos países industrializados -europeos principalmente- tropiezan con dificultades para acopiar estadísticas sobre ese sector. A este respecto, la Comisión Alemana para la UNESCO destaca que una proporción muy considerable de los turistas que compran productos artesanales viajan en coche, tren o autobús, y no transitan por los aeropuertos, donde podrían ser encuestados más fácilmente.

2.2 - Países en vías de desarrollo

El caso de Colombia

Colombia constituye un buen ejemplo de país en desarrollo que concede gran importancia al sector artesanal. En este país, el número de artesanos que trabajan a tiempo completo es casi igual al de los que ejercen una actividad artesanal a tiempo parcial: 210.000 y 190.000, respectivamente. Los que trabajan a tiempo parcial dedican casi la mitad de su tiempo de actividad a la artesanía. La producción de objetos artesanales representa unos 400 millones de dólares y procura a los artesanos ingresos que oscilan entre 140 y 510 dólares mensuales. Por otra parte, cabe señalar que las exportaciones de esos objetos (sin tomar en cuenta las ventas a los turistas) ascienden a 40 millones de dólares.

Los 650.000 turistas que visitan Colombia cada año generan ingresos por valor de 800 millones de dólares. La venta de productos artesanales a estos turistas no sólo representa una actividad económica considerable en la que participan 2.000 tiendas de venta al por menor y 400 empresas de venta al por mayor o a la exportación, sino que además da trabajo a 800.000 personas. La importancia que reviste la venta de esos productos demuestra claramente que en el sector de la artesanía no hay que limitarse a evaluar el número de artesanos. Colombia ha preparado un cuestionario de 10 páginas con 222 preguntas para hacer un inventario general de las actividades artesanales, que podría servir de modelo a otros países.

2.3 - Países en vías de desarrollo

El caso de Túnez

Túnez constituye un ejemplo de país dotado de un sector artesanal de mediana envergadura. El número de artesanos asciende a 300.000 -es decir, un 11% de la población activa- que en sus dos terceras partes trabajan a tiempo parcial (4 horas diarias por término medio). Su producción representa un 3,8% del PIB y suministra un ingreso de 2.400 dólares por familia (5 personas por término medio).

La principal actividad de los artesanos consiste en fabricar alfombras con materias primas importadas. Esta circunstancia pone de relieve que, la artesanía puede ser una actividad económica importante, incluso cuando no hay materias primas nacionales suficientes.

2.4 - Países pequeños

El caso de Letonia

Este país cuenta con una población de 2,5 millones de habitantes, de los cuales 8.000 son artesanos. Los 2 millones de turistas que lo visitan anualmente gastan aproximadamente 5,5 dólares diarios por persona en la compra de productos artesanales. Esto representa un ingreso de 20 millones de dólares anuales, partiendo de la base de que el promedio de días de estancia de un turista es de 1,8. Esto demuestra que es interesante efectuar estadísticas, incluso en un país relativamente pequeño como Letonia, para saber qué importancia tiene la artesanía nacional en las actividades turísticas. Las estadísticas letonas muestran que el promedio de ingresos que cada artesano obtiene del turismo asciende a 2.500 dólares por año, con lo cual ponen de manifiesto también la importancia socioeconómica del sector artesanal.

2.5 - Resumen de los resultados del Seminario de Fez (enero de 2002)

El taller internacional sobre el acopio de datos relativos a la artesanía y el turismo, que fue organizado por la UNESCO en Fez, agrupó a expertos de distintas regiones geográficas y culturales: Burkina Faso, Colombia, Francia, Grecia, Malasia, Marruecos, México y Tailandia.

En este taller se suministraron los siguientes datos estadísticos reveladores de la importancia económica y social de la artesanía.

<u>País</u>	<u>En dólares</u>	<u>Número de trabajadores</u>
Colombia	380.000.000	400.000
Malasia	490.000.000	13.500 familias (6-10 personas)
Marruecos	6.220.000.000	2.000.000
México	---	6.800.000
Tailandia	4.350.000.000	2.000.000

III - IMPORTANCIA DE LAS COMPRAS DE PRODUCTOS ARTESANALES POR PARTE DE LOS TURISTAS

3.1 - Resultados globales

Los resultados globales de la encuesta no son representativos a este respecto. En efecto, sus valores absolutos y relativos no son del plenamente fiables por los siguientes motivos:

- Por lo que respecta a los valores absolutos, las muestras de personas encuestadas no son representativas ni del número ni del reparto de la población turística.
- Por lo que respecta a los valores relativos, las encuestas se efectuaron en distintos momentos tomando como referencia la moneda nacional y, por lo tanto, no se pudieron obtener cifras en dólares susceptibles de comparación, ya que el valor el dólar fluctuó mucho durante el periodo considerado.

Por eso, las cifras de los gastos en productos artesanales por turistas se dan a título meramente indicativo. En algunos casos, esas cifras van acompañadas de una indicación acerca de los tipos de productos más comprados por los turistas.

<u>País</u>	<u>Gasto por turista en dólares*</u>	<u>Productos</u>
Burkina Faso	4,5	Textiles
Croacia	1,10	---
Ecuador	62,9	---
India	21	Joyas
México	35,29	Textiles
Nigeria	71	---
República de Corea	72	Joyas
Santa Lucía	28	---
Sri Lanka	11,25	---
Trinidad	30,08	---
Zambia	6,5	---

Se puede observar que los resultados son muy heterogéneos y que muchos países no contestaron a todas las preguntas formuladas. En el capítulo siguiente se volverá a abordar esta cuestión.

* Tipo de cambio al 16 de abril de 2004

3.2 - Ejemplo de un análisis detallado en Burkina Faso

Burkina Faso es uno de los países que efectuó el mayor número de encuestas. Los resultados de éstas se pueden utilizar para definir una política de fomento de la artesanía en el plano nacional, aunque la muestra utilizada no sea estadísticamente representativa de la población turística.

3.2.1 - Gastos en productos artesanales

Los gastos efectuados por los turistas en Burkina Faso podrían permitir una comparación de este país con los demás Estados del continente africano y los de otras regiones del mundo. De hecho, los turistas gastan más en productos artesanales que en otros artículos, debido a la falta de productos sumamente elaborados con precios interesantes respecto a su calidad. Por consiguiente, lo más fácil sería fijarse objetivos y elaborar listas de nuevos productos artesanales en función de lo que interese a los turistas.

3.2.2 - Productos comprados

Según la encuesta, y en función del interés de los turistas por los distintos productos, la clasificación de éstos es la siguiente:

Los artículos textiles son los productos artesanales que más compran los turistas en Burkina Faso, y representan el 21% de las ventas. En su mayoría son cotonadas tejidas, “bazins” teñidos, bogolanes y batiks. Esa última cifra es interesante porque las estadísticas globales de ventas venían refiriéndose hasta ahora a los compradores en su conjunto, comprendidos los autóctonos, y no se sabía que los turistas representaban una parte importante de los compradores de productos textiles. Por consiguiente, sería conveniente conceder importancia a estos artículos en las campañas de promoción de la artesanía dentro del país y en el extranjero. Al parecer, esto no se hace actualmente. También sería necesario fomentar la creación de artículos textiles que interesen especialmente a los turistas, por ejemplo, bolsos de diversos tamaños, mantelerías y colchas.

La bisutería se sitúa inmediatamente después de los productos textiles y representa una cuota de mercado de un 17%. Se trata de adornos de fabricación local hechos con cuero, plata, huesos de frutas y otros materiales. Las autoridades locales deberían fomentar esta actividad, prestando sobre todo atención a tres aspectos:

- Las materias primas. Sería necesario facilitar su importación en régimen aduanero de importación temporal, porque en definitiva volverían a reexportarse en forma de productos acabados. Gracias a este régimen de desgravación su precio sería asequible para los artesanos y aumentaría su margen de ganancias.
- El diseño constituye un factor primordial para incrementar las ventas. El potencial de éstas y la calidad de la producción aumentarían estableciendo nexos entre los artesanos locales y los medios internacionales del diseño por conducto de centros de documentación, sesiones de formación profesional con asistencia técnica de expertos, facilitación de obras y revistas especializadas, etc.
- La promoción de la producción artesanal. Esta promoción debería efectuarse con folletos, artículos publicitarios en la prensa nacional e internacional, exposiciones en ferias especializadas de países extranjeros, sitios Internet para realzar el valor de los productos, etc.

Los objetos de madera ocupan el tercer puesto y representan un 11% de la cuota de mercado, pese a que en los comercios al por menor estos artículos se exponen más que los dos tipos de

productos más vendidos. Sería deseable que se adaptase la producción y presentación de los artículos de madera en función del interés de los clientes, es decir que se fabricasen y expusiesen a la venta objetos de dimensiones más reducidas y más fácilmente transportables, tal como desean los turistas. La encuesta pone de relieve que los “djembés” (tamtan) son objetos especialmente apreciados por la clientela joven aficionada a la música. Este artículo está cobrando tanta importancia que se podría prever protegerlo con una marca y una denominación de origen, a fin de reservarse el derecho exclusivo de fabricación y propiedad industrial, lo cual permitiría controlar su calidad y venderlo a un precio más elevado.

La UNESCO estaría en condiciones de contribuir a la consecución de una medida de protección de este tipo, que en la actualidad abarca los productos artesanales culturales, mientras que antes se aplicaba exclusivamente a los vinos, quesos y otros productos alimentarios.

Por otra parte, la calidad de la madera debería adaptarse a los productos. Por ejemplo, para fabricar pequeños objetos de recuerdo no tendrían que utilizarse esencias duras de crecimiento lento y costo elevado, sino maderas de crecimiento rápido y baratas.

Entre los productos que atraen a los turistas, los fabricados con bambú y otras fibras naturales ocupan el cuarto puesto y representan un 5% de la cuota de mercado. A diferencia de otros países en los que la artesanía de este tipo de fibras está desarrollada y representa una partida muy importante de las ventas turísticas, Burkina Faso carece de productos de calidad de este tipo y, además, su consumo es más bien de carácter local.

La mejora de la fabricación de productos hechos con bambú y fibras naturales sería posible con una asistencia técnica que permitiese fabricar productos más solicitados por los turistas, es decir, más fácilmente plegables y transportables, con más colorido y más prácticos. El éxito logrado en Madagascar en este ámbito constituye un ejemplo digno de ser imitado.

Los productos de cuero ocupan el quinto puesto y representan un 5% de las ventas a los turistas. La clientela compra la marroquinería de Burkina Faso por su diseño original. Sin embargo, si la calidad de la curtiembre sigue siendo tan imperfecta como hasta ahora, ese porcentaje de ventas disminuirá automáticamente. De hecho, la clientela está acostumbrada a una calidad de cuero superior a la existente en Burkina Faso, que se está apartando cada vez más de las normas internacionales. La experiencia de la India, ha demostrado que la mejora de la calidad de la curtiembre y la conservación de los procedimientos artesanales han permitido aumentar considerablemente las ventas de los productos de cuero de este país.

IV - ANÁLISIS DE LA ENCUESTA Y RECOMENDACIONES

4.1 - Observaciones generales sobre los resultados de la encuesta

Es interesante examinar cómo se ha llevado a cabo la encuesta en los Estados Miembros, no para fines críticos sino con vistas a mejorar, la preparación, utilización y tratamiento de los cuestionarios en futuras encuestas.

En primer lugar, cabe señalar que en muchos países la comunicación entre los diferentes ministerios relacionados con la artesanía no es tan eficaz como debiera ser. Además, la administración encargada del fomento del turismo suele considerarse ajena a las preocupaciones de la que tiene encomendada la artesanía. Aun cuando la administración del turismo es perfectamente consciente de la importancia de los ingresos provenientes de la artesanía, tiende a tratar este fenómeno sin concertarse con la administración encargada de la artesanía. Por ejemplo, en Marruecos o en Tailandia, donde esos ingresos de dólares suponen miles de millones, el cuestionario para establecer el índice UNESCO de gasto diario en productos artesanales por turista, fue utilizado en primer lugar por las administraciones del sector turístico que son las que disponen actualmente de datos al respecto. Ahora bien, parece ser que estas cifras no se transmitieron a las administraciones encargadas de la artesanía, dado que los ministerios respectivos tienen pocas oportunidades de colaborar. De ahí la necesidad de contar con los contactos personales entre unos y otros para crear una conciencia común de la importancia que reviste la utilización de esos datos para el interés general del país.

