



Organización
Internacional
del Trabajo

STRENGTHEN Series de publicación

Documento de trabajo No. 17 – 2020

Estudio sobre competencias para el comercio y la diversificación económica en la cadena de valor de la exportación de artesanía en Guatemala

Nancy Argueta



Este documento ha sido elaborado por
la Oficina Internacional del Trabajo
con la asistencia financiera de la Unión
Europea.

Servicio
de Desarrollo
e Inversión

Departamento
de Política
de Empleo

Copyright © Organización Internacional del Trabajo 2020
Primera edición 2020

Las publicaciones de la Oficina Internacional del Trabajo gozan de la protección de los derechos de propiedad intelectual en virtud del protocolo 2 anexo a la Convención Universal sobre Derecho de Autor. No obstante, ciertos extractos breves de estas publicaciones pueden reproducirse sin autorización, con la condición de que se mencione la fuente. Para obtener los derechos de reproducción o de traducción, deben formularse las correspondientes solicitudes a Publicaciones de la OIT (Derechos de autor y licencias), Oficina Internacional del Trabajo, CH-1211 Ginebra 22, Suiza, o por correo electrónico a rights@ilo.org, solicitudes que serán bien acogidas.

Las bibliotecas, instituciones y otros usuarios registrados ante una organización de derechos de reproducción pueden hacer copias de acuerdo con las licencias que se les hayan expedido con ese fin. En www.ifrro.org puede encontrar la organización de derechos de reproducción de su país.

ISSN 1999-2939; 1999-2947 (web .pdf)

Las denominaciones empleadas, en concordancia con la práctica seguida en las Naciones Unidas, y la forma en que aparecen presentados los datos en las publicaciones de la OIT no implican juicio alguno por parte de la Oficina Internacional del Trabajo sobre la condición jurídica de ninguno de los países, zonas o territorios citados o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras.

La responsabilidad de las opiniones expresadas en los artículos, estudios y otras colaboraciones firmados incumbe exclusivamente a sus autores, y su publicación no significa que la OIT las sancione.

Las referencias a firmas o a procesos o productos comerciales no implican aprobación alguna por la Oficina Internacional del Trabajo, y el hecho de que no se mencionen firmas o procesos o productos comerciales no implica desaprobación alguna.

Para más información sobre las publicaciones y los productos digitales de la OIT, visite nuestro sitio web: ilo.org/publns.

Impreso en Suiza

Siglas y acrónimos

AGEXPORT	Asociación de Exportadores de Guatemala
BANGUAT	Banco de Guatemala
ENCOVI	Encuesta Nacional de Condiciones de Vida
ENEI	Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (Sociedad Alemana de Cooperación Internacional)
ILO	International Labour Organization
INACOP	Instituto Nacional de Cooperativas
INE	Instituto Nacional de Estadísticas Guatemala
INGUAT	Instituto Guatemalteco de Turismo
INTECAP	Instituto Técnico de Capacitación y Productividad
ITC	International Trade Centre
MIPYME	Micro, Pequeña y Mediana Empresa
MINECO	Ministerio de Economía
MIPYME	Micro, Pequeña y Mediana Empresa
OIT	Organización Internacional del Trabajo
PNCOM	Política Nacional de Competitividad
PNED	Política Nacional de Empleo Digno
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PRONACOM	Programa Nacional de Competitividad
PYME	Pequeña y Mediana Empresa
SAT	Superintendencia de Administración Tributaria de Guatemala
SINAFOL	Sistema Nacional de Formación Laboral
SOSEP	Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente de la República
STED	Skills for Trade and Economic Diversification
USAID	United States Agency for International Development (Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional)
WEF	World Economic Forum (Foro Económico Mundial)

Indices

Siglas y acrónimos	i
Introducción	1
1 Capítulo 1: Caracterización de la artesanía textil en Guatemala	3
1.1 La tradición textil artesanal en Guatemala.....	3
1.2 Distribución geográfica de la producción de artesanía textil	4
1.3 La cadena de valor de la artesanía textil	5
1.3.1 <i>Insumos y materias primas</i>	6
1.3.2 <i>Diseño</i>	7
1.3.3 <i>Producción</i>	8
1.3.4 <i>Comercialización</i>	10
1.3.5 <i>Exportación</i>	10
1.3.6 <i>Investigación y divulgación</i>	12
1.4 Trabajo y empleo en la cadena textil artesanal	14
1.4.1 <i>Desafíos metodológicos para estimar y caracterizar la ocupación en la cadena</i> ...	14
1.4.2 <i>Aproximaciones a la calidad de la ocupación en la cadena</i>	15
1.4.3 <i>Estimación cuantitativa de la ocupación en la cadena</i>	17
1.5 Vínculos de la cadena de artesanía textil con otras cadenas productivas	17
1.5.1 <i>Sector turismo</i>	17
1.5.2 <i>Sector industria textil</i>	19
2 Capítulo 2: Perspectivas de la cadena de valor	21
2.1 Los textiles artesanales guatemaltecos en el mercado internacional	21
2.2 Una mirada desde el segmento de industrias creativas.....	22
2.2.1 <i>Evolución de exportaciones en partidas arancelarias seleccionadas</i>	23
2.2.2 <i>Importaciones en mercados clave: Estados Unidos de Norteamérica</i>	27
2.2.3 <i>Competidores en el mercado centroamericano</i>	28
2.3 Ambiente empresarial e impulsores de cambio de la cadena	28
2.3.1 <i>Político</i>	28
2.3.2 <i>Económico</i>	29
2.3.3 <i>Social</i>	29
2.3.4 <i>Legal</i>	30
2.3.5 <i>Ambiental</i>	31
2.4 Brechas en las capacidades empresariales.....	32
2.4.1 <i>Estándares de calidad</i>	32
2.4.2 <i>Innovación</i>	34
2.4.3 <i>Capacidad productiva</i>	34
2.4.4 <i>Mercadeo y ventas</i>	35
2.4.5 <i>Administración</i>	36
2.5 Mecanismos institucionales de fomento y apoyo al sector.....	36
2.5.1 <i>La percepción de los actores sobre la visión de desarrollo de la cadena</i>	37
2.5.2 <i>Políticas públicas y el desarrollo de la cadena</i>	38
2.5.3 <i>Mapeo de instituciones</i>	40
3 Capítulo 3: El desarrollo de habilidades en la cadena	42
3.1 La oferta de educación, formación y capacitación.....	42
3.1.1 <i>Educación formal, extra-escolar y superior</i>	42
3.1.2 <i>Educación y capacitación técnica y profesional</i>	44
3.1.3 <i>Otras fuentes de formación y capacitación</i>	45
3.2 Percepción de las habilidades en la cadena de valor	46
3.3 Demanda de competencias y nuevos puestos de trabajo	48
3.3.1 <i>Conocimientos, habilidades y actitudes requeridos en la cadena de valor</i>	48
3.3.2 <i>Nuevas ocupaciones o puestos de trabajo</i>	50

3.3.3	<i>Balance de las competencias a nivel de la cadena</i>	50
3.4	Obstáculos para la educación, formación y capacitación	52
3.4.1	<i>Desconocimiento de oferentes de formación y capacitación</i>	52
3.4.2	<i>Centralización de las oportunidades de capacitación y aprendizaje</i>	52
3.4.3	<i>Uso limitado de recursos plurilingües</i>	52
3.4.4	<i>Condiciones de infraestructura inadecuadas para el proceso de aprendizaje</i>	53
3.4.5	<i>Aislamiento físico y tecnológico de comunidades indígenas</i>	54
3.4.6	<i>Restricciones de tiempo de tejedoras y empresario/as</i>	54
3.4.7	<i>Ausencia de seguimiento a los procesos formativos</i>	55
3.4.8	<i>Otros</i>	55
4	Recomendaciones para mejorar la competitividad de la cadena	56
4.1	Consolidar una visión de desarrollo de la cadena	56
4.2	Revisar marco normativo-institucional y fomentar la coordinación interinstitucional	56
4.3	Formalizar espacios de diálogo en torno al desarrollo de competencias en la cadena	57
4.4	Mejorar la disponibilidad y calidad de estadísticas laborales y comerciales de la cadena	57
4.5	Establecer una agenda de investigación para el desarrollo textil artesanal	59
4.6	Promover encadenamientos con sectores de industria textil y turismo	59
4.7	Segmentar mercados y escalar productos y procesos	59
	Referencias	61

Introducción

La elaboración de textiles con técnicas ancestrales es más que un medio para la generación de ingresos de miles de hogares guatemaltecos. Representa un pilar fundamental de la identidad indígena Maya y una manifestación de la riqueza cultural de Guatemala.

Este estudio sobre competencias para el comercio y la diversificación económica en la cadena de valor de la exportación de artesanía textil en Guatemala se desarrolla en el marco del proyecto “Fortalecimiento del Impacto en el empleo de las Políticas Sectoriales y Comerciales” (componente Evaluar y Abordar los Efectos del Comercio en el empleo - Fase 2), implementado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en Guatemala, con fondos de la Unión Europea.

El estudio reconoce el valor intrínseco las artesanías textiles para Guatemala, su potencial para diversificarse y contribuir al desarrollo exportador del país. Para ello, analiza la cadena de valor y se anticipa al desarrollo de habilidades que serán requeridas para mejorar su desempeño y su competitividad en los mercados internacionales.

Los resultados del estudio no pretenden ser definitivos. Por el contrario, se espera continúen abonando al diálogo para avanzar en la definición de estrategias efectivas para el desarrollo de la cadena de valor

El documento se estructura en cuatro capítulos. El primero presenta una caracterización de la cadena, para lo cual hace un breve recuento de elementos históricos y culturales relacionados con la tradición textil maya, la ubicación geográfica de la producción textil artesanal, así como una descripción de los principales eslabones de la cadena de valor y las relaciones entre sus actores. De igual forma, enuncia vínculos entre la cadena y otros sectores clave (industria textil y turismo) para reiterar la importancia de avanzar hacia el establecimiento de encadenamientos productivos. La caracterización también intenta aproximarse a la calidad de la ocupación en la cadena de valor.

El segundo capítulo explora las perspectivas de la cadena de valor a partir de criterios comerciales, institucionales y empresariales. Así, analiza la posición comercial de las artesanías textiles guatemaltecas en la región y el mundo, e identifica factores de índole político, económico, social, legal y ambiental que pueden afectar la cadena, transformar sus relaciones o fortalecer su funcionamiento. De manera complementaria, presenta los mecanismos institucionales de apoyo a la cadena y resume la percepción de los actores clave sobre la efectividad de los mismos. A partir de la triangulación de las fuentes, precisa las principales brechas en las capacidades empresariales, que servirán de base para detectar posibles mecanismos para reforzar competencias por medio de la educación, la formación y la capacitación.

El tercer capítulo se centra en el desarrollo de habilidades en la cadena de valor. Para ello, explora la oferta de educación, formación y capacitación pertinente, así como la demanda de competencias y nuevos puestos de trabajo, según las necesidades expresadas por los actores clave. En adición, describe algunos de los principales obstáculos para la educación, formación y capacitación, que deberán ser superados para desarrollar las habilidades necesarias para el fortalecimiento de la cadena.

El informe cierra con un apartado de recomendaciones para el fortalecimiento de la cadena de valor de artesanías textiles y para el diseño de políticas de desarrollo de competencias coherentes con la creación de trabajo decente y productivo en Guatemala.

1 Capítulo 1: Caracterización de la artesanía textil en Guatemala

1.1 La tradición textil artesanal en Guatemala

Al igual que en otros países de la región de América Latina, la elaboración de tejidos con técnicas artesanales está profundamente ligada a la identidad indígena y al patrimonio cultural. Para el caso, la tradición textil en Guatemala se asocia con la cultura y cosmovisión Maya y se remonta a más de doscientos años antes de Cristo (Knoke de Arathoon, B. 2011; PROTEJE, 2011).

Conforme lo establece la mitología Maya, el arte y oficio de tejer está asociado a deidades femeninas, como Ixchebelyax, protectora del tejido e hija de la diosa Ixchel (Knoke de Arathoon, B. 2011), quien aparece a su vez en algunas representaciones como la suprema tejedora utilizando el telar de cintura; o bien como diosa del tejido (PROTEJE, 2011).

Las mujeres Mayas han jugado un rol fundamental en la preservación de las técnicas, la transmisión intergeneracional del conocimiento de las tareas de hilado, tinte y tejido, particularmente con telar de cintura, así como en la conservación de las tradiciones mediante el uso cotidiano de indumentaria elaborada con técnicas artesanales. Según cifras del último censo de 2018 (INE, 2019), 38.8% del total de las personas que reportaron pertenecer al pueblo Maya usa ropa o trajes mayas: 67.6% de las mujeres mayas, en contraste con el 8% de los hombres, quienes han adoptado trajes o prendas occidentales. Lo anterior implica que de un total estimado de 2,4 millones de personas que utiliza prendas mayas, 9 de cada 10 son mujeres (INE, 2019).

Anteriormente, se observaba una vinculación más estrecha entre las combinaciones de colores y figuras de los tejidos y las regiones de donde provenían (PROTEJE, 2011). En otras palabras, los tejidos eran una expresión cultural asociada a la geografía, por lo que se observaban diferencias notorias en la indumentaria entre municipios y localidades. En la actualidad, todavía logran identificarse diseños distintivos, aunque coexisten estilos tradicionales y modernos de indumentaria maya, que no sólo reflejan el “dilema entre la tradición y la moda” y entre éstas y la economía de los hogares (PROTEJE, 2011; Knoke de Arathoon, 2011) sino también vínculos más o menos cercanos y específicos con una comunidad o municipio, o más genéricos con la etnia maya.

Los tejidos, así como los bordados y brocados que suelen decorarlos, también constituyen una forma de lenguaje. A través de diseños, combinaciones y formas transmiten significados, símbolos, historias o “retazos de la cosmovisión ancestral” (PROTEJE, 2011) de las tejedoras y sus pueblos. Tal como lo señala PROTEJE (2011), “a través de la repetición de procesos y de la transmisión de la información de generación en generación, las tejedoras mayas han utilizado sus prendas como medios de comunicación para preservar su patrimonio cultural y escribir su historia con hilos de colores”.

En la elaboración de tejidos artesanales, prevalecen dos tipos de técnicas: el telar de cintura (o telar de palitos), utilizado tradicionalmente por las mujeres desde la época pre-hispánica; y el telar de pie, introducido por los españoles en la época de la colonia, y utilizado mayoritariamente por hombres. Se observan cambios en las últimas décadas en esta distribución y en la actualidad pueden encontrarse algunos

hombres utilizando el telar de cintura, así como muchas más mujeres usando el telar de pie¹.

De lo anterior se desprende que la elaboración de textiles con técnicas artesanales trasciende la lógica económica, comercial o de exportación. De forma preliminar, pueden distinguirse cuatro fines o usos de los textiles:

- elaboración de huipiles y otras prendas para uso en rituales o ceremonias, lo que le confiere un valor simbólico, comunitario e incluso sagrado a las piezas, por lo que no están sujetas a la comercialización para su uso o transformación en otros accesorios, o ésta resulta polémica para las comunidades;
- producción de prendas de vestir para autoconsumo o para consumo al interior de las comunidades indígenas;
- producción de prendas, otros artículos textiles u otros con aplicaciones textiles para venta a terceros ajenos a las comunidades indígenas (consumo nacional, turistas nacionales y extranjeros que visitan el país, comercialización interna o internacional mediante diversos canales);
- producción de prendas, otros artículos textiles u otros con aplicaciones textiles con fines exclusivos de exportación, en cuyo caso los diseños y las combinaciones de colores utilizadas suelen diferenciarse de los patrones más tradicionales.

Existen continuidades y cambios en la tradición textil artesanal. Las “tecnologías” de tejido con telar de cintura y de pedal no han cambiado, pero ha proliferado el uso de máquinas de coser para realizar bordados y otras aplicaciones. También es posible, en alguna medida, realizar adaptaciones de diseños de telar de cintura a telar de pie. Por su parte, las tendencias de la moda inciden a nivel local en la selección de fibras (más o menos sintéticas), colores (más o menos brillantes) o accesorios.

1.2 Distribución geográfica de la producción de artesanía textil

La elaboración de tejidos artesanales se registra en al menos 17 de los 22 departamentos del país (Knoke de Arathoon, 2011), incluyendo Petén, Huehuetenango, Alta Verapaz, Baja Verapaz, Quiché, San Marcos, Quetzaltenango, Totonicapán, Sololá, Retalhuleu, Suchitepéquez, Chimaltenango, Sacatepéquez, Guatemala, Escuintla, Jalapa y Chiquimula.

Sin embargo, la producción se concentra en mayor medida en algunos departamentos del Occidente y del Altiplano de Guatemala, tales como Sololá, Chimaltenango, Sacatepéquez, Quetzaltenango, Totonicapán, Quiché y Huehuetenango (OIT, 2019; Knoke de Arathoon, 2011). Estos siete departamentos aglutinan al 31.2% de la población total del país, al 55.5% de la población Maya y al 62.8% de la población Maya que viste trajes indígenas (INE, 2019). En promedio, 7 de cada 10 personas en estos departamentos declararon pertenecer al pueblo Maya, en contraste con 4 de cada 10 a nivel nacional (INE, 2019). Lo anterior confirma el vínculo entre la elaboración de tejidos artesanales y la identidad indígena Maya.

¹ Según Andersen (2016), las mujeres comenzaron a usar con mayor frecuencia el telar de pie por necesidad económica y a raíz de la situación política en Guatemala de los años ochenta.

