

TEJIENDO UN NOMBRE
La experiencia de las mujeres artesanas de paja
toquilla de Chordelég - Ecuador

Ofis - Cach
2005

Dirección	Patricio Carpio Benalcázar OFIS ofis@etapaonline.net.ec Teléfonos: 593 72 816675/ 593 72 828065 Fax: 593 72 829082 Cuenca Ecuador
Investigación de campo y asesoría en género	Alicia Rius Voluntaria de la Universidad Complutense de Madrid Melissa Budahazi Voluntaria de la American University of Washington
Asesorías especiales:	Carolina Martinez OFIS Walter Carchi Consultor, OFIS
Coordinadoras locales:	Soledad Lopez CACH Anita Loja CACH

ESQUEMA

RESUMEN EJECUTIVO

METODOLOGIA

INTRODUCCION

EL ESCENARIO DE LA EXPERIENCIA

- **Datos generales del territorio**
- **Análisis de competitividad territorial**

LA ARTESANIA DE PAJA TOQUILLA: mercado, productos, y actores

- **El mercado**
- **¿Es el mercado de las artesanías en paja toquilla un mercado dinámico?**
- **Las artesanas**
- **¿Por qué tejer?**

TEJIENDO UN NOMBRE: la experiencia organizativa del CACH

- **Construcción de la identidad colectiva**
- **¿Por qué una Asociación para competir en el mercado?**
- **El sendero de la organización**
 - **Primera Fase**
 - **Segunda Fase**
 - **Tercera Fase**
- **El rol de las instituciones de apoyo**

HACIA UN MERCADO DINAMICO

- **Las estrategias de inserción en el mercado**
- **Perspectivas de Sostenibilidad**

CONCLUSIONES

- **Los factores de éxito**
- **Impactos en la calidad de vida y en el territorio**

LECCIONES DE LA EXPERIENCIA

RECOMENDACIONES

ANEXOS

RESUMEN EJECUTIVO

El marco territorial en donde se desenvuelve esta experiencia es el Cantón Chordelég, provincia del Azuay, al sur del Ecuador. Este cantón de diez mil ochocientos habitantes mantiene al 76% de ellos con necesidades básicas insatisfechas. Cuenta con una centenaria tradición artesanal, así, el 71% de las mujeres del área rural involucradas en ese segmento tejen en paja toquilla tanto sombreros como utensilios, destinados al mercado nacional e internacional.

El presente trabajo es la sistematización de la experiencia de un grupo de estas mujeres organizadas en la asociación “Centro Agroartesanal Chordelég” –CACH- sistematización que tiene la finalidad de identificar las estrategias y los elementos que han posibilitado que la organización avance en procesos de sostenibilidad social, económica, y de permanencia en el mercado nacional e internacional, y de allí extraer aprendizajes para nuevas perspectivas de desarrollo local y territorial.

La historia de la organización CACH es un proceso muy rico pues han enfrentado una serie de vicisitudes primero como mujeres campesinas y pobres sin espacio ni visibilidad, luego como productoras artesanas en un mercado altamente competitivo local y globalmente como es el de las artesanías, y tercero como organización que combina los aspectos de comunidad con aquellos de orden empresarial para la organización de la producción, comercialización y administración.

El hilo conductor que atraviesa el proceso corresponde a la relación que esta organización ha buscado establecer con el mercado de artesanías, sobre la cual cada artesana ha tejido su nombre afirmando su identidad como mujeres y fortaleciendo su sentido de pertenencia a la organización.

El tejido de la paja toquilla tiene para las campesinas artesanas una doble significación: la tradición cultural que viene de generación en generación y la opción ocupacional para monetarizar su economía orientada a satisfacer en parte las necesidades básicas del día a día.

Sin embargo, la artesanía de la paja toquilla en las condiciones reales de funcionamiento del mercado no representa una alternativa económica para superar los indicadores de pobreza señalados, pues las tejedoras se encuentran con límites estructurales que **individualmente** jamás podrían rebasar para dinamizar la actividad y su propia economía familiar.

El mercado en el que se encuentran insertas se desenvuelve entre la tradición y la modernidad, en la primera se encuentran las tejedoras y el mercado local y en la segunda los exportadores y el mercado internacional; su estructura está signada por una compleja red de intermediación piramidal donde la base está constituida por miles de tejedoras individuales y la cúspide por una veintena de casas exportadoras.

La posibilidad de una mejor rentabilidad del trabajo artesanal para sus productoras se ve confrontada por los intereses que los distintos actores de la cadena mantienen, pues cada sector busca para sí un mejor rendimiento para sus inversiones, así las tejedoras acuden a un mercado sobre el cual no tienen poder ni control.

En este contexto, de marginalidad y explotación es que las mujeres decidieron emprender la senda de la organización bajo los objetivos primordiales de insertarse directamente en el mercado para mejorar la rentabilidad del trabajo, obtener utilidades, lograr autonomía y defender la tradición de sus antepasados; aquí instituciones de cooperación y del

gobierno local desempeñaron un rol importante para sostener el proceso hasta que pueda despegar por si mismo.