4.2 - Detalles de las respuestas a la encuesta

El cuadro que figura a continuación da una idea general de las respuestas:

País	Número de respuestas	Porcentaje respuestas sin el número de días	Utilización del cuestionario relativo a la economía	Suministro de estadísticas relativas al turismo	Estadísticas no disponibles (carta informativa)
Burkina Faso	53	15			
Chipre	0				X
Colombia	0		X		
Congo	0			X	
Croacia	0			X	
Ecuador	0			X	
Egipto	0		X		
Haití	0				X
India	33	40		X	
Italia	0			X	

País	Número de respuestas	Porcentaje respuestas sin el número de días	Utilización del cuestionario relativo a la economía	Suministro de estadísticas relativas al turismo	Estadísticas no disponibles (carta informativa)
Letonia	0			X	
Lituania	0				X
Malta	0				
México	61	18			
Nigeria	1				
Portugal	0			X	
República de Corea	25	50			
Santa Lucía	0				
Sri Lanka	25				
Trinidad	0		X		
Zambia	22				

4.3 - Observaciones y recomendaciones relativas a los diferentes aspectos de la encuesta

4.3.1 - Organismo encargado de la encuesta

Habida cuenta de lo anterior, sería preciso que las próximas encuestas en el plano nacional se lleven a cabo con la participación activa de todas las autoridades relacionadas con el turismo y la artesanía, así como de personas y entidades que trabajan en ambos sectores.

A lo largo de la encuesta se pudo comprobar que los organismos responsables de la artesanía habían respondido a los cuestionarios con respuestas más completas que los encargados del turismo. Esta comprobación no es sorprendente y demuestra claramente la necesidad de que ambos sectores colaboren más estrechamente, ya que la artesanía, en este caso preciso, forma parte integrante del turismo. Esta colaboración podría ser tanto oficial como extraoficial.

4.3.2 - Categorías de productos que se tomaron en cuenta

La mayoría de los países se refirieron a las “compras” de los turistas de manera general, sin mencionar específicamente la artesanía. En efecto, esas “compras” abarcan los regalos, recuerdos, artículos exentos de impuestos, artículos de higiene personal, medicamentos y servicios médicos, películas y productos alimentarios.

Gracias a la UNESCO y a sus actividades a nivel mundial en favor de la artesanía, los productos artesanales -que representan una fuente de ingresos tan importante- han empezado a figurar como partida independiente en la lista de compras de los turistas en muchos países, por ejemplo Tailandia y Trinidad y Tobago.

4.3.3 - Muestreo de la encuesta

No cabe duda de que en todos los países el número y la distribución de los turistas encuestados fueron inferiores a las normas necesarias para realizar un estudio significativo, lo cual falsea los resultados. Por ejemplo, en Sri Lanka habría bastado con interrogar a un número de turistas japoneses superior al de las otras nacionalidades para que aumentasen las cifras de compra de joyas de oro.

4.3.4 - Encuestadores

Para lograr que un cuestionario se rellene como es debido, los encuestadores no deberían contentarse con entregar el formulario a los encuestados y luego recogerlo, sino que deberían mantenerse a su disposición para ayudarlos, explicándoles las preguntas y asesorándoles para que formulen respuestas exactas y significativas. Esto contribuiría a que se obtuviesen respuestas a todas las preguntas esenciales para poder realizar un estudio lo más completo y útil posible.

4.3.5 - Cuestionario

El cuestionario constaba de una sola página y pareció convenir perfectamente a las exigencias de las personas interrogadas que, por regla general, no aprecian los interrogatorios largos. Obviamente, sería posible agregar preguntas adaptadas a cada país, pero es importante ponerse en el lugar de los encuestados que pueden desentenderse de responder al cuestionario por falta de tiempo o paciencia. Además, sería conveniente que las preguntas planteadas incitasen a formular respuestas susceptibles de ser cuantificadas en los resultados estadísticos finales.

4.3.6 - Tratamiento local de los cuestionarios

Lamentablemente, la mayoría de los países enviaron a la UNESCO cuestionarios rellenos sin haberlos tratado, lo cual es fastidioso por varios conceptos:

- La presencia de cuestionarios inutilizables debido a la falta de algunas respuestas esenciales y la dificultad de subsanar esta carencia por la imposibilidad de hallarse sobre el terreno;
- El hecho de tratar las respuestas en el plano local permite a los países aprovechar los resultados *in situ* y comunicarlos a la UNESCO, en vez de esperar que la Organización trate los cuestionarios de todos los países, lo cual lleva mucho más tiempo y hace que la información obtenida se comunique con mayor retraso al país interesado;
- El tratamiento de los datos en cada país permite tomar las disposiciones necesarias para mejorar rápidamente la situación y adoptar las medidas inmediatas con las que se podría incrementar el volumen de ventas de los productos artesanales.

Por lo tanto, convendría que el tratamiento y los cálculos correspondientes se efectuaran en el lugar de la encuesta, según el procedimiento propuesto y recomendado por la UNESCO. De este modo, cada país podría hacerse rápidamente una idea del gasto diario en productos artesanales por turista, así como de los tipos de productos comprados por las diferentes nacionalidades que lo visitan y de los artículos en los que se debe mejorar la relación calidad – precio y el diseño, a fin de aumentar el volumen de ventas y atraer a los turistas. Además, esto permitiría comprobar la coherencia de los datos nacionales con respecto a las divisas utilizadas.

4.3.7 - Tratamiento del cuestionario

La última etapa de tratamiento del cuestionario debería efectuarse en la UNESCO para garantizar una armonización del conjunto de resultados y evitar que su tratamiento e interpretación varíen de un país a otro.

V - RECOMENDACIÓN PARA UN PROYECTO PILOTO EN CINCO PAÍSES

5.1 - Introducción

La artesanía es una forma de preservar la cultura propia de cada grupo humano. Se ha podido percibir mejor la importancia de este fenómeno económico y social, transmisible de generación en generación, en gran parte gracias a la UNESCO. En efecto, en un taller celebrado en enero de 2002 en Fez (Marruecos) bajo los auspicios de la Organización, se puso de manifiesto que en muchos países del mundo la artesanía es una fuente importante de ingresos y un sector que de trabajo a una buena parte de la población. Una encuesta realizada entre los organismos encargados de la artesanía en los Estados Miembros de la UNESCO ha demostrado que la venta directa de productos artesanales a los turistas aportaba al país más ingresos que los productos exportados. En Tailandia, por ejemplo, las ventas anuales a los turistas ascienden a 2 mil millones de dólares, una cifra superior al valor de las exportaciones del país. Sin embargo, cuando los países se refieren a las exportaciones, no mencionan la exportación paralela e igualmente importante que representa la compra directa de productos artesanales por parte de los turistas.

La UNESCO ha llevado a cabo una segunda encuesta entre los organismos encargados de la artesanía para determinar un índice de compras de esos productos por turista. Ese índice debería servir para incitar a los gobiernos y ministerios competentes a que apliquen políticas de fomento y desarrollo de este sector.

Esta encuesta ha suscitado una reflexión seria por parte de numerosas autoridades locales, que han empezado a crear bancos de datos relativos a este sector. Además, ha puesto de relieve los obstáculos técnicos y prácticos que es preciso superar para obtener datos fiables relativos al cuestionario estándar preparado por la UNESCO con una presentación sencilla. Esas dificultades atañen a la elaboración de la muestra de personas encuestadas, así como al procedimiento de encuesta y al análisis y síntesis de la información recabada.

Para que la labor emprendida sea fructífera, es imprescindible iniciar ahora un proyecto piloto perfeccionado en un país de cada una de las regiones geográficas que se caracterice por poseer una elevada frecuentación turística y una oferta artesanal muy importante. Basándose en estos criterios, se prevé recaudar fondos para iniciar el proyecto en estos cinco países: Senegal (África), México (América Latina), Filipinas (Asia), Túnez (Estados Árabes) y España (Europa).

5.2 - Objetivo

El objetivo del proyecto es lograr establecer, para cada país miembro, un índice UNESCO de gasto en productos artesanales por turista. Ese índice permitirá que los países dispongan de un elemento básico para elaborar una estrategia nacional de desarrollo de la artesanía y adaptar la calidad de los productos locales a las exigencias de los turistas -y de los mercados internacionales, por ende- con vistas a aumentar los ingresos generados por este sector y crear empleos para un segmento más amplio de la población.

5.3 - Ejecución del proyecto

La ejecución del proyecto comprenderá cinco fases:

5.3.1 - Fase 1: Selección de los jefes de proyecto en cada país

Esta fase es importante ya que la encuesta está destinada a varias administraciones nacionales, como el ministerio de turismo, el de desarrollo rural y el encargado de la artesanía, etc. Cada país

designará a un jefe de proyecto competente y experimentado que sea capaz de movilizar a las administraciones interesadas y colaborar estrecha y eficazmente con ellas a fin de garantizar el éxito del proyecto.

5.3.2 - Fase 2: Revisión del cuestionario y procedimiento para realizar la encuesta

El cuestionario utilizado anteriormente debería revisarse teniendo en cuenta los problemas que surgieron durante la encuesta. Paralelamente, deberían elaborarse estadísticas para determinar el muestreo más representativo de los turistas que son objeto del estudio, incluyendo los elementos siguientes:

- tamaño mínimo de la muestra con respecto al número y la calidad de los turistas recibidos en cada país;
- clasificación de los encuestados en función de su nacionalidad, edad, sexo, ingresos, etc.
- reparto de los encuestados a lo largo del año para tomar en consideración los cambios de estación.

El procedimiento de las entrevistas debería ser aplicable a todos los países: criterios y procedimiento de selección de los encuestadores, sus métodos de realización de entrevistas y el asesoramiento que deben prestar a los encuestados.

Además, convendría especificar la modalidad de tratamiento de los cuestionarios en el plano nacional para que los datos comunicados a la Sede de la UNESCO en París sean coherentes y claros.

A estos efectos, se organizará un taller destinado a los jefes de proyecto designados en la Fase 1. Cada uno irá acompañado de un adjunto que podrá desempeñar interinamente su puesto o reemplazarlo con carácter definitivo en caso de ausencia o de dimisión durante la encuesta, respectivamente.

5.3.3 - Fase 3: Realización de las encuestas nacionales

En cada país del proyecto piloto, la encuesta se debe llevar a cabo a lo largo de un periodo de 12 meses para que abarque así el conjunto del flujo turístico en las diferentes temporadas del año. Ahora bien, la UNESCO recibiría cada tres meses los tests de coherencia para que todas las dificultades que surjan se resuelvan a tiempo sin esperar a que la encuesta finalice.

5.3.4 - Fase 4: Análisis y síntesis preliminar

El análisis y la síntesis preliminar de todos los resultados se efectuarán en la Sede de la UNESCO en París. Luego, la Organización enviará a cada país sus resultados para que efectúe una última verificación y, si es necesario, los complementa antes de remitirlos de nuevo a la UNESCO.

5.3.5 - Fase 5: Síntesis general y publicación

La síntesis general de los resultados se efectuará en la Sede de la UNESCO en París. Irá acompañada de unas orientaciones para su utilización destinadas a todos los países miembros deseosos de elaborar un “Índice UNESCO de artesanía y turismo” (IUAT) que sirva de base para futuros proyectos y encuestas.

La síntesis y las orientaciones se compilarán en un libro que los servicios especializados de la UNESCO publicarán y distribuirán en todo el mundo.