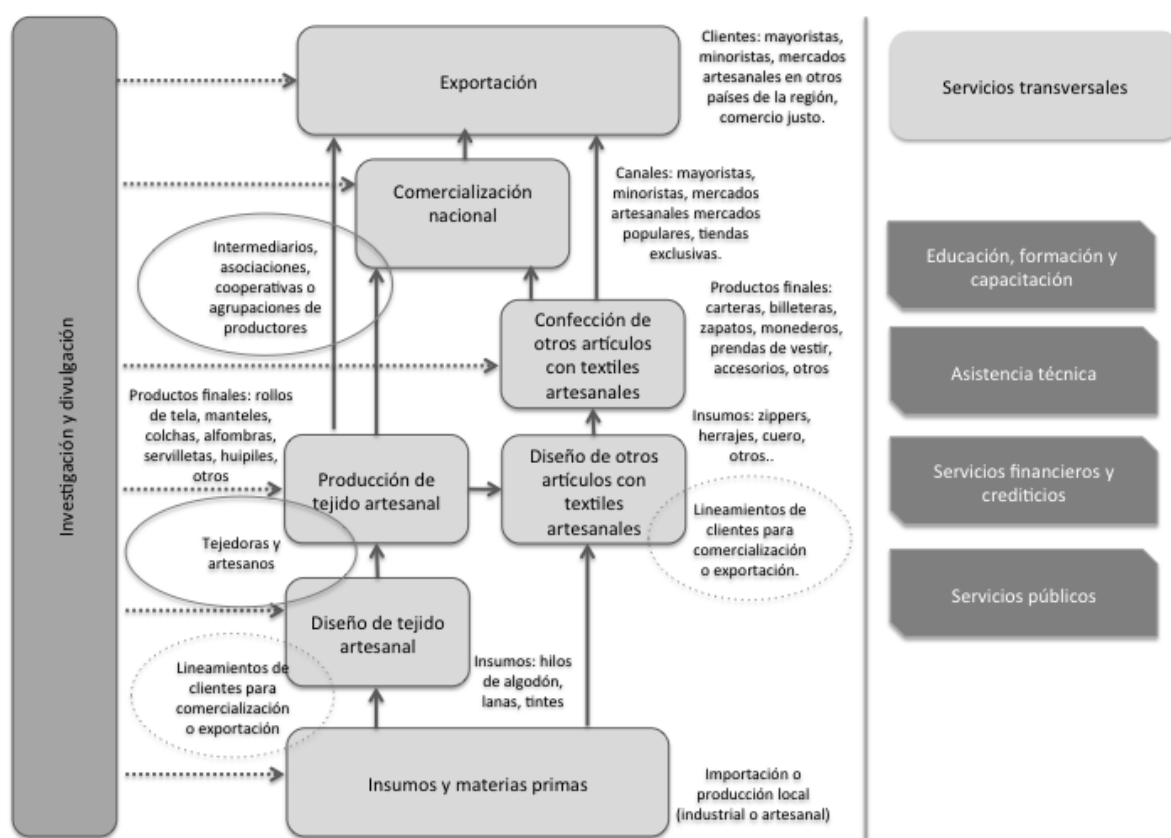
1.3 La cadena de valor de la artesanía textil

En términos generales, una cadena de valor se define como el conjunto de actividades requeridas para que un “producto o servicio transite a través de diferentes etapas, desde su concepción hasta su entrega a los consumidores y la disposición final después de su uso” (Kaplinsky y Morris, 2002 en Padilla y Odone, s.f). Estas etapas se denominan eslabones y su número varía según el tipo de industria, producto o servicio. El análisis de la cadena de valor es útil para fortalecer su funcionamiento y contribuir, previa comprensión de sus dinámicas y modelos de gobernanza, a diseñar medidas que permitan una distribución más balanceada del valor agregado generado en la misma.

El reciente estudio TRAVERA (OIT, 2019) proponía cuatro eslabones para la cadena de valor de artesanías textiles. A continuación, sin embargo, y como resultado del proceso de investigación realizado en el marco de este estudio, se esboza un planteamiento alternativo, que distingue seis eslabones en la cadena: insumos y materias primas, diseño, producción, comercialización, exportación, e investigación y divulgación (ver diagrama 1). La adición de los eslabones adicionales permite considerar dimensiones artísticas y patrimoniales, que trascienden la lógica económica, pero que cubren aristas tan relevantes para el funcionamiento de esta cadena. Así, el análisis de esta cadena privilegia la inclusión no lineal² del eslabón de investigación y comunicación, en parte porque es una actividad mandatoria según la legislación vigente, pero también porque tiene el potencial de agregar mayor valor a la cadena de textiles artesanales.

² En vez de incorporarla como servicio de apoyo transversal.

Diagrama 1: Cadena de valor de la artesanía textil



Fuente: Elaboración propia, base entrevistas semi-estructuradas, OIT (2019), USAID (2005), FHI360(2016), Padilla y Odone (s.f.).

A continuación, se describe brevemente cada uno de los eslabones de la cadena.

1.3.1 Insumos y materias primas

El hilo de algodón constituye la principal materia prima para los tejidos en telar de cintura y telar de pie, aunque también se identifican hilos de lana, de seda y otros fibras naturales o sintéticas.

Estudios cualitativos previos sobre la cadena de valor del sector (USAID, 2005) señalaban que la limitada disponibilidad de hilo teñido de calidad exportable era un cuello de botella crítico, sobre todo en lo referente a colores especiales o de moda. En la actualidad, todavía se perciben debilidades o brechas en la proveeduría de los hilos. Algunos actores exportadores señalan que no siempre se encuentra en el mercado la combinación de cantidad, calidad o gama de colores requeridos para elaborar artículos o prendas según especificaciones para exportación. Esto ha requerido reajustes en los procesos internos de las asociaciones, cooperativas o empresas para planificar mejor sus insumos y producción y realizar compras por lote, lo que les otorga un mejor poder de negociación. No obstante, estos reajustes no son posibles para aquellos productores con volúmenes bajos de producción, y por ende, menores capacidades administrativas y de negociación con proveedores.

Las relaciones entre productores y proveedores de insumos suelen ser relaciones de mercado o de proveeduría, donde se realizan transacciones de pago a

cambio de las materias primas entregados. Dependiendo de la modalidad de integración a la cadena de exportación, los insumos – como hilos – pueden ser provistos por asociaciones, cooperativas, intermediarios u otros, para asegurar los estándares de calidad (ver 2.4.1) o evitar el endeudamiento de productores que no tienen acceso a capital de trabajo.

Otros insumos o materiales utilizados por el sector son: agujas, alfileres y grapas; telas, cuero; botones, remaches, velcros; tintes, pigmentos y otros colorantes (OIT, 2019).

1.3.2 Diseño

Si bien el diseño puede concebirse como un aspecto inherente a la producción, cuando ésta tiene fines previamente establecidos de exportación, se fragmenta el proceso en la cadena de valor del sector textil artesanal. La persona que diseña suele ser externa al ámbito de las técnicas ancestrales y ajena a las comunidades indígenas, pero se encuentra alineada con las tendencias internacionales de la moda y los requerimientos del cliente; por lo tanto, establece las condiciones de los pedidos y tiene un poder importante de decisión respecto a la aceptación o rechazo de la producción. Debido a lo anterior, se propone identificar el diseño como un eslabón diferenciado en la cadena.

El diseño es crucial porque permite la adaptación de las técnicas ancestrales a otro tipo de gustos y demandas, contribuyendo así a mejorar el posicionamiento de productos guatemaltecos en los mercados mundiales. También es uno de los segmentos que genera mayor valor agregado (OIT, 2019). Empero, suele ser un eslabón donde se crean tensiones frecuentes entre los actores.

En la actualidad, existe una amplia gama de formas de interacción – algunas más fluidas que otras, entre las fases de producción y diseño. Diseñadores, nacionales o internacionales, representando a sus propias marcas o a compradores en el extranjero, pueden, por ejemplo, crear sus propios diseños de combinaciones no tradicionales en cortes y telas y solicitar a los productores, de forma directa o a través de asociaciones u organizaciones, los elaboren con las técnicas ancestrales. Luego, los diseñadores usan la tela y la transforman, por medio de otros actores, nacionales o internacionales, en productos innovadores.

Asociaciones, cooperativas, grupos de productores o incluso comercializadores pueden de manera complementaria contratar (eventual o permanentemente) a diseñadores, aunque se destaca que la disponibilidad financiera – sobre todo de los productores - para sostener estos recursos humanos es limitada. Estudios previos sobre esta cadena (USAID, 2005) identificaban hace más de una década la demanda por servicios locales de diseño, económicamente accesibles, a fin de apoyar a tejedoras y grupos de productores en el desarrollo y mejora de productos. Esta necesidad continúa estando vigente.

Finalmente, existen casos de productores que han aprendido de forma empírica o a través de asistencias técnicas a innovar en diseños y fundir técnicas ancestrales de tejido en la elaboración de accesorios de moda, logrando así mejorar su posición en la cadena de valor y vincularse con mercados de exportación.

El nivel de intercambio es variable entre diseñadores y productores, y puede adquirir diversas formas a lo largo de un *continuum*. Los diseñadores pueden enviar sus diseños a través de fotos y brindar supervisión distante a la elaboración de

prototipos o muestras, a través de asociaciones, cooperativas o intermediarios³, sin interactuar tan de lleno con tejedoras y tejedores; o bien, trasladarse a las comunidades y trabajar propuestas de forma conjunta con los artesanos, en función de lo que posibilita cada una de las técnicas.

Algunas universidades han jugado un papel importante como aliadas de asociaciones u organizaciones de artesanos o comercializadores para promover el desarrollo de nuevos diseños y productos. Como parte de prácticas, intercambios académicos u otros proyectos, han provisto servicios de diseño gráfico y diseño industrial, entre otros, a través de diseñadores familiarizados con el área textil artesanal. El alcance de estos apoyos se considera limitado, aunque con potencial de mejorarse en escala y calidad.

Las tensiones entre diseño y producción se dan por múltiples razones. La primera tiene que ver con el origen y el uso de los diseños. Un ejemplo es el uso indebido - en pasarelas y desfiles de moda - de diseños considerados como sagrados por las comunidades indígenas; o el uso de pedazos de huipiles antiguos, también considerados como ceremoniales, como componentes en productos y accesorios, en formas que transgreden las tradiciones Mayas. Otro ejemplo polémico se refiere al temas no resuelto de propiedad intelectual y a la falta de reconocimiento de la inspiración Maya en algunos de los diseños. En ciertos casos, se menciona la apropiación indebida de diseños o extractos de diseños que se vinculan a la geografía cultural, por lo que se cuestiona que sean patentados bajo marcas de diseñadores individuales, nacionales o extranjeros; o restringidos en su uso, aplicación o adaptación posterior por parte de tejedoras. En resumen, las tensiones se generan cuando se materializa la percepción de que el diseño y la posterior comercialización de textiles artesanales o accesorios con textiles artesanales se da sin el debido respeto a la cultura Maya o sin el adecuado reconocimiento (simbólico y monetario) de los aportes culturales.

Otra fuente de tensión entre estos eslabones se da al nivel de relación de proveeduría. Dado que los diseñadores suelen realizar el control de la calidad de los productos y sus estándares de exigencia son altos, se señalan casos en que no aceptan y no pagan los tejidos debido a errores, pero tampoco permiten la comercialización por canales alternativos, lo que genera pérdidas para las asociaciones de productores. Esto ha requerido gestiones de negociación entre grupos de productores y clientes exportadores.

1.3.3 Producción

El proceso tradicional de producción con las técnicas de telar de cintura y telar de pie puede iniciar desde el hilado de algodón o lana y el tinte de los hilos, pasar por la urdimbre, hasta concluir con el tejido y la aplicación de decoraciones. En el proceso puede intervenir una o diversas personas. Según Andersen (2016) se identifican las hiladoras de algodón o de lanas, tintoreros de algodón, atadoras de jaspe⁴, urdidoras para telar de cintura, tejedoras de telar de cintura, devanadores de

³ Estudios previos (USAID, 2005) señalaban que los costos transaccionales para intercambiar información sobre nuevos diseños eran elevados, por lo que exportadores preferían trabajar con asociaciones, grupos de productores o intermediarios comerciales.

⁴ Técnica del jaspe: técnica de teñido en reserva para crear motivos decorativos en las telas mediante anudados de la tela o de los hilos. Se aplica principalmente a los hilos con que se tejen los cortes (PROTEJE, 2011)

bobina, urdidores de telar de pie, tejedores de telar de pie y las bordadoras (con aguja y crochet)⁵.

Insumos como hilos de algodón, lana y tintes – anteriormente elaborados en los hogares o talleres familiares- han sido progresivamente sustituidos por hilos o lanas teñidas provenientes de la industria. Lo anterior reduce la inversión de tiempo de las familias en la preparación de los materiales requeridos para la elaboración de piezas tanto para el telar de cintura como para el de pie. Si bien existen iniciativas puntuales para recuperar las actividades de hilado a partir del algodón y para promover el uso de tintes orgánicos para teñir el hilo crudo, según las entrevistas realizadas la práctica común es a comprar el hilo industrial en las gamas de colores que se encuentran disponibles. La conservación de las técnicas tradicionales de hilado y tinte suele tener fines demostrativos para visitantes y turistas.

La dedicación de tiempo a las actividades de elaboración de textiles con técnicas artesanales es variable. La naturaleza portátil del telar de cintura, por ejemplo, brinda movilidad y flexibilidad a las mujeres para que puedan integrar este arte y oficio con otras actividades económicas y responsabilidades del hogar (USAID,2005), ya sea desde sus hogares, entornos comunitarios, mercados u otros. Así, se encuentran personas que se dedican casi a tiempo completo a la actividad de producir textiles artesanales con fines de autoconsumo, comerciales o ambos; otros que lo hacen a tiempo parcial y combinan la elaboración de prendas con otras actividades tanto de cuidado del hogar como de generación de ingresos (incluyendo la agricultura, la ganadería, la venta de otro tipo de productos o la prestación de otro tipo de servicios); así como otras que además de producir textiles artesanales se involucran, de forma directa en la comercialización de productos, ya sea a nivel nacional o internacional. Según registros⁶ del Ministerio de Cultura y Deportes (2019), los artesanas y artesanos en esta cadena destinan un mínimo de una hora diaria y un máximo de nueve a labores relacionadas con el tejido o la elaboración de textiles.

Dependiendo del tipo, técnicas y fines de la producción, la elaboración de los tejidos o de los artículos relacionados puede darse de forma concentrada o segmentada. En este último caso, los diferentes elementos para la confección de una pieza final pueden ser distribuidos entre distintas personas; es decir, algunas pueden dedicarse a la elaboración de cortes con telar de pie y otras a las tareas de decoración y bordado. En este sentido, el grado de vinculación entre la tejedora y el producto final también varía. Pueden entregar cortes y tejidos como insumos para que otros los transformen en múltiples piezas, artículos o como parte de accesorios de moda (carteras, zapatos, cinturones, entre otros); elaborar de forma directa los productos terminados para comercialización y/o exportación. Por su parte, debido al volumen, similares pedidos con fines de exportación pueden ser atendidos por uno o varios grupos de tejedoras de forma simultánea.

Las tejedoras pueden organizarse en torno a micro, pequeñas o medianas empresas, o integrar asociaciones o cooperativas. Sin embargo, los niveles de organización de artesanas y artesanos en este sector son aún bajos. A modo de referencia, del total de personas o establecimientos que reportaron dedicarse a la

⁵ En adición, y en otros procesos asociados para la elaboración de textiles con otras fibras naturales, se encuentran: fabricantes de cordeles, fabricantes de bolsos de red, fabricantes de morrales, fabricantes de hamacas, fabricantes de pulseras y tejedoras de cintas (Andersen, 2016)

⁶ Registro de 1,377 personas artesanos, de las cuales XXX elaboran textiles artesanales.

producción⁷ en la encuesta TRAVERA (OIT, 2018), únicamente 23.9% indicó pertenecer a alguna asociación u organización. El motivo más frecuente para no formar parte de estas instancias es el desconocimiento de su existencia.

1.3.4 Comercialización

Dependiendo de su naturaleza, nivel de organización, escala de producción y calidad del producto - los actores en la cadena comercializan de forma simultánea a través de múltiples canales, a nivel nacional, internacional (ver 1.3.5) o ambos.

Según la encuesta TRAVERA (OIT, 2018), los establecimientos encuestados utilizaron en promedio dos canales, siendo los más frecuentes el comercio en negocio propio y en tienda particular.

Para productores de subsistencia y menos organizados, las opciones incluyen desde la venta directa en sus comunidades de origen a turistas, la venta ambulante y la venta en ferias o mercados locales, que pueden realizar por su cuenta o a través de intermediarios. También pueden comercializar de forma directa a distribuidores o tiendas más exclusivas, o a través de intermediarios.

Productores integrados en asociaciones, cooperativas y federaciones de cooperativas se apoyan en las plataformas de sus organizaciones para vender a nivel nacional en tiendas vinculadas a estas organizaciones; o dependiendo de las estrategias de comercialización de las organizaciones, los productos se promueven en otros tipos de establecimientos comerciales (almacenes o supermercados, por ejemplo) u otros canales (ventas por internet). En algunos casos, los productos comercializados por asociaciones, cooperativas y federaciones se mercadean bajo una sola marca⁸.

Establecimiento o tiendas de artesanías de trayectoria y formalmente establecidas también utilizan diversos canales de comercialización: venta a locales o turistas que visitan las tiendas, como intermediarios para otros establecimientos comerciales o cadenas, exportaciones a tiendas minoristas o de artesanías exclusivas a la región, exportaciones a otros clientes en el extranjero, así como ventas por internet.

En síntesis, no existe especialización (USAID, 2005) o exclusividad en términos de canales de mercado. Los diferentes actores de la cadena exploran y explotan las ventajas de los diferentes canales de comercialización existentes, y alternan entre los mismos conforme evolucionan sus contactos, la demanda y las relaciones de mercado.