La historia del CACH tiene alrededor de dos décadas de búsqueda de esos objetivos primordiales, en la cual se han marcado tres fases más o menos diferenciadas: en la primera, bajo el auspicio de un programa internacional logran visibilizar con mayor objetividad la realidad del mercado artesanal, pero sienten que no tienen mayor posibilidad de empoderamiento en condiciones de cobijo institucional; en una segunda fase, se estructuran como Asociación, logran insertarse en un nicho del mercado artesanal a nivel nacional que les mantuvo activas, consiguen nuevos auspicios institucionales con enfoques más participativos y compartidos con el fin de solidificar sus estructuras organizacionales, capacitar personal propio, moverse a nivel de ferias nacionales e internacionales y dotarse de infraestructura y equipamiento para la organización.

Sin embargo, la crisis de adecuación entre perspectivas empresariales y comunitarias, conflictos internos y la imposibilidad de abrir un mercado más significativo, sumado a la crisis económica a nivel país y la dolarización, terminaron por colapsar al CACH como modelo organizativo clientelar y comunitario.

Así llegan a su tercera fase (2002 hasta la actualidad) en donde asumen el control del proceso. En estos tres años de administración directa se replantearon las políticas de comercialización, (reciben mercancía de las socias sólo bajo pedido) y cuentan con compradores selectivos para el mercado nacional; a diferencia de las fases anteriores se decidió priorizar un producto: el sombrero, lo cual les permitió abrirse hacia un nuevo mercado disponible: las casas exportadoras con quienes se ha establecido convenios para abastecerles de producto semiprocesado. A

nivel internacional se logró concretar los negocios con Comercio Justo en esta misma rama de sombreros, logrando por primera vez exportar directamente y mejorando en el 100% el precio de venta constituyéndose en el hito más importante de la historia de la organización.

Como mecanismo de superación de la alta conflictividad interna el CACH elige anualmente a su directiva, a separado funciones entre esta y la gerencia, se rinde cuentas a la asamblea mensualmente, además se tiene al día los pagos al fisco por concepto de tributaciones.

Para el 2004 y 2005, el CACH logró ventas que les ha permitido repartir utilidades a sus socias, lo cual representa un logro significativo en su proceso, pues es la realización de su sueño: mejorar la rentabilidad de su trabajo y posicionarse en el mercado y en el territorio con identidad propia.

Las estrategias que la organización ha desplegado durante su proceso para insertarse en el mercado directamente y mejorar sus niveles de ventas, de precios y de utilidades, en términos generales son:

- Un permanente trabajo socio organizativo, técnico productivo, mejoramiento de calidad, diversificación de productos, investigación de mercados, innovación de diseños, y análisis de costos.
- Identificación de eslabones favorables en la cadena de intermediación, esto es, casas exportadoras, instituciones no gubernamentales y almacenes mayoristas en las principales ciudades del país.
- Con esta base se implementaron mecanismos diferenciados de comercialización según sea el mercado local, nacional o internacional.

Con esto, el CACH ha logrado una inserción exitosa en el mercado, pues tiene una demanda permanente y en crecimiento de sus productos, controla la cadena productiva en sus principales fases, vende a mejores precios superando la intermediación más absorbente de la red, generando beneficios y utilidades económicas para sus socias y convirtiendo a la organización en un referente social y artesanal del territorio.

En términos de aprendizajes, el más relevante de ellos, fue la tarea de adecuar las estructuras organizativas tradicionales y comunitarias a la realidad de un mercado competitivo y cambiante logrando un “cambio de mentalidad sin cambio cultural”, esto es mejorar la calidad de la producción, cumplir los compromisos, abrirse a las innovaciones y requisitos del mercado, exigencias que al ser abordadas han contribuido al empoderamiento de las mujeres en su entorno y ha contribuido a fortalecer su identidad como mujeres y como organización.

La capacitación sobre todo a una nueva generación de mujeres dirigentes es otra línea de aprendizaje pues resultó una de las mejores estrategias para la autonomía y autogestión de la organización.

El mantener un enfoque de integralidad cuando se trata de procesos que involucran a colectivos y estos corresponden a territorios pobres tradicionalmente marginales es también una lección que merece considerarse, pues el encadenamiento entre organización, producción y comercialización permite manejar y controlar la cadena productiva adecuadamente a más de avanzar en procesos de empoderamiento social y político con los actores locales.

Por último, esta experiencia se correlaciona con el territorio acertadamente, pues por un lado ha sustentado su perspectiva en la tradición y el reconocimiento del cantón Chordelég como centro artesanal del país, pero

por otro está contribuyendo a revalorizar las artesanías de la región a nivel internacional.

Quedan en agenda un conjunto de reflexiones con la organización, las mismas que serán tamizadas por el colectivo de socias y de seguro ellas encontrarán las mejores opciones para llevarlas a la práctica y así continuar con su incesante proceso por encontrar mejores días para su familia, sus comunidades y por cierto para si mismas como mujeres emprendedoras.