5.4 - Participantes y duración del proyecto

5.4.1 - Fase 1

El responsable de la Sección de Artes, Artesanía y Diseño de la UNESCO se encargará de la ejecución de esta fase del proyecto en colaboración con el coordinador del mismo. Habida cuenta de la importancia de esta fase, uno de los dos responsables debería viajar a cada país del proyecto piloto para seleccionar a un jefe de proyecto local, cerciorándose de que sus aptitudes correspondan perfectamente a las exigencias y criterios de la labor que se ha de realizar. Esta fase durará un mes.

5.4.2 - Fase 2

Esta fase será ejecutada por un estadístico especializado en encuestas de población, en colaboración con el coordinador del proyecto. Ambos expertos deberían dedicar un mes de trabajo a la ejecución de esta fase. Su informe se examinará en un taller al que acudirán los jefes de proyecto nacionales y sus adjuntos (párrafo 5.3.2) para elaborar el cuestionario y determinar el procedimiento a seguir con la ayuda del coordinador y el estadístico. La preparación y realización de este taller durarán un mes y medio.

5.4.3 - Fase 3

Se puede considerar por término medio que una muestra de 500 entrevistados por país del proyecto piloto sería suficiente. Esta cifra puede ser más elevada en los países que reciben un gran número de turistas.

La encuesta durará 12 meses.

La gestión de la encuesta por parte de cada jefe de proyecto representará 4 meses de trabajo.

El análisis de los resultados trimestrales supondrá un mes de trabajo para el coordinador (una semana por resultado trimestral).

5.4.4 - Fase 4

Esta fase de análisis general y síntesis preliminar se dividirá en dos etapas:

- Análisis de los primeros resultados y formulación de las observaciones correspondientes;
- Examen de las respuestas de los países a esas observaciones.

Esta fase durará un mes y la ejecutarán conjuntamente el coordinador y la Sección de Artes, Artesanía y Diseño de la UNESCO.

5.4.5 - Fase 5

Esta fase dedicada a la elaboración de la síntesis general y a la redacción de las “Directrices para la creación del Índice UNESCO de Artesanía y Turismo” exigirá un mes de trabajo conjunto del coordinador con la susodicha sección de la UNESCO. El trabajo comprenderá la redacción final y la revisión de las pruebas de imprenta antes de la publicación.

5.5 - Duración de cada fase

Fase	Número de meses
1	1
2	1,5
3	12
4	1
5	1
Duración total de ejecución	16,5

5.6 - Estimación del costo

Fase	Objeto/Duración	Costo estimado en dólares estadounidenses
1	1 Coordinador / 1 mes + Misión técnica / 1 semana x 5 países	12.000
2	Estadístico / 1,5 mes + Coordinador / 1,5 mes + Taller de responsables nacionales / 1 semana	12.000
3	Entrevistas: 600 x 10 dólares x 5 jefes de proyecto 4 meses x 2.400 dólares x 5 países + 1 Coordinador / 1 mes	30.000 48.000
4	1 Coordinador / 1 mes	
5	Publicación + 1 Coordinador / 1 mes	6.000
	Coordinador internacional / 8 meses	96.000
Total		204.000 dólares

ANEXO 1

CUESTIONARIO PARA ESTABLECER EL ÍNDICE UNESCO DE GASTOS EN ARTESANÍA POR TURISTA POR DÍA

(Las partes no modificables, comunes a todos los países, son indicadas con un asterisco *; las otras, pueden ser adaptadas a la situación de cada país)

a comunicar a la UNESCO antes del 15 de octubre de 2002

PREGUNTA*:

En sus compras, sin incluir las profesionales o de negocios, podría usted por favor, estimar el monto que gastó en el país durante este viaje, para cada una de las siguientes categorías de productos hechos a mano:

CATEGORÍA DE PRODUCTOS	CANTIDAD	IMPORTE	MONEDA
1. Textiles: seda algodón lana otros			
2. Alfarería, cerámica			
3. Bambú, caña			
4. Madera			
5. Metal, joyería			
6. Fibra natural			
7. Cuero			
8. Papel, productos a base de papel			
9. Vidrio			
10. Materiales locales (indígenas)			
11. Combinación de materias primas, nuevos materiales			
12. Otros, incluye alimentos tradicionales y cosméticos			
IMPORTE TOTAL GASTADO*			

Características del encuestado:

- Nacionalidad o país de residencia :
- Número de días pasados en el país :
- Edad* : <25 años 25/35 35/45 45/55 55/65 >65 años
- Sexo* : F M
- Profesión:
- Ingresos familiares* :
 Medio más que la media alto, muy alto

Características del Encuestador:

- Día de la encuesta :
- Lugar de la encuesta* (precisar): aeropuerto puerto
 crucero vía terrestre

Firma

ANEXO 2



C I P A
Centro Internacional para la
Promoción de la Artesanía

**TALLER INTERNACIONAL
RELATIVO AL ACOPIO DE DATOS SOBRE
«ARTESANÍA Y TURISMO»**

**CIPA - Fez (Marruecos),
21 al 23 de enero de 2002**

INFORME FINAL

TALLER INTERNACIONAL RELATIVO AL ACOPIO DE DATOS SOBRE “ARTESANÍA Y TURISMO”

**(Centro Internacional para la Promoción de la Artesanía, CIPA –
Fez, 21 al 23 de enero de 2002)**

CONTENIDO

I INTRODUCCIÓN

II CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

III ADOPCIÓN DE LAS RECOMENDACIONES

IV INFORME RESUMEN DE TEMAS

1. Acopio de datos sobre la importancia social de la artesanía.
2. Acopio de datos sobre la importancia económica de la artesanía.
3. Acopio de datos sobre la importancia del turismo y sus efectos multiplicadores sobre la artesanía.
4. Constitución de un marco común para el acopio de datos.
El índice UNESCO Artesanía / Turismo.

- Anexos:**
1. Lista de participantes.
 2. Discurso del representante de la UNESCO en el acto de apertura del Taller
 3. Discurso del representante de la UNESCO en el acto de clausura del Taller
 4. Cuestionario UNESCO para el acopio de datos.

I. INTRODUCCIÓN

1. El Taller internacional, organizado por la UNESCO, relativo al acopio de datos sobre “Artesanía y Turismo”, se celebró del 21 al 23 de enero de 2002, en la sede del Centro Internacional para la Promoción de la Artesanía (CIPA), en Fez (Marruecos). Este taller reunió expertos de diferentes regiones geoculturales: Burkina Faso, Colombia, Francia, Grecia, Malasia, México y Tailandia (anexo lista de participantes)

2. En su discurso de apertura, el señor Indrasen Vencatachellum, representante de la UNESCO, resaltó el carácter innovador de esta reunión, dirigida a examinar por primera vez, los aspectos cuantitativos y cualitativos de los vínculos que unen el turismo y la artesanía. Con este propósito, el Señor Vencatachellum, invitó a los participantes a formular proposiciones realistas y concretas que permitan establecer con claridad, la importante y significativa contribución de la artesanía al desarrollo cultural, social y económico de los estados miembros de la UNESCO.

3. A continuación, los participantes eligieron como presidenta de la reunión a la señora Raja Fuziah (Malasia) y al señor Dominique Bouchart (Francia) como relator.

4. En base a las respuestas al cuestionario preliminar (anexo) y al documento de síntesis, elaborado por el Señor Bouchart, el taller examinó sucesivamente los temas siguientes:

- Acopio de datos sobre la importancia social de la artesanía.
- Acopio de datos sobre la importancia económica de la artesanía.
- Acopio de datos sobre la importancia del turismo y sus efectos multiplicadores sobre la artesanía.
- Constitución de un cuadro común para el acopio de datos. El índice UNESCO Artesanía / Turismo.

II. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

• ACOPIO DE DATOS SOBRE LA IMPORTANCIA SOCIAL DE LA ARTESANÍA

5. **Conclusión:** El cuestionario preliminar a la realización del taller demostró que algunos países disponen de estimaciones relativas al número de personas que trabajan en la artesanía. Por ejemplo, en los siguientes países:

Tailandia: 2 millones de personas

Marruecos: 2 millones de personas

México: 6,8 millones de personas

Algunos países como Malasia y Colombia han realizado estudios exhaustivos sobre este tema a través de los censos de población.

Estas cifras son indispensables en la aplicación de políticas eficaces para el desarrollo del sector.

Muchos países no disponen ni siquiera de estimaciones en ese campo. No saben cuántas personas viven de la artesanía a tiempo completo y menos aún, cuántas trabajan a tiempo parcial y cómo se utiliza ese tiempo.

Por otra parte, el taller puso en evidencia la existencia en todo el mundo de numerosas experiencias de desarrollo de la artesanía ligadas al turismo, las cuales han tenido un gran éxito a nivel cuantitativo.

6. **Recomendación:** Se recomienda a las administraciones nacionales encargadas de la artesanía, aprovechar mejor las experiencias de países como Colombia o Malasia, los cuales han estudiado la población artesanal en sus países, tanto desde el punto de vista de su localización, como en lo concerniente a la composición demográfica de las familias y sus especialidades. Todo país debe saber cuántas personas están implicadas en la artesanía y cuáles son las características de su trabajo, en particular, si trabajan a tiempo parcial y qué porcentaje de tiempo consagran a esta actividad.

Asimismo, el taller recomienda que las mejores experiencias realizadas en el mundo, para el desarrollo cuantitativo de la artesanía y del turismo, sean más conocidas. Al efecto, la UNESCO deberá publicar un documento que reúna estas experiencias, tales como: el pueblo de Mezovo en Grecia, el proyecto “Aldea Industrial para el Turismo” en Tailandia, la experiencia del FONART de México (relativa al contacto con los artesanos más alejados), las tejedoras de “Long House” en Sarawak, Malasia, etc.

• ACOPIO DE DATOS SOBRE LA IMPORTANCIA ECONÓMICA DE LA ARTESANÍA

7. **Conclusión:** El taller examinó los componentes de la importancia económica de la artesanía, con el objeto de disponer del conjunto de esos elementos y poder establecer una política de desarrollo del sector. Los principales componentes son: las exportaciones, las cuales son generalmente bien estudiadas por los servicios aduanales, y las compras por parte de los turistas. Estos elementos son por lo general ignorados a pesar de su importancia. En efecto, el cuestionario preliminar demostró que, en numerosos países, las compras de artesanía, por parte de los turistas, pueden ser más importantes que las exportaciones; no obstante, ellas no son tomadas en consideración. Los análisis realizados durante el taller demostraron que la artesanía contribuye, por ejemplo, en 4,55 mil millones de dólares US a la economía de Tailandia (población: 63 millones),

en 500 millones de dólares US a la economía de Malasia (población: 10,5 millones), en 300 millones de dólares US a la economía de Colombia (población: 38 millones).

8. **Recomendación:** En la determinación de las prioridades a considerar para el desarrollo económico de los países, los gobiernos deben tomar en cuenta todos los aspectos de la importancia económica del sector artesanal. Deben realizarse estudios particulares con las distintas instancias involucradas: con los servicios aduanales, para mejorar la definición de los productos artesanales, siguiendo las orientaciones del Centro de Comercio Internacional de Ginebra; con los servicios encargados del turismo, para conocer las compras de artesanía por parte de los turistas; y con los servicios encargados de la economía interna, para conocer mejor las compras de artesanía por parte de la población en general.

- **ACOPIO DE DATOS SOBRE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO Y SUS EFECTOS MULTIPLICADORES EN LA VENTA DE ARTESANÍA**

9. **Conclusión:** Las deliberaciones del taller demostraron que el desarrollo de la artesanía no se hace sentir únicamente a nivel de los aspectos que acabamos de examinar en las recomendaciones anteriores. El desarrollo de la artesanía tiene efectos mucho más profundos, e implica a muchas más personas, de lo que las precedentes cifras pudieran dejar suponer. En efecto, es necesario desde el principio, tomar en cuenta todos los componentes, a saber: (a) todos los que participan en la elaboración de las materias primas y en los equipos necesarios para la artesanía, (b) todos los que la transportan y la depositan, (c) todos los que la venden, comercios al mayor y al detal y las empresas que la exportan. Si solo tomamos en cuenta este último componente, encontraremos por ejemplo, en el caso de Tailandia, que más de 200.000 personas están implicadas en la actividad comercial al detal, lo que genera unos ingresos estimados en 350 millones de dólares US.