1.3.5 Exportación

Existe un alto grado de heterogeneidad en las maneras de organización de las relaciones productivas y comerciales vinculadas a la exportación de textiles con técnicas artesanales.

A partir de las entrevistas realizadas, se identifican algunas de estas modalidades, que se resumen en el diagrama a continuación, aunque no se descartan

⁷ 176 de los 255 establecimientos encuestados. De estos, solo 42 reportaron pertenecer a una organización u asociación de artesanos.

⁸ ARTEXCO es un ejemplo de este modelo de negocio.

otras formas alternativas de relación. El diagrama refleja las diferentes “distancias” entre las personas dedicadas a la elaboración de tejidos y los clientes exportadores. Las primeras pueden relacionarse con intermediarios, integrar o relacionarse con micro, medianas o pequeñas empresas; o bien, conformar asociaciones sin fines de lucro o cooperativas de productores⁹. Entre productores y clientes exportadores, no suelen mediar relaciones laborales, sino que relaciones de proveeduría, que pueden ser más o menos formales, dependiendo del grado de organización de los productores.

En la mayoría de los casos, los exportadores o sus representantes realizan pedidos con ciertos requisitos de diseño, calidad y tiempos de entrega. Cuando la relación es con empresas, asociaciones o cooperativas, se generan acuerdos más formales de proveeduría, ya sea mediante contratos u otros procesos de compra, que incluso pueden contemplar cláusulas más o menos explícitas para la protección de diseños. Cuando el contacto es a través de asociaciones, cooperativas o incluso intermediarios, estos en ocasiones brindan a las tejedoras insumos, en especial el hilo, a fin de asegurar ciertos estándares de calidad, por lo que el reconocimiento que se hace del trabajo de las tejedoras es de su mano de obra. Existen casos en que los clientes exportadores se relacionan de forma directa con federaciones de cooperativas, las que a su vez pueden establecer pedidos a cooperativas o a tejedores independientes, según conveniencia. Sin embargo, el cliente exportador también puede establecer relaciones directas con tejedoras en las comunidades indígenas, a través de un diseñador u otro representante.

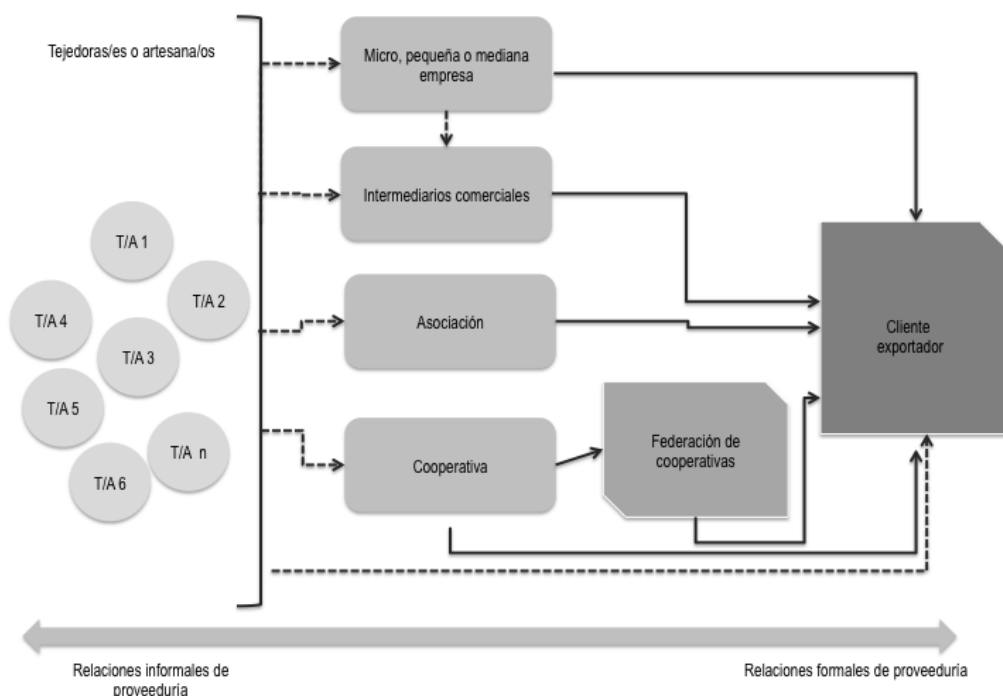
La confianza entre compradores (en este caso exportadores) y vendedores (productores independientes, intermediarios o agrupaciones de productores) se construye gradualmente mediante una serie de pasos que implican riesgos y que llevan a pedidos cada vez más amplios (USAID, 2005), si se demuestra el cumplimiento de estándares de calidad, volumen y tiempo de entrega.

Existen diversos tipos de clientes exportadores. USAID (2006) identificaba dos: los exportadores “viajeros”, que son aquellos que residen en el extranjero pero viajan más de una vez al año a Guatemala con fines de compra y exportación; y exportadores residentes. Por su parte, los compradores en el extranjero incluyen, cadenas minoristas, mayoristas y organizaciones de comercio justo, entre otros.

Los principales destinos de exportación son Estados Unidos de Norteamérica y el mercado centroamericano (El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica) (ver Capítulo 2).

⁹ Según USAID (2005), los grupos de productores surgen como alternativa eliminar el rol de otros intermediarios comerciales.

Diagrama 2: Organización de relaciones productivas y comerciales vinculadas a la exportación



Fuente: Elaboración propia, base entrevistas semi-estructuradas a actores clave.

1.3.6 Investigación y divulgación

Investigar, documentar y comunicar el origen y el valor cultural de las técnicas y los productos elaborados con telares de cintura y pedal debe ser un eslabón visible de la cadena de valor de la artesanía textil en Guatemala. En la práctica, sin embargo, este eslabón suele omitirse y se interpreta como algo deseable, más no inherente o mandatorio para el funcionamiento de la cadena, lo cual limita su potencial y desarrollo.

A diferencia de otro tipo de productos que se comercializan en mercados nacionales e internacionales, las artesanías en Guatemala son sujetas, por disposición de la Constitución Política de la República de Guatemala (artículos 59 y 62), a la protección especial del Estado. No sólo es obligación del Estado proteger, fomentar y divulgar la cultura nacional, de la cual la artesanía – y en especial la textil – es una expresión; también le corresponde emitir leyes para, enriquecer la cultura, preservarla, promoverla y reglamentar la investigación científica; así como propiciar “la apertura de mercados nacionales e internacionales para la libre comercialización de la obra de los artistas y artesanos, promoviendo su producción y adecuada tecnificación” (Asamblea Nacional Constituyente, 1985)

Por su parte, Guatemala dispone de la Ley para la Protección y Desarrollo Artesanal (Decreto 141-96) (Congreso de la República de Guatemala, 1997), que reconociendo el mandato constitucional, establece atribuciones, funciones y otros para proteger, fomentar y promover al sector. Esta ley plasma en sus artículos 4 y 5 funciones de investigación y divulgación. Según la ley, la investigación tiene como fines proponer soluciones a los problemas de comercialización y comunicación; promover la tecnificación sin perjudicar la tradicionalidad; facilitar la localización, registro, clasificación y rescate de artesanías; determinar la autenticidad de materias

primas, técnicas y diseños; mejorar las condiciones socio-económicas de artesanos. En términos de divulgación, la normativa propone diversos medios para dar a conocer las artesanías guatemaltecas a nivel nacional e internacional.

De acuerdo a las entrevistas realizadas, los actores perciben un escaso o parcial cumplimiento de las obligaciones establecidas en esta Ley y falta de claridad sobre las atribuciones o los roles institucionales para el ejercicio de la misma, incluyendo aquellas relacionadas con la investigación y la divulgación. Aunado a lo anterior, las iniciativas existentes se evalúan como aisladas y poco vinculadas a las áreas productivas y de comercialización. Lo anterior es consistente con hallazgos de estudios previos (OIT, 2019) que indican que una de las debilidades de la cadena de valor es que “no existen programas ni directrices [...] que de manera articulada fomenten el desarrollo de las artesanías textiles, resalten su valor cultural, promuevan la competitividad del sector o se tenga un rescate y conservación de técnicas ancestrales”.

Si bien las universidades constituyen una fuente de investigación sobre la cadena en el marco de los proyectos de grado para diferentes carreras (principalmente a nivel de licenciatura), no necesariamente responden a una agenda permanente o estructurada de investigación, y por lo tanto, los alcances son acotados.

Fortalecer el eslabón de investigación y divulgación podría contribuir a los propósitos de reconciliar las demandas de preservación y respeto a las técnicas ancestrales con el impulso comercial-exportador, fomentar el reconocimiento del origen y uso de los tejidos, así como visibilizar los elementos únicos y diferenciadores de los textiles artesanales a fin de mejorar su competitividad en los mercados internacionales y mejorar las condiciones de vida de las comunidades indígenas. Lo anterior supondría definir de forma más sistemática roles, mecanismos, contenidos y medios, entre otros, y al mismo tiempo asegurar los vínculos entre estos esfuerzos y los procesos de producción y comercialización.

Recuadro 1: *Centro Técnico de Innovación Artesanal*

MINECO inauguró en Quetzaltenango el Centro Técnico de Innovación Artesanal el 14 de noviembre de 2019.

Este centro proveerá, entre otros, servicios encaminados a mejorar la calidad y el desarrollo de productos hechos a mano, incluyendo: investigación y desarrollo de nuevos materiales, técnicas y texturas; documentación de técnicas existentes; desarrollo de productos con nichos específicos y estudios de pre-factibilidad de productos (hilos de banano, por ejemplo).

La expectativa es que este centro revitalice también el movimiento artesanal textil en Guatemala y contribuya a un mayor reconocimiento del valor de las piezas artesanales a nivel nacional e internacional. En este espacio, los artesanos de la zona occidental del país tendrán acceso a capacitaciones y actividades de investigación e innovación para aumentar su competitividad y productividad.

El centro se especializará en diagramación textil, con énfasis en la recuperación del conocimiento ancestral perdido sobre cómo programar un telar, lo cual expande posibilidades para el escalamiento de procesos en la cadena de valor de la artesanía textil.

Fuente: Elaboración propia, base entrevistas semi-estructuradas y MINECO (2019).

1.4 Trabajo y empleo en la cadena textil artesanal

1.4.1 *Desafíos metodológicos para estimar y caracterizar la ocupación en la cadena*

Antes de procurar estimar el empleo o la ocupación en la cadena textil artesanal, conviene señalar algunas de las dificultades metodológicas que existen para clasificar las actividades productivas en la misma.

En primer lugar, y en un sentido estricto, podría cuestionarse que la artesanía textil sea es un sector productivo o económico diferenciado. En la práctica, no se registra independientemente de otros sectores en estadísticas (empleo y formación) o cuentas nacionales (producción, partidas arancelarias a nivel de importaciones o exportaciones).

Por su parte, debido a los fines de la producción textil artesanal descritos anteriormente, la frontera entre la tradición familiar, trabajo no remunerado (tejer o bordar para uso o consumo del hogar, por ejemplo) y trabajo con fines de generación de ingresos y comercialización, puede ser difusa. Lo anterior implica que desde las encuestas oficiales de empleo no es siempre precisa la distinción o clasificación de las actividades económicas o productivas a las que pueda dedicarse una persona que teje con técnicas artesanales. Información del último censo parece incluso sugerir que un número no despreciable de personas se dedican a estas actividades pero no las asocian inmediatamente a la noción de “trabajo”. En una de las preguntas¹⁰ de control del censo para determinar la ocupación, 7,563 personas del pueblo Maya de 7 años y más (87.6% mujeres y 12.4% hombres) (INE, 2019), declararon inicialmente no trabajar pero luego reportaron “elaborar o ayudar a hilar, tejer o coser artículos para la venta”. Es precisamente en esta actividad donde se observa una mayor incidencia de omisión en el pueblo Maya, ya que del total de personas a nivel nacional (sin distinción de pueblos) que no declaró inicialmente esta actividad como trabajo, 75.7% pertenecían al pueblo Maya.

La dificultad de clasificación es extensiva a la unidad familiar o económica involucrada en la cadena de valor. Los resultados de la encuesta TRAVERA (OIT, 2018) confirman de alguna manera la multiplicidad de roles que se asumen: del total de 255 establecimientos encuestados, 65.1% señaló dedicarse tanto a la producción como a la comercialización (al por menor o por mayor) y/o exportación de artesanías textiles.

En otro orden de ideas, la heterogeneidad en las formas de organización entre relaciones productivas, comerciales y de exportación complejiza la estimación del tamaño mismo de la cadena en términos de ocupación, volúmenes de producción y ventas. Una de las razones es que los registros de artesanos, empresas, asociaciones y cooperativas pasan por distintas instituciones públicas que no necesariamente comparten información, sistemas o criterios de clasificación. Para el caso, existen esfuerzos paralelos en el Ministerio de Cultura y Deportes (Departamento de Patrimonio Intangible/Unidad de Artesanías y Sistema de Información Cultural (SIC)) por levantar registros y directorios de artesanos y artistas en el país. Por su parte, las empresas deben inscribirse en el Registro Mercantil de Guatemala, mientras que las asociaciones sin fines de lucro en el Registro de Personas Jurídicas

¹⁰ Pregunta PCP28 de censo.

del Ministerio de Gobernación, y las cooperativas en el Instituto Nacional de Cooperativas (INACOP). Estos registros no están en la actualidad unificados.

1.4.2 Aproximaciones a la calidad de la ocupación en la cadena

Una primera aproximación cualitativa a la ocupación en la cadena de la artesanía textil se desprende del tipo de relaciones entre los actores de la cadena. Como se puede observar en los diagramas 1 y 2, y conforme a las entrevistas realizadas, las relaciones que predominan no son de tipo laboral, sino que comercial o de mercado. De forma particular, el eslabón de producción se caracteriza por un contingente de artesanas tejedoras que trabajan por cuenta propia, que difícilmente pueden tipificarse bajo una denominación empresarial. Tal como sucede con esta categoría ocupacional, el trabajo suele ser de subsistencia, se realiza en un contexto de informalidad y es carente de diversas formas de protección, incluida la seguridad social. Al no existir una relación laboral, no existen tampoco las nociones de contrato o de pago de salarios, sino que de ingresos generados por la venta de los productos que se comercializan de forma directa o indirecta. En el eslabón de producción, también pueden observarse relaciones en unidades económicas familiares, donde tampoco suelen mediar relaciones contractuales de empleo.

Las relaciones de tipo laboral o patronal se observan ante la existencia o conformación de algún tipo de organización, ya sea mediante la creación de una empresa, una asociación o una cooperativa con fines más formales de comercialización o exportación. En estos casos, suele mantenerse una relación comercial con el eslabón de la producción; es decir, no se incorpora a la planta personal con responsabilidad de elaboración de tejidos artesanales. La estructura de estas organizaciones que intermedian entre la producción y la comercialización disponen de puestos temporales o eventuales en áreas de administración, venta y logística, los cuales pueden ser más o menos especializados, o bien multifuncionales, dependiendo de la escala del negocio.

Los resultados de la encuesta TRAVERA (OIT, 2018) confirman algunas de estas observaciones. Tal como se muestra en el cuadro a continuación, un porcentaje importante de establecimientos encuestados (44.4%) reportó sólo un “empleado” o trabajador y la gran mayoría (94.9%) empleaban hasta un máximo de 10 empleados. Únicamente 6.7% de los establecimientos reportó mantener contratos con algunos empleados y 4.3% señaló contar con trabajadores registrados en el IGSS. Por su parte, 39.2% de los establecimientos, principalmente micro, reportó emplear familiares.

Cuadro 1: Condiciones laborales por tamaño de establecimiento encuestado

Tamaño de establecimiento (número de empleados permanentes y temporales)		Total de establecimientos	Reporta algunos empleados con contratos	Reporta trabajadores registrados en IGSS	Reporta emplear familiares
Micro	1	103	4	14	14
Micro	2 a 5	117	6	64	64
Micro	6 a 10	22	3	14	14
Pequeña	11 a 80	11	3	8	8
Mediana	81 a 200	2	1	0	0
	Total	255	17	100	100
	% con respecto al total		6.7%	39.2%	39.2%

Fuente: Elaboración propia, base Encuesta TRAVERA (OIT, 2018)

Otra manera de aproximarse a la ocupación en esta cadena es a través de la ENEI, bajo el supuesto que parte del trabajo que se realiza se reporta en actividades¹¹ tales como la fabricación de productos textiles, la confección de prendas de vestir y la fabricación de productos de cuero y productos conexos, dentro de la rama de industrias manufactureras. La comprensión de las dinámicas cualitativas de la cadena textil artesanal sugieren que el eslabón de producción podría *asemejarse* a las características del segmento micro¹² de estas actividades o encontrarse reflejado parcialmente en este segmento. En ningún caso, sin embargo, debe interpretarse que este segmento corresponde o equivale al eslabón de producción de la cadena de valor de la artesanía textil.

Dadas las limitaciones metodológicas¹³ de esta extracción de datos, la lectura de las cifras debe realizarse con cautela. En otras palabras, interesa más una mirada cualitativa y comparativa entre ambas, que la estimación de un dato en concreto como el número de trabajadores. A partir de la comparación entre las actividades textiles y el segmento micro de las mismas (ver cuadro 2), se refleja un escenario de mayor precariedad laboral para el segundo, en el cual participan proporciones más elevadas de trabajadores que son mujeres o que forman parte de la población indígena.

¹¹ A dos dígitos, actividades 12, 13 y 14, respectivamente. Incluye actividades realizadas por población indígena; así como producción en zonas urbanas y rurales.

¹² Definido a partir del número de personas – incluyendo el dueño- que trabajan en empresa, finca o negocio.

¹³ Debido al tamaño de la muestra las estimaciones pueden no ser precisas y se restringe técnicamente la posibilidad de realizar desagregaciones y cruces entre variables.