10. **Recomendación:** Para tener una visión completa de la importancia económica de la artesanía, se recomienda tomar en cuenta en todos los estudios que se realicen, la totalidad de los efectos multiplicadores del sector, tanto para el desarrollo rural como industrial. Deben ser analizados los siguientes elementos:

- contribución de la materia prima y del equipamiento;
- contribución del transporte y del depósito;
- contribución de las ventas al detal, al mayor y las exportaciones.

- **CONSTITUCIÓN DE UN MARCO COMÚN PARA EL ACOPIO DE DATOS. EL ÍNDICE UNESCO ARTESANÍA / TURISMO.**

11. **Conclusión:** Las recomendaciones precedentes suponen una mejor colaboración entre las administraciones de varios ministerios. Por ejemplo, entre los ministerios encargados de la artesanía, del turismo, del desarrollo rural, de asuntos sociales, de finanzas. Se trata por consiguiente, de una empresa esencial que debe ser considerada en una perspectiva de largo plazo. No obstante, el taller quiere llamar la atención sobre una colecta de datos que pueda ser realizada rápidamente, sin grandes medios financieros y que permita obtener herramientas indispensables para hacer más eficaces las políticas de desarrollo de la artesanía destinada a los turistas. Se trata de poner en practica un índice simple: el gasto promedio en artesanía por día, por cada turista. Por ejemplo, tal índice, calculado para Tailandia, muestra un gasto promedio de 20 dólares US por turista, por día, para compras de artesanía; en Singapur, es de 23 dólares US, y en Malasia, de aproximadamente 95 dólares US. A nivel internacional, el índice permite hacer comparaciones estimulantes y además, es una valiosa herramienta de decisión. Por ejemplo, permite ver cuales serían los efectos de la prolongación de la estadía de los turistas en relación con la creación de empleos en el sector artesanal. También ofrece la posibilidad de estudiar cómo aumentar los gastos

de los turistas en artesanía, mejorándola, y mostrando en que áreas actuar (adaptación de los productos, comercialización, promoción). Este índice puede ser obtenido fácilmente mediante encuestas realizadas a la salida del país (especialmente en los aeropuertos), con preguntas sencillas, centradas en la duración de la estadía y los gastos totales en artesanía. Estas encuestas han sido lanzadas en algunos países donde han demostrado ser de gran utilidad: Singapur, Hong Kong, Tailandia y Malasia. Cada país podrá mantener su propia definición de artesanía y adaptar las categorías de los productos mencionados, los cuales son simplemente recomendados.

12. **Recomendación:** El taller recomienda a los estados miembros iniciar a corto plazo estas encuestas con los turistas que salen del país, en base a un cuestionario modelo suministrado por la UNESCO, el cual comprende una parte fija, recomendada para todos los países, a fin de facilitar las comparaciones, y una parte que puede ser adaptada por cada país, de acuerdo a su situación particular.

El análisis de las encuestas permitirá publicar periódicamente el índice UNESCO de gastos en artesanía por turista por día, el cual servirá de referencia para disponer de mejores criterios de gestión del sector artesanal, de gran futuro.

La encuesta deberá ser distribuida a todos los Estados miembros de la UNESCO y las experiencias resultantes de su aplicación, deberán ser tomadas en cuenta en todas las reuniones de trabajo referentes a la artesanía a nivel regional y subregional.

**CUESTIONARIO PARA ESTABLECER EL ÍNDICE UNESCO
DE GASTOS EN ARTESANÍA POR TURISTA POR DÍA**

(Las partes no modificables, comunes a todos los países, son indicadas con un asterisco *; las otras, pueden ser adaptadas a la situación de cada país)

a comunicar a la UNESCO antes del 15 de octubre de 2002

PREGUNTA*:

En sus compras, sin incluir las profesionales o de negocios, podría usted por favor, estimar el monto que gastó en el país durante este viaje, para cada una de las siguientes categorías de productos hechos a mano:

CATEGORÍA DE PRODUCTOS	CANTIDAD	IMPORTE	MONEDA
1. Textiles: seda algodón lana otros			
2. Alfarería, cerámica			
3. Bambú, caña			
4. Madera			
5. Metal, joyería			
6. Fibra natural			
7. Cuero			
8. Papel, productos a base de papel			
9. Vidrio			
10. Materiales locales (indígenas)			
11. Combinación de materias primas, nuevos materiales			
12. Otros, incluye alimentos tradicionales y cosméticos			
IMPORTE TOTAL GASTADO*			

Características del encuestado:

- Nacionalidad o país de residencia :
- Número de días pasados en el país :
- Edad* : <25 años 25/35 35/45 45/55 55/65 >65 años
- Sexo* : F M
- Profesión:
- Ingresos familiares* :
Medio más que la media alto, muy alto

Características del Encuestador:

- Día de la encuesta :
- Lugar de la encuesta* (precisar): aeropuerto puerto
 crucero vía terrestre

Firma

III. ADOPCIÓN DE LAS RECOMENDACIONES

13. Las recomendaciones del Taller Internacional para el acopio de datos sobre “Artesanía y Turismo” fueron adoptadas en la ceremonia de clausura (23 de enero 2002), presidida por el señor Ahmed Lahlimi Alami, Ministro de la Economía Social, de las Pequeñas y Medianas Empresas y de la Artesanía del Reino de Marruecos.

14. En su intervención (anexa), el señor Indrasen Vencatachellum expresó la satisfacción de la UNESCO por los resultados concretos y precisos del encuentro, los cuales permitirán determinar mejor la importancia cultural, social y económica de la artesanía. El representante de la UNESCO aseguró una larga difusión de las recomendaciones adoptadas ante todos los sectores involucrados: poderes públicos, sociedad civil, organizaciones regionales, internacionales, gubernamentales y no gubernamentales.

15. Por su parte el Ministro encargado de la artesanía, agradeció a la UNESCO por esta iniciativa, la cual se inscribe en el marco de interés de su Majestad el Rey Mohamed VI, y del gobierno de Marruecos, por la artesanía y el turismo. Felicitó a los participantes por la pertinencia de sus conclusiones y recomendaciones, y afirmó su entera disposición de hacer realidad, lo más pronto posible, las encuestas para determinar el índice UNESCO de gastos en artesanía, por turista, por día.

IV. INFORME RESUMEN DE TEMAS

• ACOPIO DE DATOS SOBRE LA IMPORTANCIA SOCIAL DE LA ARTESANÍA

16 **Tailandia:** La importancia social de la artesanía puede, en primer lugar, calcularse en base al número de personas empleadas en el sector. Dado que no se ha realizado un estudio completo en el país, nos basamos en estudios parciales provenientes de diferentes organizaciones.

Una encuesta reciente, llevada a cabo bajo el patronato del Centro de Comercio Internacional, en agosto del 2001, analizó los principales campos de actividad en el sector, pero sin presentar un cuadro completo. Estos son los resultados:

	<u>Número de personas</u>	<u>Millones de dólares US</u>
Textiles	600.000	1,8
Joyería en oro y plata	20.000	90
Cerámica	6.000	6,7
Papel	1.200	1,7
Madera	<u>800</u>	27,2
Total	628.200	

Al parecer, estas cifras no tienen en cuenta otros campos de actividad menos importantes, igualmente susceptibles de generar empleos (como la cestería, la fabricación en acero inoxidable, recuerdos, etc).

Por otra parte, según un estudio dirigido por la “Thailand Development Research Institute Foundation” (Instituto Tailandés de Investigación y Desarrollo), en marzo 2000, el número total de activos se elevaba a 30 millones de personas, de las cuales 20 millones estarían empleadas en el “sector informal”. El 25 de noviembre del 2001, una reunión gubernamental dedicada a “disminuir la pobreza”, estimó que cerca del 10 % de esos activos trabajan en la artesanía, cifra que comprende los trabajadores a tiempo completo y a medio tiempo.

En consecuencia, Tailandia cuenta en promedio con dos millones de artesanos, de los cuales quizás la mitad, puede considerarse como trabajando a tiempo completo.

17. **Malasia:** Según un estudio sobre la artesanía de Malasia (Malaysian Craft Industry, Study 2002), el país cuenta con 3.700 productores a tiempo completo, los cuales pueden emplear, cada uno, más de una persona. Los ingresos promedio de los artesanos se elevan a 500 \$US por mes.

Es necesario agregar a estas cifras, los trabajadores a tiempo parcial (cerca de 4 horas por día, 40 a 42 semanas al año). 13.546 familias están involucradas en el trabajo a tiempo parcial en la artesanía. Cada familia comprende 6 a 10 artesanos y cada una obtiene en promedio un ingreso de 6.000 \$US al año

18. **Colombia:** Artesanías de Colombia posee cifras precisas sobre el número de artesanos que trabajan en el país:

- Artesanos a tiempo completo	185.000
- Artesanos a tiempo parcial	<u>164.000</u>
Total	350.000

Los artesanos a tiempo parcial trabajan en promedio 6 horas por día, 24 semanas al año, lo que representa 47% de su tiempo de trabajo. Sus ingresos promedio varían entre 130 y 520 por mes.

Según el Censo Económico Nacional para el Sector Artesanal, 87.000 familias viven de la artesanía, al menos como ocupación a tiempo parcial. Esas familias se componen del padre, la madre, un hijo y uno o dos ayudantes. 18% de su tiempo anual es dedicado a la artesanía. Sus ingresos promedio son de 130 \$US por mes.

19. **Marruecos:** El Ministro encargado de la artesanía, evaluó el número de personas que practican una actividad artesanal, en 20% de la población total del país.

Marruecos cuenta con 2 millones de artesanos a tiempo completo. Sus ingresos promedio alcanzan los 137 \$US por mes. Esta cifra no toma en cuenta los trabajadores a tiempo parcial. Debemos agregar a estas cifras, los empleados de las tiendas al detal que dependen de las unidades de producción. 300.000 comercios de este tipo existen en Marruecos, sin contar los mercados tradicionales (suks). No hay que olvidar los comercios dedicados a la exportación: 4.300 exportadores operan en el país.

Por otra parte, 1.080.000 familias viven al menos parcialmente de la artesanía. Esas familias cuentan en promedio con 6 personas. Sus ingresos promedio se elevan a 137 por mes.

20. **México:** De acuerdo con el FONART, el país contaba con 2,8 millones de artesanos a tiempo completo en 2001. Hay que agregar 4 millones de artesanos que trabajan a tiempo parcial (6 horas por día, 13 semanas al año), o sea, cerca del 25% de su tiempo. 6,8 millones de artesanos operan en México. Sus ingresos promedio son de 320 por mes.

21. **Grecia y Colombia:** 3.500 habitantes viven en el pueblo de Metsovo en Grecia, ubicado en una zona alejada, cerca de la frontera con Albania. Los aldeanos eran tradicionalmente pobres pastores. Ellos han logrado mejorar su artesanía gracias a un mejor uso de las materias primas locales (madera, lana) y de sus tradiciones (bordados, plata). Una Fundación fue creada por y para los artesanos, con el objeto de ayudarlos a vender su artesanía, dándole una imagen única y de calidad (asociándola al mundo de la alta costura). El modo de vida de estos pobladores cambió, sus ingresos aumentaron y más importante aun, ganaron en autoestima. La calidad de vida es tal, que todos quieren vivir en su pueblo, permaneciendo lejos de la industrialización del conjunto del país y cuando salen, regresan lo más a menudo posible. El pueblo atrae cada vez más turistas con motivaciones específicas, sobre todo jóvenes interesados por la cultura, la equitación, las fiestas religiosas, etc. Se abrió un centro de conferencias para atraer turistas de calidad, dotado con nuevas tecnologías. La informática está en plena expansión y existe un CD-ROM, que contiene todas las informaciones concernientes al pueblo.

Colombia cuenta con una experiencia similar, la cual consiste en el reemplazo progresivo de los cultivos de coca por la confección de nuevos productos en seda, con el apoyo técnico de la República de Corea y en asociación con grandes estilistas. El programa se inició con 50 tejedoras y ahora cuenta con 500 personas.

Cuadro 1: Importancia social de la artesanía
(establecida por los participantes del taller)

País	Población (en millones)	Número de artesanos (en millones)	Número de artesanos a tiempo parcial (en millones)	Porcentaje de tiempo dedicado a la artesanía	Ingresos promedio por mes (en dólares US)
Burkina Faso	10	0,5	-	-	
Colombia	38	0,185	0,164	47	60
Grecia	10	0,160	0,08	50	100
Malasia	10,5	0,01	0,1	50	500
México	100	6,8	4	25	302
Marruecos	26	2	1,6	90	137
Tailandia	63	2	1	50	70-90

• **ACOPIO DE DATOS SOBRE LA IMPORTANCIA ECONÓMICA DE LA ARTESANÍA**

22. **Tailandia:** La importancia económica de la artesanía es por lo general calculada únicamente en función de las exportaciones. En el caso de Tailandia, las exportaciones anuales de productos artesanales genera 85 mil millones de baths, es decir, cerca de 2 mil millones de dólares US.

Como veremos más adelante, a esta cifra debemos agregarle los montos siguientes:

- El monto diario gastado por los turistas: un turista gasta en promedio 20 \$US por día. Sabemos que cerca de 10 millones de personas visitan Tailandia cada año, con una duración promedio de estadía de 8 días. Por lo tanto, sus compras aportan a la economía cerca de 1,6 mil millones de dólares al año.

- Debemos también agregar las ventas locales a los consumidores nacionales (regalos, consumo personal). El departamento para la promoción de la industria estimó esta cifra en 20 mil millones de baths, cerca de 600 millones de dólares US por año.
- No hay que olvidar tampoco, los efectos multiplicadores de la venta de productos artesanales sobre la economía del país, a través de los ingresos de los revendedores al mayor y al detal. Podemos estimarlas en 350 millones de dólares US, que se sumarán a las cifras precedentes.

Si nuestro razonamiento es correcto, la importancia del aporte total de la artesanía a la economía se elevará a 4.35 mil millones de dólares al año.

23. **Malasia:** El monto total de las exportaciones de productos artesanales en Malasia se elevó, en el año 2000, a 318 millones de RM, o sea, 84 millones de dólares US. Las principales exportaciones incluyen: textiles (17,6%), productos a base de madera (38,5%), productos a base de metal (6,9%), cerámica (34,4%) y los productos locales típicos (2,4%).

Los principales clientes son compradores nacionales. El consumo en productos artesanales alcanzó 1 mil millones de RM, o sea, 266 millones de dólares US por año.

La venta de productos artesanales a los turistas extranjeros corresponde a 500 millones de RM, 134 millones de dólares US.

En total, la contribución de la artesanía a la economía de Malasia alcanza 490 millones de dólares US.

24. **Colombia:** En este campo, Colombia dispone igualmente de cifras muy precisas. El valor de la producción nacional de productos artesanales se estima en 308 millones de dólares US. La proporción del turismo en la economía nacional, si uno toma en cuenta todos los efectos indirectos, se eleva a 2,02% del PIB.

25. **Marruecos:** El ministro evaluó el volumen de la producción artesanal nacional en aproximadamente 19% del PIB. El valor de las exportaciones se estima en 63 millones de dólares US. Hay que comparar estas cifras con la proporción del turismo en la economía nacional que se eleva a 6,5% del PIB, es decir, 2,1 mil millones de dólares US.

26. **El caso de Tailandia:** EL departamento “Cottage Industry and Handicrafts” (Empresas Familiares y Artesanía), del Ministerio de la Industria, está lanzando un proyecto de “Industrial Village for Tourism” (aldeas industriales para el turismo). Han sido seleccionadas veinte aldeas en diferentes regiones del país, en función de las posibilidades de comercialización de su artesanía y de su proximidad a un centro de atracción turística. Los productos son escogidos por su utilidad, funcionalidad y estilo. Las autoridades participan en la organización de seminarios destinados a ayudar a la gente a administrar su proyecto, enseñándoles las competencias necesarias para la gestión (comercialización, contabilidad, etc) Igualmente, están ayudando a los aldeanos a construir un Centro Turístico, donde los visitantes pueden a la vez encontrar informaciones turísticas, un pequeño restaurante, estacionamientos, salas de baño y sobre todo, comprar los productos de la localidad.

Dos primeras aldeas ya están funcionando de ese modo: Una especializada en la cestería, situada a 20 Km de Bangkok, cerca de un museo del bambú; la otra, cerca de un parque nacional al sur del país, donde se producen tintes naturales y medicamentos a base de plantas. El departamento de promoción industrial del Ministerio de la Industria, hace la promoción de los productos

artesanales contemplados en el proyecto, en sus salas de exposiciones en Bangkok y en todos los “stand” nacionales de los salones internacionales.

27. **El caso México:** El FONART es una organización gubernamental que dispone de un presupuesto de un millón de dólares US (ahora se eleva a 2 millones de dólares US). Ella esta encargada de ofrecer ayuda a los artesanos aislados, en las zonas más alejadas del país, para vender sus productos en los lugares donde se encuentra la clientela, es decir, en los lugares turísticos. El objetivo consiste igualmente en reglamentar los precios en el sector. FONART regenta dos grandes puntos de venta en la capital (de aproximadamente 400 m2 de superficie cada uno), tres en la provincia, y se despliega al extranjero mediante la venta de franquicias en Florida (EUA), España y el Reino Unido.

Actualmente el FONART esta llevando a cabo un programa de diseño con el objetivo de mejorar los productos artesanales tradicionales, sin entrar en competencia con los productos ya existentes. El programa está conectado a un sistema de ventas por Internet en los Estados Unidos y también, suministra créditos a los artesanos participantes.

Otras experiencias de este mismo tipo se han puesto en práctica en Tailandia, donde el gobierno abrió una gran tienda especializada en artesanía en Bangkok (Naraiphand) y en Marruecos, donde existe una cooperativa, Copartim.

Cuadro 2: Importancia económica de la artesanía
(establecida por los participantes del taller)

País	Población (millones de personas)	Importancia económica (en miles de millones dólares US)
Colombia	38	0,308
Malasia	10	0,490
Marruecos	26	7
Tailandia	63	4,55

- **ACOPIO DE DATOS SOBRE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO Y DE LOS EFECTOS MULTIPLICADORES DE LA ARTESANÍA**

Acopio de datos sobre los efectos multiplicadores de la artesanía

28. **Tailandia:** La importancia de la artesanía no se mide únicamente por el número de artesanos y el monto de sus ingresos. Su propia actividad, genera gastos no despreciables que por ahora no pueden ser estimados El transporte, el depósito y la venta, emplean un gran número de personas cuyos ingresos dependen de la artesanía. Concentrémonos en el elemento más importante: la venta de productos artesanales. Sin estos productos, los revendedores estarían desempleados. Por lo tanto, es necesario tomarlos en cuenta en el cálculo global del impacto de la artesanía en la economía.

Para abordar esta cuestión es necesario primero estimar la cantidad de productos artesanales vendidos en el país, incluidas las ventas a los consumidores nacionales.

La demanda interna de artesanía, incluidas las ventas a los nacionales y turistas, puede ser evaluada observando la parte de producción no exportada. Un estudio reciente del Centro Internacional de Comercio (agosto 2000), ya mencionado, evaluó los porcentajes de la demanda interna como sigue:

- Cerámica	65%
- Productos a base de papel	77%
- Productos a base de metal	70%
- Textiles	56%
- Madera trabajada	62%

Estas cifras no son totalmente confiables, sin embargo podemos deducir que el volumen del mercado local (clientela nacional y turistas), es al menos tan importante como el volumen de las exportaciones y alcanza 85 mil millones de baths. Vamos a conservar esta primera estimación.

La cifra promedio de negocios de un comercio de artesanía se eleva a un millón de baths (para una micro empresa). Tailandia cuenta con aproximadamente 85.000 comercios de este tipo. Si cada una de estas tiendas emplea, en promedio, 2 personas, esta actividad involucra 170.000 personas. Debemos agregar 25% de los empleados dedicados al comercio al mayor y a la exportación, es decir, cerca de 42.000 personas. El número de personas indirectamente empleadas en la artesanía equivaldría a 210.000 personas. Si cada una de esas personas gana cerca de 6.000 baths mensuales, su aporte a la economía nacional será de: $210.000 \times 6.000 \times 12 = 15.200$ millones de baths, cerca de 350 millones de dólares US.

Si este razonamiento es correcto, los efectos multiplicadores del sector artesanal sobre la economía de Tailandia equivaldrían como mínimo, a 350 millones de dólares US.

29. **Malasia:** Habíamos visto antes que en Malasia el valor de las exportaciones de productos artesanales se eleva a 84 millones de dólares US. Las ventas a los nacionales se elevan a 299 millones de dólares y las ventas a los turistas a 84 millones de dólares US.

Como el mercado interior es muy importante y los comercios al detal están dispersos en el conjunto del país, algunos fuera de los circuitos turísticos, es muy difícil calcular el número de personas implicadas en la actividad. Mencionemos solamente los dos complejos artesanales administrados por el gobierno, que comprenden varios puntos de venta (58 puntos de venta en el Complejo Kuala Lumpur) y otros 15 grandes Centros Comerciales situados en Kuala Lumpur, donde muchas tiendas ofrecen diversos productos artesanales.

Conocemos mejor la situación del mercado mayorista: El país cuenta con 85 establecimientos mayoristas o exportadores.

El Ministerio de Finanzas nos ha proporcionado una cifra muy valiosa, la del ingreso total del turismo, tomando en cuenta todos los efectos indirectos: El aporte se elevaría a 5 mil millones de dólares US. 29% de este monto proviene de la venta de productos artesanales a los turistas, es decir, cerca de 1,5 mil millones de dólares US.

30. **Burkina Faso:** Para atraer los visitantes internacionales, Burkina Faso creó una feria de artesanía, SIAO (Salón Internacional de Artesanía Africana de Uagadugú). Cada edición de este salón bienal recibe 300.000 visitantes y 400 periodistas venidos de todo el continente. La cifra de negocios de los artesanos se eleva a 1,5 millones de dólares US (cifra de 1998). Esta feria – exposición le ha permitido a los artesanos abrirse al mercado internacional. Hoy también ellos se desplazan y exponen en salones de Europa y de América.

Paralelamente, una aldea artesanal fue recientemente construida para vender y mostrar los diferentes tipos de artesanía del país, particularmente mediante demostraciones por parte de los artesanos. Todas las manifestaciones y congresos que se reúnen en Burkina Faso, son igualmente una buena ocasión para exponer los objetos artesanales, como por ejemplo, en la Conferencia Interparlamentaria Internacional, o la FESPACO, Festival internacional bienal de cine.

31. **Colombia:** Colombia también aprovecha los encuentros internacionales, sobre todo los que se realizan en Cartagena, para organizar exposiciones-ventas de productos artesanales para esta clientela de clase. Además, en Bogotá, se realiza anualmente una gran feria internacional que atrae 105.000 visitantes y 50 compradores internacionales. La feria, permite mostrar la calidad y originalidad de la artesanía colombiana. Para cada edición, los 820 expositores deben proponer al menos tres nuevos productos, y un equipo de estilistas de moda, expone 500 a 1000 nuevos productos.

Acopio de datos sobre el Turismo

32. **Tailandia:** El turismo está considerado como el primer motor de la economía tailandesa. A principios del 2001, se estimaba que el sector generaría 320 millones de baths, registrándose un crecimiento de 7,8% del número de turistas en el primer semestre.

En el año 2000, Tailandia recibió 9,5 millones de turistas. La duración promedio de la estadía fue de 7, 8 días, y un gasto promedio de 96 dólares US. Los ingresos del turismo se elevaron a 7 mil millones de dólares US.

Ese monto, es esencialmente gastados en compras, las cuales representan el 35 % de los gastos totales, es decir, 2.250 millones de dólares US. La otra parte de los gastos comprende:

- Alojamiento	25%
- Alimentos y bebidas	16%
- Distracciones	11%

En el próximo punto veremos que cada turista gasta en promedio 20,6 dólares US por día.