Cuadro 2: Características sociodemográficas y laborales

	Actividades textiles	Segmento de negocios o empresas micro* en actividades textiles
Porcentaje de población indígena	61.5%	77.2%
Porcentaje que son mujeres	60.5%	70.1%
Porcentaje que trabaja en vivienda (con o sin instalación especial)	46.8%	66.9%
Porcentaje que tiene escolaridad de máxima de primaria o inferior.	61.0%	68.0%
Porcentaje que son trabajadores por cuenta propia o trabajadores no remunerados ¹⁴	48.2%	68.9%
Horas promedio trabajadas a la semana	40.4	34.1
Porcentaje clasificado como artesanos u operarios	66.2%	86.5%
Porcentaje que no cotiza al seguro social	76.8%	95.9%
Porcentaje que trabaja en negocios o empresas micro (1 a 10 trabajadores)*	67.8%	---

Fuente: Elaboración propia, base ENEI (INE, 2018)

1.4.3 Estimación cuantitativa de la ocupación en la cadena

Otra oportunidad para aproximarse cuantitativamente a la ocupación en la cadena es a través de los datos del último censo de población de vivienda de 2018, mediante el procesamiento de respuestas a preguntas sobre ocupación y empleo de las personas (PCP30, PCP31 y PCP32 de la boleta del censo). A la fecha de entrega de este informe, sin embargo, estos datos no han sido publicados por el INE.

1.5 Vínculos de la cadena de artesanía textil con otras cadenas productivas

La cadena de valor de la artesanía textil en Guatemala tiene vínculos más o menos evidentes con cadenas de otros sectores de servicios o productivos, como, por ejemplo, el turismo y sector textil industrial/vestuario moda. A continuación, se describen brevemente sus dinámicas.

1.5.1 Sector turismo

Guatemala es reconocida internacionalmente por su diversidad étnica y la continuidad de sus tradiciones Mayas, entre las cuales la conservación de las técnicas artesanales de tejido y la indumentaria indígena son sólo una muestra. Su marca país, “Corazón del Mundo Maya” pretende precisamente posicionar a nivel mundial la imagen de un país diverso, único, rico en cultura y recursos naturales, auténtico y cálido (Gobierno de Guatemala, 2012).

Entre 2009 y 2018, aumentó de forma sostenida el número de visitantes extranjeros (turismo receptor) de un total de 1.3 a 2.4 millones de personas al año (INGUAT, 2015; INGUAT, 2018). Sin embargo, este incremento sustancial del 88% en el número de visitantes coexiste con un deterioro progresivo del país en el valor y *ranking* del Índice de Competitividad Turística del Foro Económico Mundial

¹⁴ Resto son empleados privados y patrones, empleadores o socios no agrícolas

(WEF, 2017; WEF, 2019), lo que sugiere que Guatemala no está aprovechando al máximo las oportunidades o beneficios derivados del turismo, en especial de aquel proveniente de economías de mayores ingresos¹⁵. Entre 2009 y 2019, Guatemala cayó de la posición 70 de 139 países, a la 99 de 140 naciones (WEF, 2019). En 2019, los pilares más rezagados del índice correspondieron a seguridad¹⁶ (posición 129 de 140) e infraestructura aeroportuaria (posición 121 de 140).

Para la mayoría de los actores entrevistados, la sinergia entre el turismo y la cadena de valor del sector textil artesanal es evidente: por un lado, las técnicas y el colorido de los tejidos artesanales constituyen atractivos para visitantes extranjeros; por otro lado, el turismo actúa como tractor e impulsador para la comercialización de textiles artesanales.

La activación local de la demanda de productos del sector textil artesanal se da en tres vías: el acercamiento de visitantes nacionales y extranjeros a zonas de producción y comercialización de tejidos artesanales y otros artículos o accesorios derivados; el uso masivo que puede realizar el sub-sector de hostelería y restauración de piezas tales como cubrecamas, cojines, cortinas, manteles, servilletas y otros artículos de decoración elaborados con técnicas artesanales; la colocación en tiendas de hoteles y restaurantes de estos y otros productos artesanales para venta. Aunado a lo anterior, también se activa la demanda a través del turismo en la región, dado que en países como El Salvador, Honduras y Nicaragua¹⁷ se comercializan textiles de origen guatemalteco en mercados artesanales y otros canales. La inseguridad (tanto a nivel nacional como regional) se identifica como una amenaza de contracción para la demanda.

Los segmentos de turismo cultural y de destino ya se encuentran conectados con el sector textil artesanal. En 1990, el INGUAT estableció una categorización de sistemas-producto con los que segmentó el país en varias regiones con fines de promoción. Dentro de los principales segmentos aparece la zona del Altiplano, bajo el concepto de *Cultura Maya Viva* (Gobierno de Guatemala, 2012), que abarca los departamentos de Chimaltenango, Sololá, Totonicapán, Quetzaltenango, Quiché, Huehuetenango y parte de San Marcos. Aquí se distinguen los municipios de Panajachel en Sololá y Chichicastenango en Quiché (Fhi360, 2016) como puntos tradicionales de elaboración y comercialización de tejidos con técnicas artesanales.

No obstante, de las entrevistas realizadas se desprende que se pueden continuar reforzando estos vínculos mediante el diseño de más y mejores rutas turísticas culturales que incluyan visitas guiadas a talleres artesanales donde se exhibe el proceso completo de producción, que comprenda el hilado, el tinte con productos hortícolas, agrícolas y plantas locales (remolacha, zanahoria, pericón, cochinilla, entre otros) y la demostración de las técnicas de telar de cintura y de pie. Estos intercambios le permiten al visitante conocer la cultura local, interactuar con tejedores y tejedoras, valorar las técnicas y crear una experiencia de compra con

¹⁵ En 2018, 58% de viajeros y turistas provenían de la Centroamérica (incluyendo Belice) (INGUAT, 2018). El 71% del incremento observado de turistas entre 2015 y 2018 se explicó por el aumento de turistas centroamericanos.

¹⁶ Según WEF (2019), la correlación entre el pilar de seguridad y el número de visitantes foráneos es positiva y es superior para los países de ingresos más altos. A pesar de lo anterior, el valor de la correlación no es el más elevado entre los pilares que conforman el Índice de Competitividad Turística.

¹⁷ El Salvador, Honduras y Nicaragua son, después de Estados Unidos de Norteamérica, los principales destinos de exportación de textiles artesanales.

sentido; en esencia, acercan las fases de producción y comercialización de la cadena de valor.

Por su parte, desde la Comisión Hecho a Mano se han hecho esfuerzos por vincular tanto a los socios y productos de la Comisión con subsectores HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías) a fin de brindar servicios en conjunto, desde decoraciones hasta regalos corporativos. La escala de los esfuerzos realizados, sin embargo, es limitada, pero tiene potencial de ser escalada a nivel nacional.

A pesar del consenso en la identificación de las sinergias, la relación entre el turismo y la cadena del sector textil artesanal no está exentas de tensiones. Existen elementos relacionados con el manejo de la cultura Maya que generan cierto grado de insatisfacción entre algunos representantes de comunidades indígenas. Entre estos elementos se encuentran la percepción de la “folklorización”¹⁸ que hacen las instituciones públicas de la identidad indígena, así como la ausencia de participación de las comunidades en la toma de decisiones de políticas públicas que les afectan o de los beneficios que se reciben a raíz de la promoción de su cultura.

1.5.2 Sector industria textil

La cadena de valor de la artesanía textil no se encuentra desvinculada de las dinámicas o influencias de la industria textil, no obstante, los puntos de conexión pueden ser más o menos evidentes para los actores.

Este sector lidera las exportaciones del país. Según AGEXPORT (2019), los artículos de vestuario han constituido de forma consistente el principal producto de exportación de Guatemala. Sólo en la línea de artículos de vestuario, el promedio anual de exportaciones para el período 2014-2018 ascendió a USD1,332 millones (BANGUAT, 2019), representando el 19.9% de las exportaciones de la industria manufacturera y 12.4% de las exportaciones nacionales. Si se agregan a los artículos de vestuario otras líneas asociadas a la industria textil (hilos e hilazas, materiales textiles como tejidos o telas y ropa de cama, de mesa o tocador, cocina y baño), la participación aumenta al 23.9% y 14.9%, con respecto a la industria manufacturera y al total nacional. La evolución en los últimos años de las exportaciones ha sido favorable: en 2018, aumentó en un 8.2% la línea de artículos de vestuario y en un 9.8% para el conjunto.

Además de su dinamismo exportador, esta industria es uno de los mayores empleadores de Guatemala y manifiesta una intensa competencia (FHI360, 2016). Resultados de análisis de complejidad económica reiteran que a nivel de clúster, la asistencia recibida a este sector puede tener repercusiones sobre el crecimiento, especialmente en productos similares que compartan los mismos recursos y capacidades para el trabajo (incluyendo habilidades) (FHI360, 2016).

En la actualidad, la industria textil se constituye en proveedor importante de insumos y materias primas para la cadena textil artesanal, pero también tiene un rol menos desarrollado en la transferencia de conocimientos y técnicas. Por ejemplo, la cadena textil artesanal requiere de diseñadores innovadores que puedan crear en base a las tendencias en color, corte y material. Estos pueden contribuir a informar a los productores sobre las tendencias del mercado con el fin de elaborar diseños

¹⁸ Se entiende “folklorización” como una forma reduccionista de ver la cultura, en la que, en este caso lo indígena se vuelve sinónimo de atraso o de lo incivilizado, o se estereotipa con fines de control y/o mercantilización.

novedosos y asistir en la forma de comercializarlos. Esto es interesante en la producción nacional de textiles indígenas donde los productores tienen más libertad de lo que producen. Los diseñadores deben tener en cuenta no sólo las tendencias del mercado, sino también comprender los costos (Fhi360, 2016) y las técnicas ancestrales de producción. Aunado a lo anterior, los sectores comparten a sus principales socios comerciales: Estados Unidos de Norteamérica y el mercado centroamericano. La experiencia acumulada en el ámbito de exportación, las relaciones y el manejo de clientes también puede ser explotada.

Particularmente en el subsector de vestuario y moda, se identifican importantes relaciones tractoras para las unidades productivas del sector textil artesanal: hacia atrás, en el proceso de producción en donde los diseñadores de vestuario, las casas o tiendas de moda realizan requerimientos de proveeduría con ideas de diseño, texturas, colores, según tendencias; y hacia delante, en la comercialización con agregados o piezas de textil tradicional que van desde prendas de vestir, calzado, carteras accesorios y cuyas colecciones son exhibidas en pasarelas y espacios a nivel nacional e internacionales. Lo anterior genera la posibilidad de vender tejidos con innovación al mercado de quienes quieran telas exclusivamente para la confección (Adaptation Fund/UNDP, 2016).

Oportunidades para fomentar encadenamientos productivos y propiciar el intercambio de conocimientos y transferencia tecnológica aún entre segmentos productivos de la industria¹⁹ han sido identificados en estudios previos (ICTSD, 2010 en FHI360,2016), mas no han sido desarrollados a través de políticas. La mayor distancia “percibida” por parte de los actores entrevistados entre la industria textil y la cadena de valor de la artesanía textil podría representar un obstáculo para generar estas sinergias.

A pesar de la tendencia del sector textil industrial y la cadena textil artesanal de posicionarse o identificarse de forma paralela, un aspecto que afecta negativamente a ambos es la importación de ropa usada o *paca*, como se denomina localmente, así como la importación de textiles sublimados con diseños artesanales, que afecta de manera más severa a la cadena textil artesanal (ver 2.3). Dado que no se ha logrado precisar con evidencia el origen de los textiles sublimados (algunos informantes indican que también se están produciendo localmente), no se descarta que la industria textil en sus segmentos PYME pueda ser una potencial competencia para los textiles artesanales.

Finalmente, otro aspecto no explorado en las dinámicas entre la industria textil y la cadena de valor de la artesanía textil son los potenciales flujos trabajadores que pueden generarse, sobre todo en los niveles menos especializados de la cadena.

¹⁹ Dos segmentos: uno enfocado en la producción nacional y formado por PYME y otro orientado hacia las exportaciones, formado por empresas grandes.

2 Capítulo 2: Perspectivas de la cadena de valor

2.1 Los textiles artesanales guatemaltecos en el mercado internacional

Esta sección describe la posición de los textiles artesanales guatemaltecos en el mercado internacional a través de diversos ángulos. Primero, muestra el desempeño en conjunto del segmento de las industrias creativas, que comprende productos artesanales incluyendo los textiles. Si bien el segmento es mucho más amplio, el análisis permite contar con una mirada global al comportamiento de un grupo de bienes y servicios afines relacionados a las artesanías textiles, y al mismo tiempo comparar la evolución de Guatemala en esta industria con respecto a otros países del mundo. A continuación, se realiza un análisis para el período 2014-2018 de las exportaciones de artículos clasificados en 39 partidas arancelarias que agrupan textiles artesanales, utilizando las herramientas de la ITC²⁰ y según la clasificación provista por OIT (2019). Con fines prácticos, el análisis luego se focaliza en los siete principales productos textiles artesanales de exportación de Guatemala. Finalmente, se comparan las importaciones de esas mismas siete partidas en mercados clave con el propósito de perfilar la situación relativa de Guatemala con respecto a su competencia.

La lectura integrada de los resultados muestra un escenario mixto para las exportaciones de textiles artesanales guatemaltecos. Por un lado, el último quinquenio presenta un aumento en el total de exportaciones, pero una contracción y estancamiento en los montos de los productos que más contribuyen al valor de las mismas. Lo anterior puede interpretarse como una oportunidad para consolidar otros artículos cuya participación está creciendo, pero al mismo tiempo como un riesgo de perder mercados ya ganados.

Por su parte, Guatemala enfrenta grandes desafíos para competir con potencias exportadoras de textiles artesanales, tales como India, China y Pakistán. Tal como lo señalaban estudios previos (USAID, 2005) y como fue confirmado durante las entrevistas semi-estructuradas realizadas en el marco de este estudio, es poco probable que Guatemala compita con estos países de Asia en términos únicamente de precios, por lo que resulta fundamental competir sobre la base de la calidad, la innovación, la diferenciación y el valor cultural de los productos.

Existen, sin duda, múltiples oportunidades para aprovechar el potencial de exportación de la cadena de textiles artesanales, a través de la identificación de espacios con socios comerciales actuales o alternativos o la creación de nuevos nichos de negocio. La mayoría de los actores entrevistados coincide en que estas oportunidades existen, pero reconocen que les hacen falta herramientas y conocimientos para explotarlas al máximo.

²⁰ Se privilegia esta fuente dado que permite realizar comparaciones con otros países y regiones en categorías de exportaciones e importaciones y con partidas arancelarias a 6 dígitos.

2.2 Una mirada desde el segmento de industrias creativas

En el comercio internacional de bienes y servicios, los productos artesanales representan una categoría diferenciada que forma parte del segmento de las industrias creativas, el cual comprende además artes visuales, cine, multimedia, libros de literatura, publicaciones y otros (ITC, 2019). Dentro de los productos artesanales existen clasificaciones como ropa, accesorios, decoración artículos del hogar y regalos, las cuales constituyen ejemplos de textiles artesanales.

El segmento de industrias creativas contribuye con el 7% del PIB mundial (ITC, 2019), pero la participación de los países en desarrollo es muy baja y sus exportaciones apenas representan el 1% del total (ITC, 2019). El cuadro a continuación muestra la evolución de las exportaciones de este segmento²¹ y compara a Guatemala con la región Centroamericana²², América²³ y el mundo. El período 2014 a 2018 se caracteriza por una contracción en el total de exportaciones para el mundo y regiones seleccionadas, aunque a nivel general, el continente en su conjunto se recuperó más rápido que la región centroamericana y Guatemala, en parte por el crecimiento y dinamismo de las exportaciones de Estados Unidos de Norteamérica, México y República Dominicana en 2018.

La participación global de Guatemala en estas industrias es incipiente y representó en el quinquenio un promedio del 0.04%, 0.41% y 38.37% de las exportaciones mundiales, de América y de la región Centroamericana, respectivamente. Las exportaciones de Guatemala en este segmento no han logrado nivelarse a los totales alcanzados en el año 2014.

Cuadro 3: Evolución de exportaciones de segmento de industrias creativas (Miles de USD)

Región	2014	2015	2016	2017	2018
Mundial	609,198,844	546,754,258	520,518,581	519,252,179	550,185,704
América	59,023,204	58,380,055	57,411,029	56,702,604	59,380,278
Centroamérica	595,664	768,294	576,126	577,241	584,960
Guatemala	257,579	245,629	245,710	220,341	221,048

Fuente: Elaboración propia, base www.trademap.org

En términos ordinales, Guatemala se ubicó en 2018 en las posiciones 1 y 9 en las regiones de Centroamérica y América. Le anteceden con montos superiores de exportaciones países de América Latina, tales como México, Brasil, República Dominicana, Colombia, Chile y Perú. Su posición a nivel mundial, sin embargo, queda rezagada a una posición 73, muy detrás de países como China y Estados Unidos de Norteamérica, que en 2018 contribuyeron con el 27.2% y 7.7% del total de exportaciones.