33. **Malasia:** La agencia nacional encargada de la promoción y desarrollo del turismo, Tourism Malaysia, escogió como estrategia en su política, hacer de la artesanía una herramienta para la promoción del país. A tales efectos, se organizan eventos en torno a la artesanía en las operaciones de venta, en los festivales culturales y culinarios, y en los salones de turismo en el extranjero.

El año 2000, Malasia acogió 10,2 millones de turistas (un incremento de 7,3 millones con respecto al año 1999). La duración promedio de la estadía fue de 2,7 días y sus gastos totales se elevaron a 5 mil millones de dólares US.

La MHDC Craft Industry Study 2001 (Estudio sobre el sector artesanal), analizó una encuesta realizada a 708 turistas en el aeropuerto, según la cual, cada turista gastó en promedio 354 RM por día, (93 dólares US) en productos artesanales.

34. **Colombia:** Según las últimas estadísticas, Colombia recibe 560.000 turistas extranjeros por año. Sus gastos totales se elevan a 1,03 mil millones de dólares US.

El promedio de gastos diarios fue estimado en 230 dólares US por turista. La duración media de la estadía es de 8 días.

No conocemos el valor promedio de sus gastos en objetos artesanales, en regalos o recuerdos.

35. **Marruecos:** El año 2001 Marruecos recibió 2,5 millones de turistas. La duración promedio de la estadía fue de 5,5 días. Estimamos sus gastos totales en artesanía en 400 millones de dólares. Por lo tanto, cada turista gastó: $400/2,5 \times 5,5 = 400 /13,7 = 29,3$ dólares US por día.

• **CONSTITUCIÓN DE UN MARCO COMÚN PARA EL ACOPIO DE DATOS. EL ÍNDICE UNESCO ARTESANÍA / TURISMO**

Ejemplos del acopio de datos sobre turismo

36. **En Tailandia:** En casi todas las librerías de Bangkok, uno puede encontrar Pocket Thailand in Figures (Tailandia en cifras). Este libro de bolsillo, publica cada año las principales cifras de la economía tailandesa. Todo el mundo puede constatar la evolución de las dos cifras citadas anteriormente:

- Gastos en productos turísticos, total para 1999 : 7 mil millones de dólares US.
- Parte de las compras en esos gastos: 2.250 millones de dólares US.

Estas cifras que reflejan claramente los gastos en productos artesanales, son obtenidas mediante un cuestionario que las autoridades del turismo hacen una vez al año a los turistas, con la pregunta siguiente: ¿Cuál es el monto que usted gastó por los conceptos siguientes: compras, etc.?

Para responder mejor a las preguntas formuladas por las personas encargadas de establecer la política de desarrollo de la artesanía, el Departamento de Promoción Industrial del Ministerio de la Industria, se basa en los resultados de una encuesta denominada Tourist Shopping Behavior (¿Cómo compran los turistas?) realizada en 1997 por la Universidad de Tamassat. Este estudio está basado esencialmente en la opinión de los turistas respecto a la artesanía tailandesa. Una pregunta que nos interesa particularmente: ¿Cuanto gastó usted en recuerdos durante este viaje?.

El Departamento de Promoción Industrial (DIP), da los resultados siguientes para cada una de las “compras”: ropa (27%), joyas (21,4%), sedas y algodones (14%), cuero (12%), artesanía (11%).

El DIP y Tourism Authority of Thailand (Oficina de Turismo de Tailandia), encontraron que los objetos artesanales constituyen cerca del 85% de eso que designan con el termino de “compras” y que, el 85% de los 72.300 millones de baths gastados en compras, son gastados en artesanía, o sea, 61.500 millones de baths.

Ese mismo año 1999, 8.650.000 turistas visitaron Tailandia. Cada uno gastó, (61.500 millones de baths / 8,6 millones de turistas) = 7.150 baths durante su estadía. Si sabemos que la duración promedio de la estadía es de 8 días, los gastos en artesanía se elevan a (7.150baths/8días) 894 baths. Al precio actual del dólar son, 20 dólares US, gastados por turista, por día.

Hay que señalar que esta cifra no equivale exactamente a lo que reciben los artesanos por la venta de sus productos, pues no se está tomando en cuenta, ni los costos de las materias primas, algunas importadas (pueden ser muy costosas, sí se trata de oro y piedras preciosas o semipreciosas necesarias para las joyas), ni los costos de la distribución (venta al detal, transporte, depósito).

37. **Singapur:** El Singapore Tourism Board (Cámara de Turismo de Singapur), en su División de Planificación, cuenta con un Departamento de análisis de la concurrencia, encargado del acopio de datos. Según este departamento, Singapur recibe menos turistas que Tailandia (7 millones en 1999). Su tiempo de estadía es más corto (3,2 días) y la proporción de sus gastos en compras es más elevado (52%, o sea, 2.333 millones de dólares US). Cada turista gasta 559 dólares US en compras.

El cuestionario propuesto a los turistas es el siguiente: ¿Cuánto gastó usted en compras, fuera de sus compras profesionales, durante este viaje a Singapur?. ¿Podría usted, por favor, estimar el monto gastado para cada una de las mercancías siguientes:(ver cuadro)?.

La categoría de compras que nos interesa es la de: recuerdos, artesanía, vajillas en estaño.

Las respuestas son analizadas desde dos puntos de vista:

- Como una parte del total de las compras. En 1999, por ejemplo, la parte de la artesanía representaba 3,9% del total. Estas cifras son recogidas desde hace más de 10 años y uno puede constatar que los últimos años se sitúa alrededor de 4%, o sea, 100 millones de dólares US, pero entre 1991 y 1996, se elevaba a 6% y en 1997 alcanzó 9,1%. (!)
- En función del índice de popularidad de cada objeto, según la designación del Departamento de Análisis de la Concurrencia, este índice es calculado contando el número de veces que el objeto es mencionado en los sondeos. En 1999 la artesanía obtenía el 27,3%, casi la misma cifra que en 1994. Los años siguientes alanzó un aumento (31% en 1994, 36% en 1995, 43% en 1997), para luego seguir su curso normal.

Hay que señalar además, que los montos recibidos de los turistas son cuidadosamente examinados cada año, como parte de las exportaciones (25% en 1999).

Se han realizado estudios más precisos (Tourism Focus), con los grandes grupos de turistas que visitan regularmente el país. Por ejemplo:

- Para los turistas provenientes de los Estados Unidos, las compras en artesanía han bajado de 15% en 1995 a 5% en 1999. Los gastos por persona para esas compras ha aumentado en ese mismo período de 311 dólares US, a 527 dólares US.
- Para los visitantes provenientes de Escandinava, la parte de gastos en artesanía registró un alza de 2,7% en 1998, a 4,6% en 1999, mientras que los gastos por persona descendió en 1%.
- Los visitantes provenientes de Filipinas bajaron sus gastos en compras por persona de 716 dólares US en 1996, a 531 dólares US en 1998. La parte correspondiente a la artesanía se mantenía entre 5 a 7% .

Un análisis detallado de los índices de popularidad de los productos artesanales se publica cada año. Allí se muestra, por ejemplo, que esta categoría se sitúa alrededor de dos veces la media para los turistas provenientes de tres países: Italia, Japón y la República de Corea, pero solamente un cuarto de la media para los visitantes provenientes de la India, Indonesia o Malasia.

38. **Hong Kong:** La Hong Kong Tourism Association, dispone de un departamento de investigaciones que recoge en permanencia los datos en todas las entradas al territorio, incluido el puerto. Hong Kong registró 11 millones de llegadas en 1999 (13 millones en el 2000) . La duración promedio de la estadía fue de 2,4 días en 1999, con unos gastos totales de 59 millones de HK\$, de los cuales 50% fue dedicado para las compras: Los gastos en compras por persona alcanzan a 4,88 HK\$ en 1999. El porcentaje es más elevado para los visitantes provenientes de América, Europa, África y el medio Oriente.

La pregunta se presenta en dos partes y en un cuadro:

¿Hizo usted compras en este viaje a Hong Kong? (Lo hicieron también sus acompañantes de viaje?) (¿usted mismo....., otros.....- hizo compras.....- no hizo compras...?)

Si una de las personas hizo compras, hacer la pregunta Q.24d y mostrarle el cuadro que sigue:

Q24d. ¿Podría decirnos, por favor, lo que usted y sus compañeros de viaje compraron para un uso no comercial, y cuánto pagó por cada uno de los objetos siguientes?; (Extracto del cuadro):

Joyería: Joyas en oro sin piedras preciosas o semipreciosas
Joyas en plata sin piedras preciosas o semipreciosas
Joyas con diamantes u otra piedra semipreciosa
Joyas con perlas o perlas cultivadas.
Toda otra joya o accesorio

Otros objetos para turistas:

Recuerdos o artesanía (si el gasto es superior o igual a 2.000 HK\$, preguntar, cuál objeto exactamente y el monto gastado para cada uno)
Cuadros
Antigüedades, porcelana

Los resultados son: En 1999 los gastos en recuerdos/artesanía equivalen a 1.150 millones de HK\$, contra 5.981 millones de HK\$, en joyas, o sea, cinco veces más.

En sus análisis semestrales, el Visitors Profile Report (Informe sobre el perfil de los visitantes), los visitantes de vacaciones y los de negocios están claramente separados, en razón del perfil de su comportamiento.

39. **Malasia:** La Malaysian Handicrafts Development Corporation (Corporación de Desarrollo de Artesanía de Malasia), realizó un estudio extremadamente minucioso: Estudio del sector artesanal en Malasia en el 2001. Estos son los resultados:

El tamaño del mercado de la artesanía alcanzó 1.860 millones de RM en el año 2000, o sea, 490 millones de dólares US.

Los compradores nacionales contribuyen en 1.044 millones de RM, o sea, 273 millones de dólares US.

Los turistas extranjeros contribuyen en 500 millones de RM, o sea, 133 millones de dólares US.

Las exportaciones son: 318 millones de RM, o sea, 84 millones de dólares US.

PROPOSICIÓN DE UN ÍNDICE UNESCO ARTESANÍA / TURISMO

Después de haber considerado las experiencias descritas anteriormente e intercambiado los criterios de los participantes, el taller aprobó por unanimidad la declaración siguiente:

Dado que

- El sector de la artesanía, especialmente la venta de objetos artesanales a los turistas, es extremadamente importante para numerosos países, tanto desde el punto de vista social como económico,

- Los datos estadísticos disponibles actualmente están lejos de ser suficientes (la mayor parte de las veces, no disponemos ni de estimaciones), una nueva política debe ser iniciada en cada país, para sacar mejor provecho de ese importante mercado.

Esta nueva política debe basarse en un nuevo acopio de datos, el cual es necesario organizar con urgencia. Ella debe consistir, al mínimo, en un cuestionario simple, que será propuesto a los turistas que salen del país, en los aeropuertos o puertos, y que permitirá saber, cuántos días pasaron en el país, y cuánto gastaron en artesanía. Los resultados serán más interesantes si uno puede preguntarles sobre el tipo de objetos artesanales comprados, y el costo de cada uno. Proponemos como modelo, un cuestionario normalizado (Anexo 4), utilizado en varios países asiáticos. Los resultados serán susceptibles de ser comparados, lo cual estimulará el sector. Por otra parte, cada país podrá conservar su propia definición de artesanía. El CIPA (Centro Internacional para la Promoción de la Artesanía) podrá sacar estos datos y publicarlos a fin de introducir una nueva dinámica en el sector.