Los principales destinos de exportaciones de Guatemala en este segmento son: El Salvador, Estados Unidos de Norteamérica, Nicaragua, Honduras y Costa Rica. Estos cinco países absorbieron en el quinquenio 2014-2018 más del 80% del total de exportaciones guatemaltecas. El gráfico a continuación muestra la distribución por

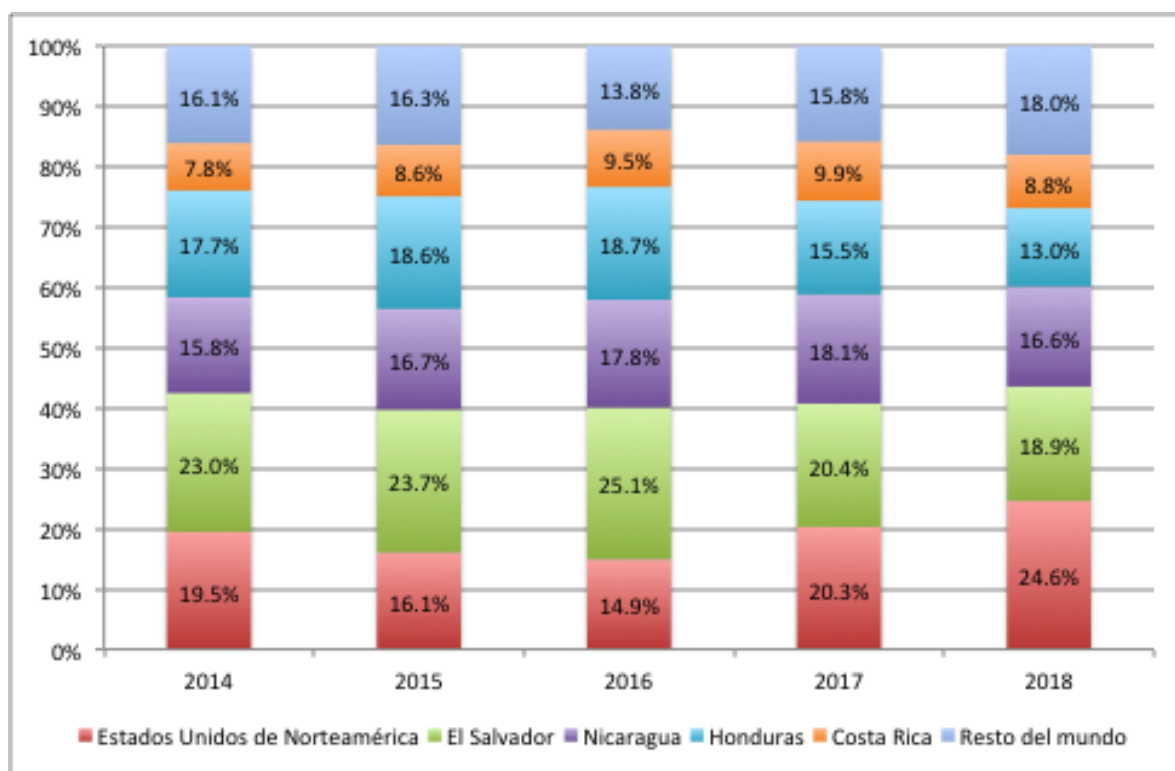
²¹ Los datos se presentan por segmento en tanto la plataforma no permite seleccionar partidas arancelarias específicas dentro del segmento.

²² Agregación de Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica.

²³ Incluye Norte América, América Latina y el Caribe.

país y denota que en 2018 El Salvador dejó de ser el principal destino. Este cambio se explica por un efecto combinado de reducción de un 29.3% de las exportaciones a El Salvador con respecto al 2014, en contraste con un aumento de las exportaciones a Estados Unidos de Norteamérica en un 7.7% con respecto al mismo año.

Gráfico 1: Exportaciones de Guatemala en segmento de industrias creativas por país destino (2014 a 2018)



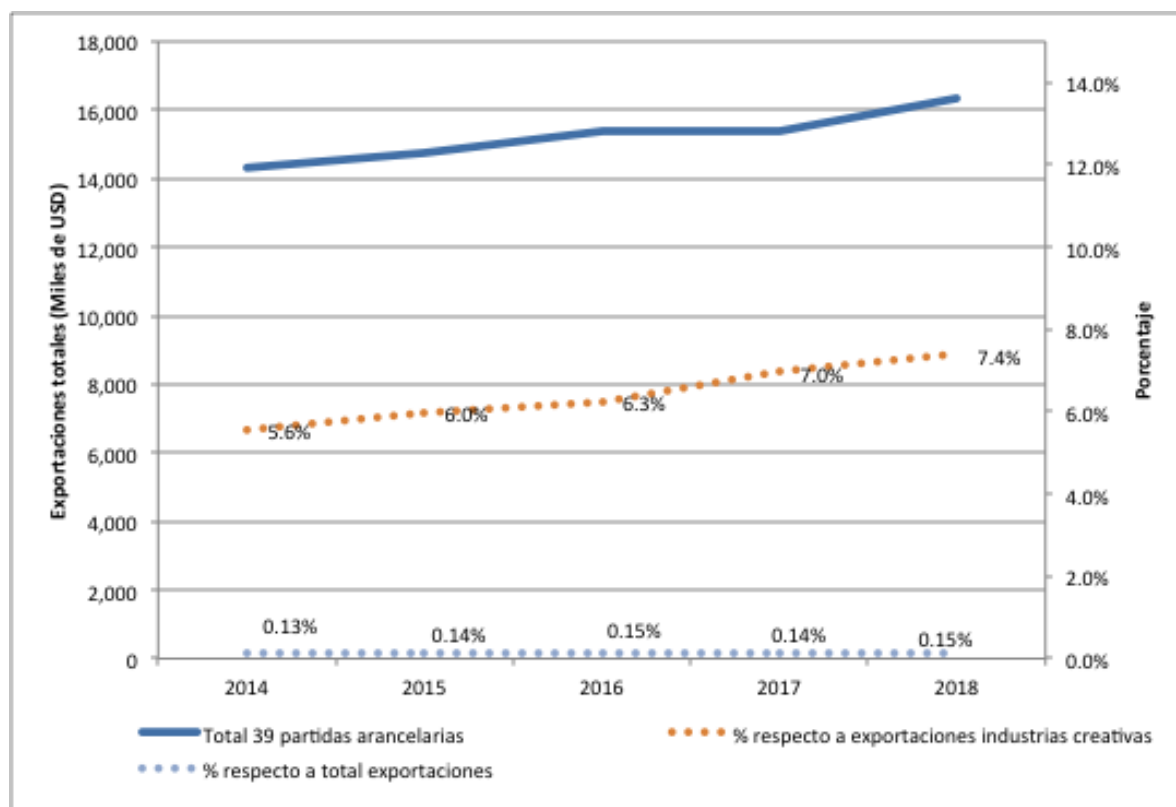
Fuente: Elaboración propia, base www.trademap.org

2.2.1 Evolución de exportaciones en partidas arancelarias seleccionadas

El estudio TRAVERA (OIT, 2019) identificó 39 partidas arancelarias²⁴ clasificadas como artesanías textiles según la ITC, las cuales permiten aproximarse a la evolución de las exportaciones de los productos de esta cadena. Según datos de ITC, entre 2014 y 2018, se observó un crecimiento promedio anual de 3.4% en el monto total de exportaciones en estas partidas. Sólo en 2018, hubo una variación al alza del 6.2% con respecto al año anterior y Guatemala alcanzó un valor total de exportaciones de USD16.3 millones de dólares. Esta cifra representó para 2018 el 7.4% de las exportaciones de las industrias creativas de Guatemala y apenas un 0.15% del total de las exportaciones del país (ver gráfico 2).

²⁴ Todas estas partidas forman parte del segmento de industrias creativas.

Gráfico 2: Exportaciones de artesanías textiles en 39 partidas arancelarias seleccionadas (2014-2018) (miles de USD)



Fuente: Elaboración propia, base www.trademap.org

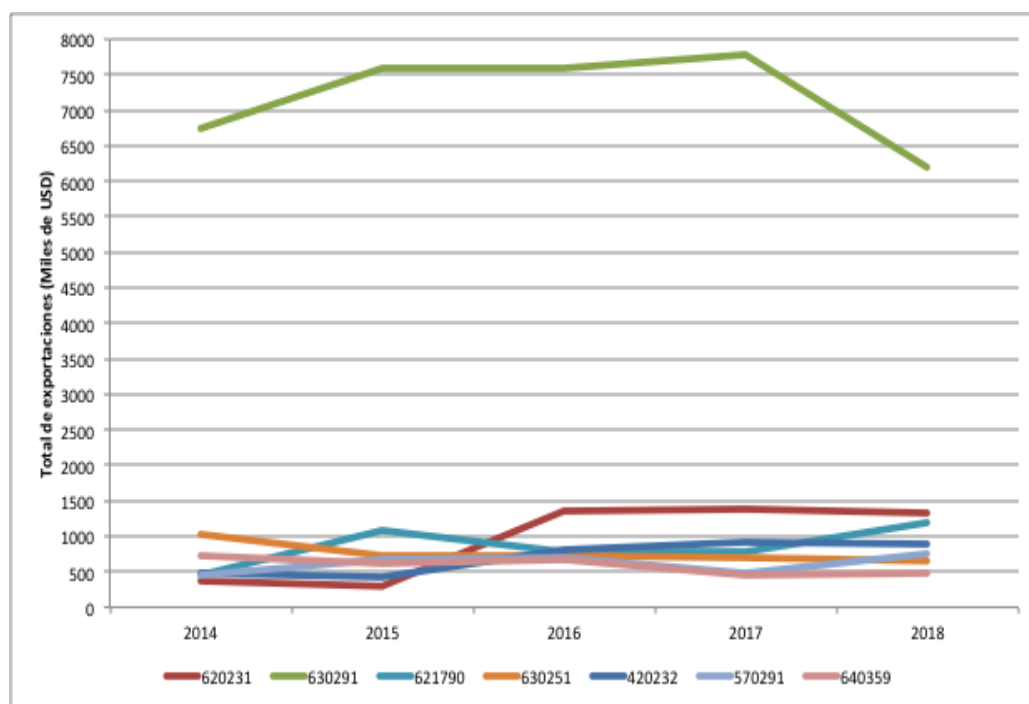
A pesar de tener una baja participación con respecto al total de exportaciones de Guatemala, las artesanías textiles muestran una tendencia modesta pero favorable, y diferente al estancamiento observado en el quinquenio en las exportaciones totales del país, que reflejan un nulo crecimiento promedio en el quinquenio.

Conforme a los montos totales, los principales productos textiles artesanales de exportación en el período 2014-2018 fueron las ropas de tocador o de cocina de algodón (630291), que presentaron un promedio anual exportado de más de USD 7 millones en el quinquenio. Le siguen con distancia y con promedios anuales de USD0.6 a USD0.95 millones, ropas de cama de algodón (630231), partes de prendas o de complementos de vestir (6201790), ropas de mesa de algodón (630251), manufactura de cuero y artículos de bolsillo o de bolso de mano con la superficie exterior de plástico o material textil (420232), alfombras y revestimientos de lana o fibra animal sin aterciopelar y confeccionados (570291), así como demás calzados (640359). Estos siete tipos de productos alcanzaron un promedio anual de USD11.6 millones, equivalente del 76.5% del monto exportado en el total de las 39 partidas arancelarias.

La evolución de las exportaciones en estas siete partidas arancelarias es heterogénea (ver gráfico 3) y muestra contracciones importantes en el principal producto de exportación en el último año, así como cierto estancamiento en la mayoría del resto de los artículos de este sub-segmento. Esto sugiere que la mejora observada en el total de exportaciones proviene de incrementos sustanciales en otros artículos. Según cifras de ITC, las partidas arancelarias que presentan una notable alza en los últimos años, y que además tienen una participación relativamente

importante respecto al total de las artesanías textiles son ropa de cama de punto (630210) y las demás ropas de capas de algodón (630221). Otros artículos que han reflejado aumentos relativos considerables en sus exportaciones, pero de menores montos totales, son los pañuelos de bolsillo, de algodón (621320) y de los demás materiales textiles (621390).

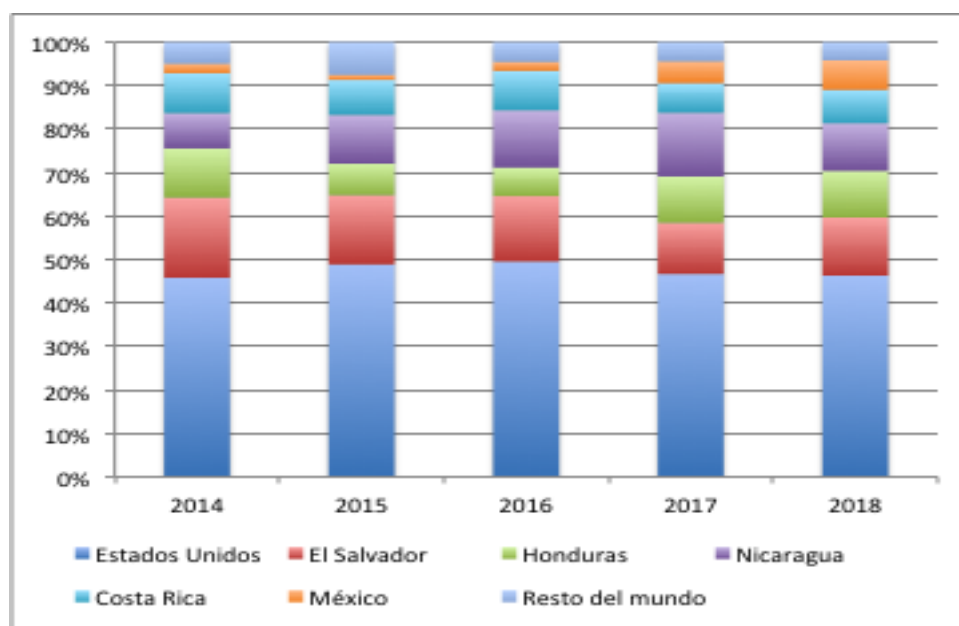
Gráfico 3: Evolución de exportaciones 2014-2018 (Miles de USD) (7 partidas arancelarias)



Fuente: Elaboración propia, base www.trademap.org

El gráfico a continuación agrega los destinos de exportación de los siete principales productos y reitera la importancia de los mercados de Estados Unidos de Norteamérica y de Centroamérica, que absorbieron en el quinquenio más del 90% de las exportaciones en este sub-segmento.

Gráfico 4: Países destino de textiles artesanales (7 partidas arancelarias)



Fuente: Elaboración propia, base www.trademap.org

Incursiones en nuevos mercados se observan para algunos productos como las ropas de cama de algodón, las ropas de mesa de algodón, prendas y complementos de vestir y manufacturas de cuero, con exportaciones recientes a países como Uruguay, Países Bajos, Nigeria y Dinamarca, respectivamente. De igual manera, se han mantenido otros destinos tradicionales como Colombia, Panamá y República Dominicana para prendas y complementos de vestir, en el primer caso; manufacturas de cuero o de artículos de bolsillo de mano con superficie exterior de plástico o de materia textil, en el segundo; y demás calzados, en el tercero.

Según cifras de ITC, existe aún potencial de exportación a mercados tradicionales y no tradicionales en estas categorías de productos. El cuadro a continuación resume la información disponible para el subsegmento seleccionado.

Cuadro 4: Potencial de exportación – partidas arancelarias seleccionadas

Código partida arancelaria	Mercados potenciales
630291	El Salvador, Estados Unidos de Norteamérica y Honduras
630231	El Salvador, Países Bajos y Canadá
621790	(No hay datos disponibles)
630251	El Salvador, Estados Unidos de Norteamérica y Alemania
420232	No hay datos disponibles
570291	Estados Unidos de Norteamérica, Alemania y Ghana
640359	Estados Unidos de Norteamérica, Japón y Costa Rica

Fuente: Elaboración propia, base <https://exportpotential.intracen.org/>

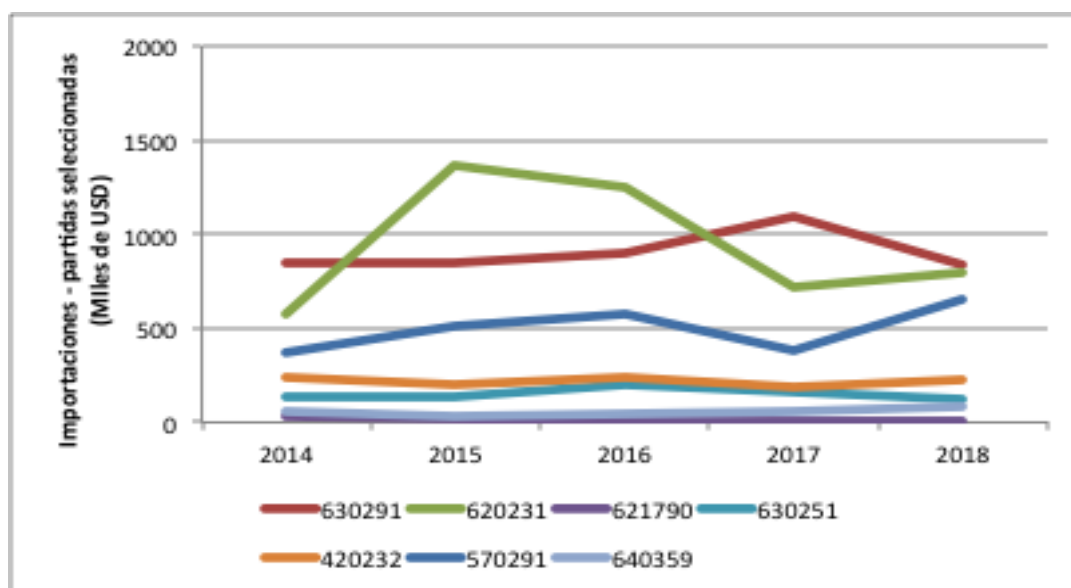
2.2.2 Importaciones en mercados clave: Estados Unidos de Norteamérica

Estados Unidos de Norteamérica es el principal importador en seis de las siete partidas arancelarias seleccionadas²⁵ vinculadas con textiles artesanales, con un valor promedio anual de USD 3,429 millones en el período 2014-2018, equivalente al 23.9% del valor mundial de las importaciones en estas categorías de productos. Le siguen de forma variable, países como Francia, Alemania, Japón, Reino Unido, Italia y Portugal.

Las importaciones provenientes de Guatemala compiten en el mercado estadounidense principalmente con productos de naciones de Asia, incluyendo India, China y Pakistán. En el último quinquenio, las importaciones de estos tres países representaron, respectivamente, 30.2%, 28.2% y 7.5% del total en el sub-segmento seleccionado. Guatemala apenas contribuyó con el 0.1%²⁶; el resto del mundo con un 34%.

En términos generales, el comportamiento de estas partidas muestra una tendencia a la baja, cuando se comparan los años 2014 y 2018. De forma consecuente, se observan en 2018 montos inferiores de importaciones de productos de China, Pakistán, resto del mundo y total mundial. Las importaciones provenientes de India y Guatemala se recuperaron en 2018 con respecto al 2014, pero no alcanzaron a superar los máximos valores logrados durante el quinquenio. El gráfico a continuación muestra la evolución mixta de las importaciones provenientes de Guatemala en partidas arancelarias seleccionadas.

Gráfico 5: Importaciones a Estados Unidos provenientes de Guatemala - partidas seleccionadas (Miles de USD)



Fuente: Elaboración propia, base www.trademap.org

A pesar de lo anterior, Guatemala se encuentra entre los primeros diez países de origen para ropas de tocador y de cocina de algodón (630291)²⁷ y alfombras y

²⁵ La excepción es la partida 621790, cuyo principal importador es Singapur.

²⁶ Valor promedio anual de USD2.8 millones.

²⁷ Posición 9 en 2018.

revestimientos de lana o fibra animal sin aterciopelar y confeccionados (570291)²⁸ lo que da cuenta de un adecuado posicionamiento en el mercado norteamericano en artículos específicos.

2.2.3 Competidores en el mercado centroamericano

Según cifras ITC, el volumen total de importaciones al mercado centroamericano en las siete partidas seleccionadas se incrementó de forma considerable entre 2014 y 2018, de USD30.9 millones a USD65.3 millones.

Los principales competidores para Guatemala en estas siete partidas arancelarias son Estados Unidos de Norteamérica, con una participación promedio del 44.6% de las importaciones; y China, con un 25.1%. Sólo en 2018, las importaciones provenientes de estos dos países representaron en 2018 el 81.9% del total en la región para este grupo de partidas.

El aumento de la participación productos norteamericanos en estas siete líneas ha sido notoria en la región y mostró un crecimiento de casi el 450% entre 2014 y 2018 en el valor total de las importaciones, impulsado principalmente por el ingreso de partes de prendas o de complementos de vestir (6201790). Las importaciones chinas, en cambio, han presentado menores variaciones, en el quinquenio.

Guatemala encabeza la lista en el mercado centroamericano en dos de estas partidas: ropas de tocador o de cocina de algodón (630291) y ropas de mesa de algodón (630251), lo que reitera el posicionamiento de estos productos en la región. China e India, respectivamente, son los más fuertes competidores para estos productos en el mercado centroamericano.

2.3 Ambiente empresarial e impulsores de cambio de la cadena

Existen una serie de asuntos de índole político, económico, social, legal y ambiental que tienen el potencial de afectar – positiva o negativamente- a la cadena textil artesanal en Guatemala y transformar sus dinámicas internas y externas.

2.3.1 Político

Desde un punto de vista político, a partir de enero de 2020 se dará un cambio en las autoridades de gobierno, como resultado de la elección de un nuevo Presidente de la República. Lo anterior puede generar un cambio de visión y de prioridades sobre el rumbo del país, y por lo tanto, puede constituirse en una oportunidad para aprovechar el reposicionamiento del desarrollo de la cadena en el marco de la agenda de gobierno y de las políticas públicas.

Según algunos actores entrevistados, en los últimos años, la implementación de algunas políticas para el desarrollo de la cadena de valor de la artesanía textil se ha visto afectada por factores político-institucionales, que han generado una alta rotación de funcionarios en el Ministerio de Economía. La misma política de desarrollo de la MIPYME (MINECO, s.f) destaca que los cambios de autoridades

²⁸ Posición 4 en 2018.

políticas han creado un “clima de incertidumbre [...] y por lo tanto, una permanente pérdida de la memoria institucional y de capacidad de acción, impidiendo alcanzar economías de aprendizaje”.

Existen, en adición, otros aspectos relacionados con la posición de los países de América Latina en el escenario de las relaciones y políticas públicas del Gobierno de Estados Unidos de Norteamérica, en el contexto de la crisis migratoria y la guerra comercial con China.

2.3.2 Económico

Uno de los asuntos más apremiantes en el ámbito económico es la competencia que está enfrentando el sector proveniente de textiles elaborados con técnicas de sublimado o serigrafía, que “copian” los diseños artesanales para producir tela, cortes, ropa u otros artículos con técnicas industriales y los venden a precios significativamente inferiores a los elaborados por medio de técnicas artesanales. El origen de estos productos no es claro entre los actores entrevistados; algunos indican que son importaciones y otros que son elaborados localmente²⁹. El consenso, sin embargo, es que esta competencia constituye un riesgo para el oficio de la tejeduría artesanal, principalmente porque está abaratando precios y desplazando el consumo local de prendas artesanales. En otras palabras, miembros de las comunidades indígenas adquieren estos textiles sublimados porque cumplen el triple propósito de ser baratos, estar a la moda y mantener diseños afines o similares a los tradicionales.

2.3.3 Social

En la dimensión social, pueden mencionarse cambios generacionales a nivel nacional e internacional que tienen efectos tanto sobre la oferta de productos textiles con técnicas artesanales, como en la demanda de los mismos. En el primer caso, diversos actores entrevistados comparten la preocupación sobre una eventual pérdida de conocimientos de la técnica de tejeduría artesanal o del oficio en sí mismo, debido a factores tales como la falta de interés de las nuevas generaciones por preservar tradiciones, los bajos niveles de remuneración percibidos por el sector y la consecuente sustitución de esta actividad por otras que generan mejores ingresos u oportunidades, así como la falta de tiempo de las mujeres tejedoras de enseñar las técnicas a sus hijas o hijos debido a la necesidad de dedicarse a múltiples ocupaciones para poder subsistir. Si bien es necesario sustentar estas apreciaciones con datos o cifras, esta preocupación ha llevado a algunas comunidades o asociaciones puntuales a desarrollar programas educativos, de pequeña escala, dirigidos a niñas y niños para transmitir las técnicas de tejido. A pesar de ello, la percepción es que no se están tomando las suficientes medidas institucionales para que las nuevas generaciones continúen con este legado y se conserven o preserven los diseños de las localidades. En el segundo caso, se estima que los patrones de consumo de la generación de los “millennials” podrían favorecer la demanda del sector, en tanto la generación se proyecta como una que busca artículos personalizados, compras con sentido o que se asocien con estilos de vida sostenibles. Lo anterior contribuye a una mayor apertura y receptividad de los productos hechos a mano, incluidos los textiles artesanales.

²⁹ Algunos expresan que son importaciones provenientes de China o de Corea; otros que están siendo elaborados por productores nacionales en la zona de Salcajá; otros indican que en las mismas comunidades indígenas hay personas que han adquirido maquinaria especial para producir los cortes o textiles sublimados.

Desde el punto de vista social, surgen como asuntos como los problemas de seguridad del país, los cuales han tenido en los últimos años una evolución ambigua. Por un lado, Guatemala reporta, entre el período 2010 y 2018, una reducción importante en el número total y tasa por 100,000 habitantes tanto de homicidios, robos, lesiones y secuestros (Ministerio de Gobernación del Gobierno de la República de Guatemala, 2019), pero existen otros delitos que se encuentran al alza. Tal es el caso de las extorsiones, que incrementaron en un 55.4% del 2015 al 2018 y que afectan en su mayoría a residencias y comercios. Sólo en 2018, se reportó una tasa de 50.1 por 100,000 habitantes afectados por este delito. En adición, la incidencia de personas desaparecidas y de hurtos no muestran tendencias contundentes a la baja con respecto al 2010. Departamentos como Quetzaltenango, Chimaltenango y Sacatepéquez, donde se concentra la producción y/o comercialización de artesanía textil (ver 1.2), registran en términos absolutos o relativos, una alta incidencia en personas desaparecidas³⁰, extorsiones³¹ o hurtos³².

Estos problemas de inseguridad imponen restricciones a la libertad de las personas, generan desincentivos para la actividad económica, perjudican la imagen internacional del país y generan contracciones en otras cadenas, como el turismo, que actúan como tractores del sector textil artesanal (ver 1.6.1). La seguridad, entendida en un sentido amplio, constituye una condición necesaria para que el país mejore su competitividad, tanto turística como económica.

2.3.4 Legal

Existen iniciativas de ley que tienen el potencial de transformar la dinámica de las relaciones económicas entre los actores de la cadena de valor de la artesanía textil en Guatemala en tanto regularían de forma directa la propiedad intelectual de diseños, tejidos, indumentaria y textiles. La más emblemática es la iniciativa de ley número 5247, la cual fue presentada en marzo de 2017 al pleno del Congreso de la República de Guatemala, por el Movimiento Nacional de Tejedoras Mayas³³. Dicha iniciativa recibió en abril de 2017 dictamen favorable por parte de la Comisión de los Pueblos Indígenas del Congreso de la República y aún está pendiente de ser debatida en pleno por el Congreso (CIDH, 2018).

La iniciativa 5247 propone reformas a los artículos 4, 5 y 105 del decreto número 33-98, Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos, para reconocer el derecho a la propiedad intelectual colectiva de pueblos y comunidades indígenas sobre su patrimonio cultural, sus conocimientos tradicionales, sus expresiones culturales y las manifestaciones de sus ciencias, tecnologías, diseños, tejidos, indumentaria, textiles y demás producciones de su intelecto; prohibir a personas ajenas a las comunidades reproducir comercialmente, sin consentimiento de pueblos

³⁰ Chimaltenango, por ejemplo, fue el tercer departamento con el mayor número de personas desaparecidas y con la cuarta tasa (24.63 por 100,000 habitantes) más alta a nivel nacional y superior al 14.5 a nivel nacional (Ministerio de Gobernación del Gobierno de la República de Guatemala, 2019)

³¹ Guatemala, Quetzaltenango y Chimaltenango son los departamentos que reportaron el 2018 el mayor número de extorsiones (Ministerio de Gobernación del Gobierno de la República de Guatemala, 2019).

³² Quetzaltenango, Chimaltenango y Sacatepéquez ocuparon los puestos 2, 4 y 6 en el total de hurtos y las posiciones 2, 7 y 4 en tasas por 100,000 habitantes por este delito; con valores cercanos o muy superiores al promedio nacional de 34.9 (63.95, 34.86 y 59.77, respectivamente)

³³ Bajo liderazgo de Asociación Femenina para el Desarrollo de Sacatepéquez (AFEDES)

y comunidades indígenas, estas creaciones; y viabilizar el registro de la propiedad intelectual colectiva de acuerdo a sus formas propias de organización. También contempla reformas a los artículos 4 y 5 (bis) decreto 57-2000, Ley de Propiedad Industrial para definir y reconocer la propiedad industrial colectiva de los pueblos indígenas; viabilizar su registro y prohibir el registro y reproducción total o parcial de sus creaciones por parte de terceros ajenos a pueblos y comunidades indígenas, sin previo consentimiento.

Esta iniciativa ha generado cierta controversia entre los actores de la cadena de valor. Si bien algunos admiten desconocer a profundidad los detalles e implicaciones de las reformas, existen argumentos a favor y otros cargados de escepticismo. Los argumentos a favor destacan el reconocimiento de los pueblos y comunidades indígenas como autores, la protección contra la competencia desleal que perciben, así como la posibilidad de observar mejoras en los ingresos económicos para las comunidades, a partir de los beneficios derivados de la comercialización y exportación de tejidos y textiles. Consideran que avanzar en esta dirección es un incentivo importante no sólo para continuar con el uso de las técnicas ancestrales en las comunidades, sino también para innovar y agregarle valor a la producción textil artesanal. Sin embargo, aún aquellos a favor expresan que hay muchos aspectos de orden práctico que no están resueltos sobre las formas de regular el uso de los tejidos o hacer operativo mecanismos para un reconocimiento económico colectivo. Algunos incluso apuntan a posibles conflictos entre comunidades que pueden tener diseños o técnicas similares.

Por su parte, los actores que expresan escepticismo señalan que la iniciativa no necesariamente representa al colectivo de tejedoras o a los actores en la cadena de valor. También identifican dificultades prácticas para discernir en materia de propiedad de diseños artesanales o en la exclusividad de técnicas que no sólo se utilizan en Guatemala. Asimismo, señalan riesgos de que los beneficios no lleguen a tejedoras y productores artesanales pequeños; o bien, que se promueva un manejo muy cerrado de los temas, se restrinja el acceso a la producción y se afecte negativamente la dinámica de comercialización de la cadena.

Las resoluciones que tome el Congreso de la República de Guatemala con respecto a esta iniciativa serían determinantes para la cadena y podrían llevar a la redefinición de roles, al surgimiento de nuevas organizaciones o nuevos actores.

2.3.5 Ambiental

Ante un escenario global de crisis ambiental y cambio climático, surgen por parte de consumidores finales preferencias por procesos de producción limpios y amigables con el medio ambiente, así como el uso de fibras y tintes orgánicos y otros insumos o materias primas que no contaminen el agua, el aire o el suelo. Esto se traduce en exigencias externas por certificaciones ambientales o certificaciones de calidad, que implicarían, entre otros, algunos ajustes a los procesos de producción de artesanías textiles para poder abrir nuevos mercados o mantener los existentes. A modo de referencia, según la encuesta TRAVERA (OIT, 2018) apenas el 1% de los establecimientos que exportaban de forma directa o indirectamente sus productos contaban con certificaciones o etiquetados ambientales.

2.4 Brechas en las capacidades empresariales

Esta sección integra hallazgos de fuentes primarias y secundarias, incluyendo las entrevistas semi-estructuradas realizadas en el marco de este estudio, algunos de los resultados del FODA presentado en el estudio TRAVERA (OIT, 2019), así como análisis complementarios de la base de datos de la encuesta TRAVERA (OIT, 2018).

De cara a la exportación de los productos, las principales brechas en las capacidades empresariales se encuentran en las áreas de calidad, innovación, capacidad productiva, mercadeo y ventas, así como administración. A continuación, se elabora sobre cada una de estas brechas de forma separada, aunque se reconoce que en la práctica se encuentran inter-relacionadas.

2.4.1 Estándares de calidad

Según la encuesta TRAVERA (OIT, 2018), la calidad es el requisito más frecuentemente señalado como importante o muy importante entre los establecimientos que exportan directa o indirectamente sus productos³⁴, conforme a las exigencias de compradores, intermediarios y consumidores finales. Le siguen el cumplimiento de requisitos ambientales y la disponibilidad de existencias mínimas de producto.

A pesar de lo anterior, mantener adecuados estándares de calidad se constituye en una de las principales brechas de las capacidades del sector: 9 de cada 10 establecimientos³⁵ que participaron en la encuesta TRAVERA (OIT, 2018) señalaron que los problemas de calidad de materiales constituían amenazas o desafíos para la exportación. Lo anterior es consistente con las preocupaciones de los actores entrevistados en el marco de este estudio, quienes coinciden en que fomentar la calidad es una prioridad. Las experiencias de rechazos en pedidos para exportación no han sido esporádicas, han tenido impactos tanto económicos (tiempo invertido, desperdicio de materia prima, otros costos) como reputacionales, así como mermado las relaciones entre los actores de la cadena de valor.

Los problemas de calidad ocurren en diversas fases del proceso, incluyendo la selección de insumos y materias primas, el uso de materiales y herramientas, el diseño, la estandarización de medidas y los acabados de los productos. También se relacionan con las condiciones físicas del entorno de la producción.

En la selección de insumos y materias primas, uno de los principales riesgos es el uso de hilos que destiñen o no resisten. Si bien estos temas son abordados con frecuencia en las relaciones de proveeduría entre los diversos actores de la cadena, no parece ser un tema resuelto a nivel nacional, en parte porque el nivel de exigencia para el producto de exportación es superior al que se comercializa localmente en mercados artesanales. Algunas agentes que comercializan en el extranjero controlan este aspecto mediante la provisión directa de materia prima a los artesanos o la supervisión del proceso productivo, a fin de asegurar que se utilicen hilos de algodón que cumplan con las normas técnicas³⁶ de calidad. Los que no tienen recursos para proveer materias primas, sin embargo, asumen parcial o totalmente el costo de los errores en la selección de hilo.

³⁴ 25 de 255 establecimientos encuestados informaron exportar directa o indirectamente (OIT, 2018). El porcentaje señalado es sobre la base de 25.

³⁵ Pregunta Q3.11. Total de establecimientos que respondieron este ítem: 108 (OIT, 2018)

³⁶ Ver norma ..

Aunque parece existir consenso en que los artesanos y artesanas logran reconocer la calidad de los hilos, en ocasiones predomina el criterio económico³⁷ y la visión de corto plazo (comprar lo más barato), especialmente si la negociación del precio del tejido o producto no es favorable o si no se dispone de recursos monetarios para adquirir hilo de mejor calidad.

Por su parte, a pesar la combinación entre textiles y cuero representa una oportunidad para innovar en el diseño de los productos (ver 2.4.2), no siempre se alcanzan los resultados deseados debido a la que se utiliza cuero de mala calidad o sustitutos, que perjudica la imagen final del producto. Algo similar ocurre con otros insumos, como herrajes y zippers, que se importan principalmente de China y de Estados Unidos de Norteamérica, y que no responden a los estándares de diseño y de calidad para productos más exclusivos de exportación.