**ATELIER INTERNATIONAL RELATIF Á LA COLLECTE DE DONNÉES SUR
« ARTISANAT ET TOURISME »**

**INTERNATIONAL WORKSHOP CONCERNING DATA COLLECTION ON
« CRAFTS AND TOURISM »**

**TALLER INTERNACIONAL RELATIVO AL ACOPIO DE DATOS SOBRE
« ARTESANÍA Y TURISMO »**

Fès / Fez, 21-23 janvier/January/enero 2002

Liste des participants / List of participants / Lista de participantes

Afrique / Africa / África

M. Alfred Kaboré
Salon international de l'artisanat de Ouagadougou /
International African Arts and Crafts Trade Show of Ouagadougou
01 B.P. 3414
Ouagadougou (Burkina Faso)
Tél. (226) 37.04.92 – 37.32.60
GSM (226) 23.85.66
Fax (226) 37.32.60

Amérique latine / Latin America / América Latina

Mme Cecilia Duque-Duque
Directeur / Director
Artesanías de Colombia
Carrera 3a N° 18A-58
Bogota, D.C. (Colombia)
Tél. (57.1) 28.46.900
Fax (57.1) 28.37.547
E-mail : gerenci@colomsat.net.co - c-duque@colomsat.net.co
Web : <http://www.artesantiasdecolombia.com.co>

M. Juan Manuel Gonzalez García
Director de Administración
Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART)
Av. Insurgentes Sur 1480, 6° piso – Col. Barrio Actipan
Mexico, D.F. 03230 (Mexique)
Tel. (52.55) 34.30.00
Fax (52.55) 24.98.39
E-mail : fonart1@data.net
Web : <http://www.fonart.gob.mx>

Asie-Pacifique / Asia-Pacific / Asia-Pacífico

Mrs Raja Fuziah Bte Raja Tun Uda
Executive Chairman
Sari Ayu Consult Sdn/Bhd
B-12/2 Jalan Selaman 1, Dataran Plama
Jalan Ampang
68000 Ampang (Malaysia)
Tel. (60.3) 47.03.145
Fax (60.3) 45.16.644 – 47.03.146
E-mail: sariayu@po.jaring.my

M. Chinnaphat Sangkhawuttichailkul
Senior Industrial Technical Officer
Bureau of Cottage and Handicraft Industries Development
Department of Industrial Promotion
Soi Trimitr, Kluay Nam Thai, Rama 4 Rd., Klong-Toey
Bangkok 10110 (Thailand)
Tel. (66.2) 36.78.37.79
Fax (66.2) 38.22.169
Home (66.2) 526.08.64
E-mail : hand@dip.go.th - sangchinnaphat@hotmail.com

Europe / Europe / Europa

M. Dominique Bouchart
Expert-Consultant - Développement de l'artisanat
23, rue Charles V
75004 Paris (France)
Tel. (33.1) 43.54.54.34
Fax (33.1) 42.77.31.66
E-mail : dombouchart@aol.com

Organisations non-gouvernementales / Non-Governmental Organizations / Organizaciones no-gubernamentales

Mme Elena Averoff
Présidente / President
Conseil mondial de l'artisanat / World Crafts Council (WCC)
Metsovo Conference Centre
Metsovo 44 200 (Grèce)
Tel. (30) 65.64.17.70 – 65.17.23.15
Fax (30) 65.13.66.95
E-mail : eef@forthnet.gr

Maroc / Morocco / Marruecos

Mme Aïcha Alaoui
Directrice de l'agence Maghreb Arabe Presse (MAP) /
Director of the Maghreb Arabe Presse Agency
Avenue Allal Benabdalleh
Fès (Maroc)
Tel. (212.55) 62.12.71

M. M. Belmaksoud
Service de la coopération multilatérale
Ministère de l'artisanat / Ministry of Crafts
Ministère de l'économie sociale, des petites et moyennes entreprises de l'artisanat
Quartier administratif Agdal
Rabat (Maroc)
Tel. (212.37) 77.67.53 – 68.08.84

M. Mohamed Bencheikh
Délégué régional du Ministère du tourisme
Délégation du Ministère du tourisme
Ministry of Tourism
Avenue Moulay Youssef
Fès (Maroc)
Tel. (212.55) 62.34.60

M. Ali Bouzid
Chef du service de la coopération multilatérale
Ministère de l'artisanat / Ministry of Crafts
Ministère de l'économie sociale, des petites et moyennes entreprises de l'artisanat
Quartier administratif Agdal
Rabat (Maroc)
Tel. (212.37) 77.67.53 – 68.08.84

M. Fouad El Kadi
Chef de la Division des études
Service de la coopération multilatérale
Ministère de l'artisanat / Ministry of Crafts
Ministère de l'économie sociale, des petites et moyennes entreprises de l'artisanat
Quartier administratif Agdal
Rabat (Maroc)
Tel. (212.37) 77.67.53 – 68.08.84

M. Rachid Moumni
Délégué régional du Ministère de la culture
Maison de la culture / House of Culture
Avenue Moulay Youssef
Fès (Maroc)
Tel. (212.55) 63.56.26

M. Abdelaziz Rghioui
Délégué régional de l'artisanat
Ensemble artisanal / Crafts Centre
Avenue Allal Benabdallah
Fès (Maroc)
Tel. (212.55) 62.56.54

M. Mohamed Tazi
Journaliste
Agence Maghreb Arabe Presse (MAP)
Avenue Allal Benabdalleh
Fès (Maroc)
Tel. (212.55) 62.12.71

**Centre international de promotion de l'artisanat /
International Centre for the Promotion of Crafts /
Centro Internacional para la Promoción de la Artesanía**

M. Ahmed Benyahia
Secrétaire exécutif / Executive Secretary
3, Derb Ben Souda
Sidi El Khayat
Fès Medina (Maroc)
Tel. (212.55) 74.06.07
Fax (212.55) 74.06.08
E-mail : cipa@fesnet.net.ma

UNESCO

M. Abdelghani Baakrim
Bureau de l'UNESCO à Rabat / UNESCO Office in Rabat
35, avenue du 16 novembre, Agdal
Rabat (Maroc)
Tel. (212.37) 67.03.74
Fax (212.37) 67.03.75
E-mail : rabat@unesco.org

M. Indrasen Vencatachellum
Chef de la Section des arts, de l'artisanat et du design /
Chief of the Section for Arts, Crafts and Design
Division des arts et de l'entreprise culturelle /
Division of Arts and Cultural Enterprise
1, rue Miollis
75732 Paris Cedex 15 (France)
Tel. (33.1) 45.68.43.26
Fax (33.1) 45.68.55.95
E-mail : i.vencatachellum@unesco.org



**Discurso del Señor Indrasen Vencatachellum
Representante de la UNESCO
Ceremonia de apertura del taller internacional sobre
“Artesanía y turismo”
(Fez, Marruecos – 21 de enero de 2002)**

Señoras y señores:

En nombre del Director General de la UNESCO, Señor Koichiro Matsuura, me complace darles la bienvenida a los participantes en este taller internacional dedicado al acopio de datos sobre turismo y artesanía.

Este encuentro se lleva a cabo en un ambiente propicio y en un contexto a la vez natural y prometedor. En efecto, es aquí en Marruecos, país de gran vocación turística y de gran tradición artesanal, que ustedes han sido convocados a reflexionar sobre la naturaleza y el alcance real de los lazos que unen el turismo y la artesanía, dos sectores en plena evolución.

Por otra parte, estamos aquí reunidos en el Centro Internacional para la Promoción de la Artesanía, cuya misión es precisamente, la de promover el intercambio de ideas y experiencias, de ofrecer un espacio privilegiado para la búsqueda de soluciones y de servir de punto focal para la diseminación de los resultados de vuestras reflexiones.

En fin, este taller tiene como telón de fondo la evolución de las mentalidades con respecto al rol del turismo y de la artesanía en el desarrollo.

Por una parte, el turismo es hoy un factor poderoso de mestizaje entre los pueblos y de conocimiento mutuo, así como ayer, el comercio tradicional facilitó los intercambios entre culturas. Uno puede constatar cada vez más que el turismo cambia de perspectivas y dirige su motivación tanto en el descubrimiento de la naturaleza, como hacia las manifestaciones tangibles (monumentos) o intangibles (artes, espectáculos y artesanía) del patrimonio cultural de una sociedad. Desde que la Organización Mundial de Turismo se dotó en 1999 de la “Carta de Turismo ético”, el concepto de “viaje equitativo” comenzó a generalizarse, por ejemplo en Burkina Faso, Côte d’Ivoire, o en el delta del Ganges, en India. El guía turístico se ofrece más como un facilitador o intermediario entre dos culturas. En el mismo espíritu, uno puede recordar la Asociación “Turismo para el Desarrollo” (TFD), iniciada por un armador egipcio: a cambio de la marca TFD, los profesionales del turismo invierten una parte de sus beneficios (1% del precio de la noche) para acciones de desarrollo, tales como: la construcción de pozos en Madagascar, la instalación de bombas hidráulicas en Perú o la lucha contra la malnutrición en Mauritania.

Por otra parte, en lo que concierne a la artesanía, estamos presenciando una toma de conciencia similar en cuanto a su rol en la lucha contra la pobreza y por un desarrollo sostenible, basado en la utilización de los recursos locales renovables y en la aplicación de técnicas transmitidas de generación en generación. La dimensión a la vez cultural, social y económica de la artesanía, es también más reconocida por los poderes públicos y por los organismos de cooperación

y de financiamiento. Podemos alegrarnos del hecho de que esta tendencia es el resultado de una prolongada acción dirigida por la UNESCO en los últimos 15 años. No obstante, pesa aún constatar que la toma de conciencia de los poderes públicos no se traduce todavía en un apoyo prioritario y significativo a los artesanos creativos y productores de riqueza.

Es la razón por la cual, el objetivo principal de este taller internacional es identificar los mecanismos que permitan demostrar, concretamente, con hechos y cifras, la importancia de las actividades artesanales en un sector tan dinámico como el turismo. Se trata, a partir de esa constatación, de motivar a los Estados Miembros a otorgar a la artesanía la prioridad que ella merece.

Señoras, señores,

En este contexto de globalización y de expansión creciente de las técnicas modernas de comunicación, existe paradójicamente, una búsqueda de calidad, de identidad y de originalidad. En esta época en la cual los países, los individuos y los grupos se dedican cada vez más a aliar sus capacidades para participar del mundo tecnológico y del mercado con sus herencias culturales, no sorprende ver al turismo pasar de las tres S (Sea, Sex and Sun = mar, sexo, sol), a las tres E (Entertainment, Excitement, Education = recreación, emoción, educación). ¿Cómo aprovechar al máximo esta nueva tendencia favorable a promover más el desarrollo de la artesanía?

Vuestra misión se revela difícil, pero a la vez estimulante: mas allá de las acostumbradas declaraciones y expresiones de consideraciones generales sobre la artesanía y el turismo, ustedes están llamados a determinar los medios prácticos para procurar que la importancia cultural, social y económica de la artesanía reciba la atención que ella merece y que las necesidades de los artesanos sean tomadas en cuenta como se debe. El objetivo último consiste en elaborar proposiciones adaptables a cada contexto, a través del mundo. Para eso, los invito a utilizar como base el informe consolidado por el señor Dominique Bouchart, consultor de la UNESCO.

Yo no dudo que los participantes, dotados de su rica experiencia, conocimiento e interés por la artesanía, presentarán proposiciones concretas y realistas y abrirán la vía para el reconocimiento del sector artesanal, en actos, más que en palabras.

Ustedes serán pioneros. En efecto, es la primera vez que una reunión internacional sobre artesanía y turismo se realiza con este objetivo específico.

Gracias por su atención.



**Discurso del Señor Indrasen Vencatachellum,
Representante de la UNESCO,
Ceremonia de Clausura de Taller Internacional
Sobre Turismo y Artesanía
(Fez, Marruecos - 23 de enero de 2002)**

Señor Ministro de la Economía Social, de las Pequeñas y Medianas Empresas y de la Artesanía,
encargado de los Asuntos Sociales del Gobierno,
Señor el Wali de Fez,
Señor Representante del ISESCO,
Señor Gobernador,
Señora Secretaria General de la Comisión Nacional de Marruecos ante la UNESCO,
Honorables Invitados,
Señoras y Señores:

En primer lugar, Señor Ministro, permítame decirle en nombre del Director General de la UNESCO, que estamos felices y honrados de tenerlo entre nosotros en la clausura de este taller internacional dedicado al acopio de datos sobre artesanía y turismo. Vuestra presencia aquí, a pesar de sus múltiples obligaciones, es a nuestros ojos un ilustre símbolo del interés particular que su majestad el Rey Mohamed VI acuerda a la artesanía, una manifestación de la solicitud del gobierno del Reino de Marruecos para con los artesanos y una demostración de la consideración de vuestro ministerio para ese sector clave del desarrollo.