También se menciona el uso de lapiceros para marcar o bordar como una práctica que afecta la calidad de los productos, en tanto mancha de forma permanente las piezas que están siendo elaboradas. En este sentido, es importante avanzar hacia el uso de materiales más refinados (tizas o marcadores específicos, que sean borrables en las telas).

Otro desafío para la calidad es la estandarización de medidas de los productos. En este aspecto entran en juego variables socio-educativas ya que algunas tejedoras no usan cintas métricas para medir o desconocen, debido a sus niveles educativos, los sistemas de medidas. El tamaño de la pieza a veces se estima o concreta usando como referencia dedos, manos o brazos. Aunque no se tiene conocimiento exacto de la escala del problema, este surge principalmente cuando la orden se distribuye entre varias productoras, por lo que se observan desviaciones más frecuentes entre las entregas y las características del producto originalmente solicitado. Por otro lado, en este y otros aspectos relacionados con la estandarización no sólo de medidas sino también de acabados, las entrevistas no arrojan evidencia sobre la existencia de consensos o mecanismos³⁸ para definir y acordar, ex ante, los rangos de tolerancia en los productos terminados, que precisamente por ser hechos a mano, presentarán algunas divergencias con respecto a un prototipo. En otras palabras, también existen problemas de comunicación entre los actores de la cadena que contribuyen a que se generen estas situaciones.

Otras deficiencias comunes se encuentran en los acabados de los tejidos, los cortes, la confección, el bordado o la costura. Según algunas de las personas entrevistadas aspectos actitudinales, el desconocimiento de algunas técnicas de costura y la falta de máquinas, como por ejemplo, máquinas de coser *overlock* industrial que permiten otro tipo de acabados, constituyen factores que afectan la calidad en esta dimensión.

Finalmente, existen condiciones del entorno y concretamente de los espacios donde se elaboran parcialmente los tejidos (pisos de tierra, cercas de cocinas de leña, entre otros), que repercuten en problemas de limpieza o de mal olor (humo) de algunos tejidos, y que también contribuyen al incumplimiento de los estándares de calidad de los productos.

³⁷ El precio de la libra del hilo usado para productos de exportación puede ascender hasta 9 o 10 veces el precio de la libra del hilo de mala calidad (OIT, 2019).

³⁸ Cartillas de exportación que definan, entre otros, rangos de tolerancia.

2.4.2 Innovación

La mayoría de los actores entrevistados concuerda que la innovación en el diseño es una de las principales brechas de capacidades en la cadena de la artesanía textil, sobre todo si la meta es responder a las exigencias de los mercados internacionales, aumentar las exportaciones y competir exitosamente en los mercados globales. La innovación implica agregarles valor a las piezas, ya sea experimentando con combinaciones alternativas de colores, incorporando nuevos materiales, o generando novedosos patrones y diseños.

Innovar requiere conocer y comprender las necesidades, gustos y preferencias de los compradores finales, así como las dinámicas de mercados que pueden ser diferentes a los tradicionales. La distancia existente entre los actores de la cadena impide frecuentemente que se dé el intercambio necesario. En ocasiones, se atribuye la falta de innovación a aspectos actitudinales, como la falta de apertura o la resistencia de tejedoras a probar nuevos diseños, aunque lo que se evidencia es la necesidad de mejorar, en ambas vías y a lo largo de la cadena de valor, la comunicación.

Según las entrevistas realizadas, el uso de tallas conforme a características de la clientela extranjera y el patronaje son áreas que podrían abordarse desde la innovación. Por costumbre, la indumentaria indígena no requiere tallarse al cuerpo, por lo que la importancia de estos aspectos no se encuentran necesariamente interiorizados en la elaboración de prendas con técnicas artesanales. En este sentido, existen amplias oportunidades para avanzar en esta vía, en vestuario de tallas con estándares americanos, latinoamericanos o europeos. Otra forma de diversificar, innovar y acceder a nuevos mercados es combinar otros materiales, como cuero de calidad, con textiles artesanales, para producción de accesorios como carteras, billeteras, cinchos, zapatos, entre otros.

Los vínculos con el subsector de moda y vestuario son cruciales para potenciar la innovación en el sector textil artesanal y mejorar la competitividad a través de la mejora de los productos.

2.4.3 Capacidad productiva

Conforme a las entrevistas realizadas, existen brechas en las capacidades del sector para responder a pedidos de mediana y gran escala, lo que redundaría también en el cumplimiento de los plazos de entrega y los estándares de calidad. En este aspecto, entran en juego factores organizativos y técnicos. Por un lado, el insuficiente nivel de organización de tejedoras y tejedores dificulta una ágil respuesta a pedidos de mayor volumen. Por otro lado, la técnica de telar de cintura es altamente intensiva en tiempo y en mano de obra, lo que también limita las posibilidades de responder en un corto plazo a requerimientos grandes con fines de exportación.

Sin perjuicio a la preservación de la técnica del telar de cintura, resulta fundamental explorar mecanismos para incorporar ajustes en los procesos de producción y de esta forma también mejorar la productividad y la competitividad. Un mecanismo es anticiparse, dependiendo de las exigencias de los pedidos, a la posibilidad de realizar más diseños en telar de pie. A modo de referencia, la producción diaria de productos como servilletas se multiplica casi seis veces si se utiliza el telar de pie en vez del de cintura.

Privilegiar el uso de telar de pie, sin embargo, implica disponer de otro tipo de recursos y espacios de trabajo, elimina la ventaja de la portabilidad del telar de cintura y puede representar un riesgo de sustitución o desplazamiento progresivo de la técnica de telar de cintura.

2.4.4 Mercadeo y ventas

Según las entrevistas realizadas, existen importantes brechas de capacidades empresariales en el área de mercadeo, ventas nacionales y exportaciones, que se manifiestan, entre otros, en vacíos o debilidades en la identificación de clientes, la ausencia de contenidos para la promoción del valor cultural de las prendas, el insuficiente conocimiento de cambios y tendencias en la moda, el manejo no óptimo de relaciones, negociaciones y cierre de procesos de venta, entre otros.

Estudios previos (USAID, 2005) ya señalaban la falta de información sobre cómo encontrar clientes o compradores como una debilidad de los actores de la cadena. En la actualidad, productores y aún representantes de algunas asociaciones y cooperativas con mayor nivel de organización manifestaron dificultades para identificar demanda para sus productos. La encuesta TRAVERA (OIT, 2018) reitera estos hallazgos, sobre todo en el ámbito de las exportaciones. La dificultad más frecuentemente mencionada como muy grave o grave para iniciar o aumentar las exportaciones fue precisamente la falta de información sobre el mercado: 8 de cada 10 la clasificaron en estos términos, aunque casi la totalidad de la identificó como dificultad³⁹.

Las brechas también se observan en el manejo de las relaciones con los clientes y en la comunicación que se intercambia para dar a conocer las características de los productos. Según algunas de las entrevistas realizadas, hace falta sensibilizar a los clientes sobre la naturaleza de los productos hechos a mano y reforzar las capacidades de negociación en las ventas. También hace falta fortalecer los conocimientos de los actores que intervienen en la comercialización de los productos sobre el valor cultural e intangible que tienen las prendas elaboradas con técnicas ancestrales.

Consolidar las ventas requiere además cierto grado de familiarización con el funcionamiento de diversos canales de promoción, comercialización y distribución de productos. En este sentido, y considerando la evolución del comercio electrónico, algunos actores identifican vacíos en el uso de tecnologías de información y comunicación, concretamente para desarrollar plataformas de venta en línea que permitan acercar a productores artesanales con consumidores finales.

El conocimiento de la cadena de transporte resulta crítico para el proceso de ventas. Sin embargo, se observan debilidades en esta dimensión, que se exacerban con restricciones objetivas de infraestructura⁴⁰, calidad y costos de los servicios de transporte. Según TRAVERA (OIT, 2018), solamente un 36.1% de los establecimientos encuestados (incluyendo productores y comerciantes minoristas, mayoristas y exportadores) se involucraron de alguna manera en el transporte de sus

³⁹ Total de establecimientos que respondieron este ítem: 109. 106 catalogaron la falta de información sobre mercado como muy grave, grave o poco grave. Apenas 3 establecimientos (2.8%) señaló que la no representaba dificultad.

⁴⁰ La mala calidad de las carreteras y el riesgo de accidentes fueron los problemas de transporte señalados con más frecuencia como graves o muy graves (OIT, 2018).

productos. Para una mayoría (OIT, 2018), el transporte representa un desafío importante para las exportaciones.

2.4.5 Administración

Según OIT (2019), existen limitados conocimientos entre algunos productores y comercializadores sobre gestión empresarial, lo cual limita su competitividad y crecimiento. Este apartado engloba estos aspectos de gestión bajo un concepto más amplio de administración, que comprende actividades de planificación, organización, dirección y control de recursos humanos, financieros, materiales, tecnológicos y de conocimiento. El cuadro 5 resume las manifestaciones de estas brechas.

Cuadro 5: Brechas en capacidades empresariales de administración

Tipos de recursos	Manifestación de las brechas en el área administrativa
Humano	Informalidad laboral (productores, artesanos o trabajadores carecen de prestaciones sociales o acceso a la seguridad social)
Financieros	Informalidad tributaria (no se encuentran inscritos al SAT y no cuentan con facturas, entre otros) Limitado acceso a capital propio Limitado acceso a crédito y fuentes de financiamiento ⁴¹ Requieren anticipos para iniciar proceso de producción No disponen de cuentas bancarias o tienen bajo manejo de medios de cobro o pago
Materiales	Limitada capacidad de compra de materias primas Falta de acceso a materias primas para elaborar muestras
Tecnológicos	No manejan paquete contables ni sistemas financieros
Conocimiento	Desconocimiento de estructuras de costos Desconocimiento de mecanismos para el establecimiento de precios

Fuente: Elaboración propia, con base en entrevistas semi-estructuradas

2.5 Mecanismos institucionales de fomento y apoyo al sector

El desarrollo de cualquier cadena de valor requiere del esfuerzo concertado y coordinado de diferentes actores, públicos y privados, así como de un entorno de políticas públicas armonizado y coherente para su fortalecimiento. Esta sección resume los mecanismos institucionales de fomento y apoyo a la cadena desde tres ángulos: la percepción de los actores sobre la visión de desarrollo de la cadena y la calidad y efectividad de los apoyos recibidos; el posicionamiento que tiene el desarrollo de la cadena en las políticas públicas vigentes; y el mapeo de instituciones públicas, autónomas o privadas que tienen mandato de apoyar la cadena de valor o que ejecutan programas o acciones en esta dirección. Este planteamiento permite complementar el esfuerzo realizado en el estudio TRAVERA (OIT, 2019), el cual describe ampliamente los proyectos y estrategias impulsados desde los sectores público, privado y cooperación internacional, que actualmente respaldan la cadena.

⁴¹ Según la encuesta TRAVERA (OIT, 2018), 43.7% de establecimientos reportó que la falta de financiamiento es una limitación crítica para las decisiones de producción o comercialización. Los principales obstáculos que enfrentan se refieren a condiciones tales como las altas tasas de interés, la complejidad de los procedimientos de solicitud y la falta de garantías o colaterales.

2.5.1 La percepción de los actores sobre la visión de desarrollo de la cadena

A pesar del interés común y contundente de incrementar las ventas y exportaciones de las artesanías textiles⁴², los actores entrevistados concuerdan en que no existe una visión compartida sobre el desarrollo del cadena de valor de la artesanía textil. Lo anterior se manifiesta con expresiones que hacen referencia a la ausencia de políticas públicas específicas dirigidas al fomento de la cadena; a la dispersión o atomización de las intervenciones por parte del Estado, sector privado y cooperación internacional; al insuficiente conocimiento o información que las mismas instituciones, organizaciones u agrupaciones tienen de las acciones que otras ejecutan en torno al fortalecimiento de la cadena a nivel nacional o local, aún dentro del mismo aparato estatal o sectorial (cuando se dedican a similares actividades, tales como la educación, formación y capacitación); al reconocimiento que las iniciativas que existen son limitadas e insuficientes para impactar de forma significativa en el desempeño de la cadena; a la existencia de intereses divergentes entre actores; a la falta de voluntad de compartir información; a la persistencia de actitudes de discriminación en contra de la población indígena; a las dificultades en lograr acuerdos en torno a aspectos clave tales como el balance entre el respeto a la cultura y la tradición textil y el fomento de la comercialización y exportación; así como a la ausencia de espacios u oportunidades de diálogo sobre estos temas. En general, se perciben debilidades en el MINECO en el ejercicio de sus roles de rectoría y fomento de la cadena (OIT, 2019).

Los resultados de la encuesta TRAVERA (OIT, 2018) sustentan parcialmente estas valoraciones cualitativas, sobre todo en lo que respecta a la percepción que los apoyos disponibles son insuficientes: apenas el 4.3%⁴³ de los establecimientos encuestados reportó recibir apoyos por parte de agencias o institutos para desarrollar la cadena de valor; mientras que 78.9% (de un total de 109 que respondieron esta pregunta) indicaron que la falta de apoyo del gobierno era una dificultad muy grave o grave para iniciar o aumentar las exportaciones.

Aunado a lo anterior, existen discrepancias entre los actores con respecto a las perspectivas de desarrollo de la cadena. Mientras que algunos actores evalúan la situación actual como favorable y expresan una postura optimista respecto a las posibilidades futuras de crecimiento, otros reiteran que se observa un estancamiento de las ventas y expresan preocupación sobre la reducción en la demanda de producto. Ante la ausencia de datos y estadísticas que permitan medir la evolución comercial de la cadena y contar con una lectura compartida y de conjunto, predomina la experiencia propia de la situación actual del negocio como indicador. Aquellos que tienen un nicho definido o que han logrado consolidar sus clientes nacionales y extranjeros tienen una perspectiva firme y positiva sobre las oportunidades que ofrece la comercialización de artesanías textiles tanto a nivel nacional como internacional; lo cual contrasta con la actitud un tanto desesperanzada de quienes se han visto afectados por reducciones drásticas en sus ventas y exportaciones en el último período.

⁴² Se reitera hallazgo de estudios previos (ver USAID, 2005).

⁴³ Pregunta Q4.1 de encuesta TRAVERA. Número de establecimiento que respondieron pregunta: 254

2.5.2 Políticas públicas y el desarrollo de la cadena

Este apartado explora el posicionamiento que tiene el desarrollo de la cadena valor de la artesanía textil en el marco de las políticas públicas vigentes, en el entendido que éstas expresan prioridades para la atención y fomento de encadenamientos o sectores específicos. Para tal efecto, se realizó una selección acotada de instrumentos vigentes, incluyendo leyes, planes y políticas sectoriales relacionadas con el desarrollo económico, el empleo, el fomento a la competitividad, entre otros. El cuadro a continuación sintetiza los hallazgos.

Cuadro 6: Políticas públicas y el desarrollo de la cadena de valor de la artesanía textil

Nombre de ley, plan, política o instrumento	Observaciones y comentarios
Ley de Protección y Desarrollo Artesanal (Decreto 141-96).	<p>La Ley, promulgada en el año 1996, tiene como objeto proteger y fomentar las artesanías y las artes populares, que son declaradas como de interés cultural. El Ministerio de Economía tiene el mandato de velar por el cumplimiento de la Ley.</p> <p>Esta normativa contempla, entre otros, la promoción de mecanismos organizacionales en torno a la producción de artesanías, la creación de instrumentos financieros en apoyo a la producción artesanal, el establecimiento de incentivos tributarios para la producción y comercialización de artesanías, así como la promoción de entidades y definición de funciones para la investigación, registro, capacitación, desarrollo y auto-desarrollo, asesoría, entre otros.</p> <p>La Ley también propone en su artículo 10 el funcionamiento de una Comisión de Protección y Desarrollo Artesanal que será asesorado por un consejo de carácter inter-institucional y multisectorial. A la fecha, sin embargo, y a pesar de contarse con borradores para el reglamento que exige la ley, éste no ha sido aprobado y su discusión se ha estancado por más de una década. Debido a lo anterior, no ha sido posible operativizar una instancia que permita la participación de diversos sectores para el diálogo y la toma de decisiones para el desarrollo de la producción artesanal.</p> <p>La Ley no ha sido actualizada para dar respuesta a las necesidades, demandas y desafíos actuales de los productores artesanales en el contexto económico de globalización; ni para incorporar mecanismos alternativos o novedosos de investigación, registro, capacitación y divulgación de cara a los avances tecnológicos.</p> <p>La Ley tampoco precisa los mecanismos o figuras legales con que se protegerá la propiedad en la producción artesanal, y por lo tanto, deberá revisarse a la luz de las resoluciones que tome el Congreso de la República de Guatemala en torno a iniciativas, como la No. 5247.</p>
Plan Nacional de Desarrollo K'atun Nuestra Guatemala 2032	<p>El plan establece la visión de largo plazo de Guatemala. Reconoce la débil inserción del país en los procesos de globalización e integración regional, como resultado de condiciones desfavorables en el comercio exterior y la baja capacidad de producción para la exportación.</p> <p>El plan no aborda problemáticas específicas de la cadena de valor de la artesanía textil. Prioriza variables de análisis relacionadas con su situación (condiciones de vida en el área rural, competitividad, inversión productiva, educación y acceso a mercados), pero no de forma explícita para la cadena.</p> <p>La producción artesanal se vislumbra como una alternativa productiva para la mejora de ingresos de las familias rurales.</p>
Política General de Gobierno 2016-2020	<p>No existen referencias explícitas al desarrollo de la cadena de valor de la artesanía textil en Guatemala.</p> <p>Entre las prioridades presidenciales se encuentran el fomento de la MIPYME, el turismo, el trabajo digno y decente, aspectos que de manera muy general pueden vincularse con la cadena de valor textil artesanal o sus necesidades.</p> <p>Se reconoce la importancia del turismo para potenciar el desarrollo de otros sectores.</p>