Me complace igualmente recordar que este taller se desarrolla en el Centro Internacional para la Promoción de la Artesanía (CIPA), cuya creación en 1995 surgió de una voluntad común del gobierno del Reino de Marruecos y de la UNESCO, de poner en marcha una red de cooperación para promover la adaptación de las artesanías tradicionales a las necesidades y demandas de la sociedad contemporánea. Es decir, que Marruecos comparte con la UNESCO la misma convicción de que la artesanía no es solamente un reflejo de la riqueza del patrimonio cultural de un país, que constituye su valor agregado, sino también y sobretodo, un poderoso vector del desarrollo social y económico. Como acaba de señalar el señor Ministro de la Economía Social, de las Pequeñas y Medianas Empresas y de la Artesanía, Encargado de los Asuntos Generales del Gobierno, por no citar sino el caso de Marruecos, según las estimaciones publicadas recientemente en el “Libro Blanco de la Artesanía y de los Oficios”, el aporte en divisas del sector artesanal se eleva aproximadamente a 5 millones de dirhams (500 millones de dólares US), o sea, 30% más que las exportaciones del sector agrícola. Este fenómeno es igualmente de gran amplitud en varios países de vocación turística.

De allí la toma de conciencia creciente por parte de los poderes públicos y de las organizaciones de financiamiento, sobre la necesidad de intervenir en este sector. Al respecto, es muy significativo que el mismo Banco Mundial se está interesando con mucha atención, al punto de lanzar todo un programa denominado: “El artesano emprendedor”.

Por su parte y desde hace más de un decenio, la UNESCO se ha dedicado a demostrar que en el campo de la artesanía, cultura y comercio no son antagónicos, sino complementarios. Es así como nuestra organización es la única del sistema de Naciones Unidas que dispone de un programa específico para la promoción de la artesanía en el mundo, y que tiene una visión global del rol a la vez cultural, social y económico de la artesanía. El ejemplo más resaltante de esta estrategia global es sin duda el Simposio Internacional organizado en Manila en 1997, conjuntamente entre la UNESCO y el Centro de Comercio Internacional (CCI/OMC), sobre “La Artesanía y el Mercado Mundial: Comercio y Codificación Aduanera”. Una de las principales recomendaciones del Simposio se refiere precisamente a la constitución de bases de datos sobre la importancia de la artesanía y del turismo en la economía.

La iniciativa de organizar un taller internacional para apoyar la implementación de esta recomendación, es aún más importante y necesaria en este nuevo milenio, en el cual el turismo se dirige cada vez más al descubrimiento de la naturaleza y de la cultura del otro y la creatividad artesanal aparece como en antídoto eficaz contra el virus de la homogeneización propiciada por la globalización.

Señor Ministro,
Señoras y señores,

A la luz de los resultados positivos y de las recomendaciones pertinentes que hemos escuchado, me siento feliz de manifestar toda la satisfacción de la UNESCO por el éxito de este taller internacional.

Satisfacción, debido a que ahora nosotros podemos proponer a todos los Estados Miembros interesados, un mecanismo flexible y adaptable para determinar mejor la importancia social y económica de la artesanía, a partir del flujo turístico. Conviene igualmente señalar, toda la importancia que hay que acordar en el futuro para tomar en cuenta los efectos inducidos por la artesanía en otros sectores de actividad (transporte, herramientas y equipos, materias primas, etc). Los datos cuantitativos y cualitativos así recogidos, deberán facilitar el otorgamiento de medios materiales y financieros proporcionales para el desarrollo de un sector artesanal, creador de riquezas.

Quiero asegurarles a los participantes, que la UNESCO organizará una amplia difusión de los resultados del taller ante todos los sectores involucrados: poderes públicos, sociedad civil, organizaciones regionales e internacionales, gubernamentales y no gubernamentales. Al hacerlo, la organización asumirá su rol, por una parte, de facilitador, estimulando los intercambios entre redes internacionales, y por otra parte, como catalizador, ofreciendo esta chispa que permite transformar una hipótesis en realidad.

Finalmente, quiero expresar nuestra viva gratitud a todos los expertos venidos de Marruecos y de los cuatro puntos del planeta, por su participación eficaz y amigable. Gracias a vuestra experiencia rica y diversa, ha sido posible lograr en tan poco tiempo los ambiciosos objetivos de este taller. Felicitaciones a la presidenta, Señora Raja Fuziah, quien dirigió las sesiones de trabajo con gracia y firmeza, y al relator, Señor Dominique Bouchart por la calidad del documento final. Mi agradecimiento va igualmente para todo el personal técnico del CIPA y a los interpretes, quienes a su manera permitieron el buen desarrollo de los intercambios de ideas y experiencias.

La clausura del taller a nuestra opinión, marca el principio de un largo camino, difícil y apasionante, el inicio de nuevos lazos a tejer en el respeto por nuestra diversidad creativa. El objetivo último consiste en que la artesanía continúe a ser un arte de vivir, y más aun, que sea para los artesanos del mundo un medio para vivir de su arte.

ANEXO 3

CUESTIONARIO PRELIMINAR: DATOS NECESARIOS PARA DEMOSTRAR LA IMPORTANCIA DE LAS VENTAS DE ARTESANÍA PARA LAS ECONOMÍAS NACIONALES, A FIN DE OBTENER FINANCIAMIENTO PARA SU PROMOCIÓN

Con frecuencia solicitamos financiamiento para la promoción de la artesanía, a las administraciones nacionales y a las agencias de financiamiento, porque sabemos que ella constituye la base de los ingresos de numerosas personas carentes, que viven generalmente en zonas apartadas. La mayor parte de las veces, nos responden solicitándonos que demostremos con cifras esta afirmación.

Podemos únicamente suministrar algunas cifras referentes al volumen de exportación, no obstante sabemos que ellas constituyen sólo una parte aparente del iceberg. Las ventas a los turistas, por ejemplo, pueden ser mucho más elevadas que el monto de las exportaciones. Dado que los datos están dispersos, este cuestionario busca abordar el sujeto desde diferentes ángulos, a fin de obtener una evaluación aprobada por todas las partes involucradas.

1. PREGUNTAS A ESTUDIAR EN COLABORACIÓN CON EL MINISTERIO ENCARGADO DE LA ARTESANÍA

- ¿Cuántas personas practican un oficio artesanal en su país?
 - A. ¿A tiempo completo? (estimación para los años 2000-2001)
 - B. ¿A tiempo parcial? (estimación para los años 2000-2001)
 - C. ¿Total?(estimación para los años 2000-2001)

- Según su conocimiento, ¿Cuánto de su tiempo de trabajo, dedican a la artesanía, las personas empleadas a tiempo parcial?

(horas por día - semanas al año - % de su tiempo)

- ¿Cuál es el volumen de la producción nacional de artesanía?

en moneda nacional
en dólares

- ¿Puede usted estimar el ingreso promedio mensual de un artesano en su país?

en moneda nacional
en dólares

Le rogamos enviar todos los documentos disponibles, especialmente el Plan Nacional de Desarrollo de la Artesanía, si existe, y el cuestionario ocasional o regularmente empleado para evaluar la situación económica y social de los artesanos.

2. PREGUNTAS A ESTUDIAR EN COLABORACIÓN CON LA AUTORIDAD O EL MINISTERIO ENCARGADO DEL TURISMO

- ¿Cuáles son las últimas cifras referentes al número de entradas de turistas o visitantes extranjeros al país por año?
- Monto total de gastos: en moneda nacional
 en dólares
- Gastos individuales promedio por día.
 - en moneda nacional - en dólares
 - en compras - en dólares
 - en regalos / recuerdos - en dólares
 - en artesanía - en dólares
- Duración promedio de la estadía de los turistas en su país

Si usted desconoce estas cifras para los turistas que viajan solos, por favor, indique las cifras de las que dispone o haga una estimación para los grupos de turistas.

Estas cifras son absolutamente indispensables para el logro de nuestro objetivo, por lo tanto, todo comentario es bien recibido:

¿Usted conoce la naturaleza exacta de las preguntas solicitadas por las autoridades de turismo al momento de la consulta para obtener estas cifras?. *(Esta información es igualmente fundamental, por lo que quisiéramos en último lugar obtener las cifras comparables a escala internacional)*

Sírvase por favor, enviar todo documento disponible sobre el sujeto, principalmente el Plan Nacional de Desarrollo del Turismo u otro documento de las autoridades turísticas de vuestro país y el cuestionario regular u ocasionalmente utilizado para conocer el monto de los gastos de los turistas.

3. PREGUNTAS A ESTUDIAR EN COLABORACIÓN CON EL MINISTERIO DE COMERCIO

El monto de las exportaciones no incluye las ventas de artesanía a los turistas, las cuales constituyen exportaciones ocultas. En ciertos países, parece que la venta de objetos artesanales a los turistas es mucho más elevada que el volumen de las exportaciones en aproximadamente, un millón de dólares. Es necesario disponer de estas cifras, indispensables para la obtención de futuros financiamientos.

Exportaciones:

- ¿Cuáles son las últimas cifras para las exportaciones de artesanía nacional?
 - en moneda nacional
 - en dólares
- ¿Cuáles son las categorías de productos considerados en el cálculo de esas cifras?

(Por favor, emplee los códigos aduaneros correspondientes, por ejemplo para la joyería, la madera, el bronce, etc)

Si es necesario importar importantes cantidades de materia prima para la fabricación de ciertos objetos artesanales, ¿puede usted, hacer una estimación del monto de esas importaciones? (Por ejemplo, el oro o las piedras preciosas necesarias para la fabricación de joyas). Estas cifras, que permitirán corregir el impacto real de la artesanía, pueden ser suministradas por los servicios aduanales.

Por otra parte, el Ministerio puede conocer otras cifras importantes, susceptibles de ayudarnos a demostrar la importancia de la artesanía para la economía nacional.

Ventas internas a los turistas y a los nacionales:

- En su país, ¿Cuántos comercios al detal ofrecen productos artesanales?
¿Cuántos mayoristas / exportadores, comercializan la artesanía nacional?
- ¿Puede usted estimar el número de personas implicadas en la actividad de venta (detal, mayor, exportación)?

4. PREGUNTAS A ESTUDIAR EN COLABORACIÓN CON EL MINISTERIO ENCARGADO DE LOS ASUNTOS SOCIALES, EL MINISTERIO DEL INTERIOR Y/O LA OFICINA NACIONAL DE ESTADÍSTICAS

- ¿Cuántas familias obtienen sus ingresos, aunque sea parcialmente de la artesanía? (en miles de personas).
- ¿Es posible estimar los ingresos promedio que esas familias obtienen por su actividad artesanal?
 - en moneda nacional
 - en dólares
- ¿Cuántas personas en promedio constituyen esas familias? (*Por ejemplo, el padre y la madre únicamente, con hijos, abuelos o el resto de la familia indivisa, a veces muy extendida*)
- ¿Es posible estimar la parte de su tiempo de trabajo anual dedicado a la artesanía?

5. PREGUNTAS A ESTUDIAR CON EL MINISTERIO DE FINANZAS O EL MINISTERIO DE LA ECONOMÍA

- ¿Cuáles son las últimas cifras referentes a los ingresos totales del turismo en la economía nacional, tomando en cuenta todos los efectos indirectos (*por ejemplo, la producción de materias primas necesarias, los gastos en otros sectores, las personas directamente involucradas, etc*)?
 - en moneda nacional
 - en dólares
- ¿Es posible estimar que parte de esos ingresos provienen de la venta de productos artesanales a los turistas? (en porcentaje)
 - en moneda nacional
 - en dólares