Nombre de ley, plan, política o instrumento	Observaciones y comentarios
Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible 2012-2022	<p>No existen referencias directas al desarrollo de la cadena de valor de la artesanía textil en Guatemala o acciones concretas para fortalecerla. Las relaciones entre la política y la cadena de valor del sector textil artesanal se enuncian de forma general (regiones, artesanías en conjunto) o indirecta.</p> <p>La política reitera el carácter dinamizador del sector turismo y cómo desde sus operaciones puede favorecer otras actividades económicas, como la producción de artesanías. Dentro del Eje 3 de consolidación y diversificación de la oferta turística, se anuncia un programa de fomento a la inversión turística, que comprende acciones para el fomento de artesanías (con fines de animación cultural) y la creación de un Fondo de Inversión y Desarrollo Turístico de Guatemala (FODESTUR), que podría, entre otros, brindar asistencia técnica, capacitación y apoyo en la promoción y comercialización a empresas relacionadas con el sector turismo, incluidas las que venden artesanías.</p>
Política Nacional de Competitividad 2018-2032	<p>La política establece tres lineamientos en torno a 11 clústeres, 11 prioridades en materia de competitividad y 9 territorios.</p> <p>La selección de los clústeres obedece, en parte, al potencial de generar empleos formales productivos. Entre los clústeres priorizados se encuentran dos con potenciales de dinamizar la cadena: a) textil, confección y calzado; b) turismo⁴⁴. Sin embargo, no existen referencias explícitas al fomento o desarrollo de la cadena de valor de la artesanía textil.</p> <p>La política retoma algunos territorios propuestos por otros documentos de planificación, a fin de priorizar su desarrollo y potencial productivo. Entre los territorios con potencial de convertirse en ciudades intermedias se encuentran algunos cercanos a las zonas de elaboración y comercialización de artesanías textiles, como por ejemplo, Ciudad Turística Antigua (que integra diversos municipios de Sacatepéquez) y Ciudad de los Altos (que integra, entre otros, diversos municipios de Quetzaltenango. Otras ciudades intermedias con potenciales nexos geográficos con zona de elaboración y comercialización de textiles artesanales son: Ciudad Las Verapaces (municipios del departamento de Alta Verapaz), Ciudad Huehuetenango (municipios del departamento Huehuetenango) y Ciudad de Guatemala (municipios de departamentos Retalhuleu y Quetzaltenango).</p>
Política Nacional de Empleo Digno 2017-2032	<p>No existen referencias explícitas al empleo o desarrollo del sector textil artesanal en Guatemala. La política prioriza otros sectores para avanzar en el <i>Plan nacional para la generación de empleo digno</i>, que corresponden a los identificados en la estrategia de <i>clústeres</i> y el Programa Nacional de Competitividad, y son los que tienen mayor expectativa de desarrollo y de generación de nuevos empleos. Entre estos se encuentran dos que se vinculan con la cadena de valor de textiles artesanales: textil, confección y calzado, así como turismo.</p> <p>La PNED enuncia acciones en los ejes de generación de empleo, desarrollo de capital humano, entorno propicio para el desarrollo de empresas y tránsito a la formalidad que se relacionan de forma genérica con los diversos sectores de la economía, mas no de manera específica con el sector textil artesanal en Guatemala.</p>
Política nacional para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas	<p>La política enuncia lineamientos generales para mejorar el entorno de políticas, regulaciones, instituciones y programas encaminados a mejorar la productividad y competitividad de las MIPYME, e incluye una nueva propuesta de gobernanza que comprende la conformación del Consejo Nacional para el Desarrollo de la Competitividad Empresarial (CONACE). Sin embargo, no hace referencias al desarrollo de MIPYME en sectores, cadenas o territorios específicos.</p> <p>Entre los aspectos relevantes para el apoyo a las MIPYME de cualquier cadena de valor se encuentra la formulación de planes de acción para el fomento de los servicios de desarrollo empresarial y el fortalecimiento de la oferta de estos servicios, que comprenden, entre otros la “capacitación externa y en planta, tutorías, asistencias técnicas, diagnósticos, servicios de comercialización, acceso a mercados, asociatividad e información” (MINECO, s.f.)</p>

Fuente: Elaboración propia con base en investigación documental y entrevistas semi-estructuradas.

⁴⁴ El clúster se denomina “turismo y servicios de salud”.

2.5.3 Mapeo de instituciones

A continuación se presenta una matriz con el listado de instituciones públicas, autónomas y privadas que apoyan el fortalecimiento de la cadena de valor de la artesanía textil en Guatemala. El listado no es exhaustivo y prioriza aquellas entidades u organizaciones que tienen enfoque específico de apoyo en el comercio y desarrollo de las habilidades de los actores de la cadena. Para mayor detalle sobre programas y proyectos, ver OIT (2019).

Cuadro 7: Instituciones y organizaciones que apoyan la cadena de valor

Nombre de institución	Tipo	Rol	Dependencias o entidades a través de las que apoya o desarrolla la cadena
Ministerio de Economía (MINECO)	Pública	Referente de políticas de desarrollo productivo (actividades no agropecuarias), inversión, competencia, comercio exterior y desarrollo de MIPYME. Responsable de velar por el cumplimiento de la Ley de Protección y Desarrollo Artesanal.	Se vincula con la cadena de valor a través del Viceministerio de Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana empresa, el cual facilita el acceso a servicios financieros y servicios de desarrollo empresarial. Implementa el Programa Tejiendo Alimentos, que apoya la producción y comercialización de artesanías textiles, por medio de capacitación, ayuda financiera y búsqueda de mercados.
Ministerio de Cultura y Deportes (MCD)	Pública	Atiende aspectos relacionados con la conservación y desarrollo de la cultura, el cuidado de la autenticidad de sus manifestaciones, la protección del patrimonio y el impulso de la recreación y del deporte.	Se vincula con la cadena de valor a través del Departamento de Artesanías y Artes Populares, de la Dirección Técnica de Patrimonio Intangible en el Viceministerio de Patrimonio Cultural y Natural que se encuentra realizando levantamiento de registro de artesanos; y a través de la Dirección General de Desarrollo Cultural y Fortalecimiento de las Culturas, que se encuentra desarrollando el Sistema Nacional de Cultura.
Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT)	Descentralizada	Autoridad que rige y controla la promoción, fomento y desarrollo sostenible del turismo en Guatemala.	Se vincula con el sector a través de la Dirección de Desarrollo del Producto Turístico que promueve la participación de artesanos o productos artesanales en ferias turísticas.
Ministerio de Educación (MINEDUC)	Pública	Responsable de formular y administrar la política educativa a nivel nacional, en las áreas de educación formal y extraescolar.	La Dirección General de la Educación Extraescolar ejecuta el Programa Nacional de Educación Alternativa, dentro del cual se creó el Sistema de Certificación de Competencias. A través de este sistema, MINEDUC ha certificado las competencias de tejedoras y tejedores artesanales (ver Capítulo 3).
Ministerio de Trabajo y Previsión Social	Pública	Responsable de impulsar la Política Nacional de Empleo Digno y otras políticas para fomentar y proteger el empleo y los derechos de los trabajadores a nivel nacional.	Esta cartera de Estado no ha trabajado de forma directa en el fortalecimiento de la cadena de valor de la artesanía textil. No obstante, tiene un rol fundamental en el impulso del Sistema Nacional de Formación Laboral, para lo cual se ha formado una sub-comisión en el marco de la Política Nacional de Empleo Digno (Eje 2). El rol articulador de este Ministerio para acercar instituciones como MINECO y MINEDUC puede

Nombre de institución	Tipo	Rol	Dependencias o entidades a través de las que apoya o desarrolla la cadena
			representar una oportunidad para mejorar la prestación de servicios de educación, formación y capacitación en la cadena.
INTECAP	Autónoma	Entidad encargada de prestar servicios de capacitación técnica para mejorar la productividad y competitividad de jóvenes y adultos.	INTECAP ha desarrollado oferta formativa para el desarrollo de la cadena, mediante convenios con instituciones públicas, incluyendo MINECO, MIDES y SOSEP (ver Capítulo 3).
Ministerio de Desarrollo Social (MIDES)	Pública	Responsable de diseñar, regular y ejecutar políticas públicas para mejorar la calidad de vida de población en situación de pobreza.	MIDES ejecuta a través del Viceministerio de Protección Social y su Dirección de Promoción Social el programa Beca Social, que comprende la modalidad de Beca Social Artesano, para financiar participación en capacitaciones.
Asociación de Exportadores de Guatemala (AGEXPORT)	Privada	La misión de AGEXPORT es promover el crecimiento de las exportaciones de Guatemala.	La Comisión Hecho a Mano de AGEXPORT apoya a empresarios formales de la cadena mediante procesos de fortalecimiento de sus capacidades técnicas, administrativas y financieras, de representatividad y comunicación, de innovación y adecuación de tendencias (ver Capítulo 3)
Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (MAGA)	Pública	Rige la producción agrícola, pecuaria e hidrobiológica en el país, con el propósito de mejorar las condiciones alimenticias de la población, la sanidad agropecuaria y el desarrollo productivo nacional.	El Departamento de Desarrollo Artesanal y Turístico de la Dirección de Reconversión Productiva en el Viceministerio de Desarrollo Económico Rural, identifica oportunidades de mercado del sector artesanal, y brinda apoyo técnico y financiero a artesanos.
Museo Ixchel del Traje Indígena	Privada	Institución no lucrativa que se encarga de coleccionar, registrar, conservar, investigar, exponer y promocionar el traje indígena guatemalteco.	Brinda asistencia técnica y capacitaciones a tejedoras a través de la Fundación Proteje. La misión de Proteje es "fomentar la producción de artesanía textil de excelente calidad orientada a la preservación y revitalización del tejido maya, a través del rescate de técnicas y procedimientos ancestrales.

Fuente: Elaboración propia, base entrevistas a profundidad, OIT (2019) y sitios oficiales de instituciones públicas y organizaciones privadas.

3 Capítulo 3: El desarrollo de habilidades en la cadena

La Ley de Protección y Desarrollo Artesanal mandata en su artículo 6 a capacitar a artesanos y miembros de asociaciones o gremios, mediante la creación de escuelas de formación de artesanos, la inclusión del estudio de artesanías en los programas de centros docentes, la implementación de programas de educación extraescolar, la impartición de cursos específicos, el desarrollo de capacidades de investigación y fomento de artesanías, la promoción de intercambios, entre otros. Tal como se verá más adelante, estos esfuerzos no se realizan en la actualidad de forma coordinada o estructurada, ni bajo la rectoría clara de un ente, institución o Ministerio.

Este capítulo compila información sobre la oferta de educación, formación y capacitación, así como la percepción y la demanda de las habilidades en la cadena, con la finalidad de documentar avances y desafíos para el cierre de brechas de competencias en la cadena textil artesanal. Cabe reiterar que esta compilación constituye un insumo preliminar⁴⁵ para abonar a la reflexión y debate colectivo sobre la magnitud de estas brechas, así como los mecanismos responder, desde los sistemas de educación, formación y capacitación a superarlas. En otras palabras, este capítulo no pretende generar recomendaciones o lineamientos definitivos, ya que se entiende que estos deben ser el resultado de un proceso de diálogo entre trabajadores, sectores productivos e instituciones públicas y privadas involucradas en la educación, formación y capacitación.

3.1 La oferta de educación, formación y capacitación

3.1.1 Educación formal, extra-escolar y superior

Los desafíos para ampliar coberturas y fortalecer la igualdad en los logros educativos a nivel nacional son grandes. Para el período 2007-20015, la inversión social en educación fue limitada e inferior al 3% del PIB (FHI360, 2018). En Guatemala, los niveles de escolaridad son bajos (ver cuadro 8) y presentan importantes brechas por área geográfica, sexo y pueblo de pertenencia. Los rezagos son más evidentes para la población indígena, particularmente las mujeres, que en promedio no logran finalizar la educación primaria. El analfabetismo también es superior entre la población maya: 28.2% de la población maya de 7 años y más no sabe leer ni escribir, contra el 18.5% del total de la población (INE, 2019) a nivel nacional.

⁴⁵ Debido a restricciones metodológicas, la encuesta TRAVERA (OIT, 2018) no generó toda la información necesaria para brindar un panorama más detallado sobre el balance de competencias en la cadena. La sección complementa los hallazgos de la encuesta con información cualitativa proveniente de entrevistas semi-estructuradas; no obstante, estos hallazgos deben ser validados por actores clave.

Cuadro 8: Promedio de grados aprobados para población de 15 años y más

Nacional	Rural	Mujeres	Población Maya	Mujeres Mayas
6.23	4.50	5.88	4.58	4.04

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del XII Censo de Población y Vivienda 2018 (INE, 2019)

Datos provenientes de la encuesta TRAVERA (OIT, 2018) confirman los bajos niveles educativos alcanzados por trabajadores ocupados en la muestra de establecimientos de la cadena de artesanía textil: 41.4% no cuenta con ningún nivel de escolaridad formal o no habían concluido la primaria, 20.8% sólo ha finalizado primaria, 20.4% finalizó la educación básica y apenas 17.4% disponía de estudios de bachillerato o superior. Estos resultados se asemejan a los observados en la familia ocupacional de textil, piel y confección a nivel nacional⁴⁶, en donde 6 de cada 10 personas ocupadas tenían educación de nivel de primaria o inferior, y menos de 2 de cada 10 había alcanzado el nivel de diversificado o superior (Ministerio de Trabajo y Previsión Social, 2016).

Tomando en cuenta estos antecedentes, la población ocupada en la cadena podría ser atendida por MINEDUC mediante la Dirección General de la Educación Extraescolar, que coordina la oferta de educativa para personas de 13 años que no hayan completado su educación primaria, media a partir de 15 años y ciclo diversificado a partir de 17 años, y trabaja de forma itinerante a través de Centros Municipales de Capacitación y Formación Humana⁴⁷. Sin embargo, desde este subsistema, no existen esfuerzos significativos dirigidos a fortalecer la cadena de valor y se carece de oferta educativa específica para el desarrollo de habilidades en la misma.

El aporte del MINEDUC se da a partir de la experiencia en el diseño e implementación del Sistema de Certificación de Competencias, el cual busca reconocer las competencias adquiridas a lo largo de la vida y ofrecer oportunidades de formación complementaria. A la fecha, se ha avanzado en la fase del reconocimiento de competencias de 234 personas tejedoras artesanales en municipios y departamentos específicos.

El proceso arroja lecciones aprendidas interesantes, en torno a la sensibilización cultural que deben tener los equipos técnicos involucrados, a la necesidad de trabajar de cerca con organizaciones locales, a la importancia de adaptar los mecanismos de evaluación de competencias (debido a los bajos niveles de alfabetización de los expertos evaluadores que definieron los estándares) y a los respaldos institucionales requeridos para la emisión de los certificados de competencias. El Ministerio de Educación cuenta con una norma técnica de la competencia del tejido artesanal⁴⁸.

Otros esfuerzos que podrían coadyuvar al desarrollo del sector sería la certificación de traductores de idiomas mayas, en proceso por parte del MINEDUC.

A nivel de educación superior, existe cierto grado de oferta pertinente (ver cuadro 9) para el desarrollo de la cadena de valor de artesanías textiles; no obstante se reconoce que las conexiones entre el mundo académico y las necesidades de la

⁴⁶ Cifras con base a ENEI 2016 (INE)

⁴⁷ Según las entrevistas realizadas, estos centros carecen de infraestructura propia.

⁴⁸ No es información de acceso público.

cadena en los territorios son difusas. En la actualidad, los principales vínculos entre la educación superior y la cadena de valor de artesanías textiles se dan mediante el apoyo de estudiantes en proyectos específicos con grupos artesanales o comunidades puntuales, o mediante trabajos individuales o colectivos de investigación para optar a los grados profesionales. Estos proyectos, sin embargo, no responden a agendas permanentes o estructuradas de investigación.

Cuadro 9: Oferta educativa a nivel superior (preliminar)

Universidad o institución académica	Programas académicos de nivel superior	Otras iniciativas que o presentan potencial de apoyo o apoyan la cadena
Universidad del Istmo	Licenciatura en Diseño Industrial de Vestuario Licenciatura en Administración con especialidad en Mercadeo	UNIS Fashion Week
Universidad Francisco Marroquín	Licenciatura en Diseño de Producto Diplomado en Diseño de Producto Entrepreneurship Diplomado en Historia del Arte Guatemalteco y Curaduría	Proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Proyecto Market Trends
Universidad Rafael Landívar	Licenciatura en Diseño Industrial	Instituto de Investigación y Estudios Superiores en Arquitectura y Diseño
Universidad del Valle	Licenciatura en Diseño de Producto e Innovación Licenciatura en International Marketing and Business Analytics Licenciatura en Antropología y Sociología	

Fuente: Elaboración propia, base entrevistas semi-estructuradas, sitios web de universidades y FHI360(2016).

3.1.2 Educación y capacitación técnica y profesional

El rol del INTECAP como proveedor de servicios de formación para fortalecer el desarrollo del sector textil artesanal, no es conocido ni reconocido de forma consistente entre los actores entrevistados. Por una parte, se identifica el potencial de colaboración; pero por otro lado, se percibe cierta distancia entre el accionar de la institución y la respuesta a las necesidades de la cadena. Esto es más evidente entre asociaciones y empresarios que, a pesar de contribuir al INTECAP, no recurren al mismo para solicitar apoyos en las áreas de formación, capacitación u otros.

INTECAP cuenta con 76 formadores registrados en el ámbito de confección artesanal y ejecuta, desde el año 2009, cierta oferta de formación pertinente para el desarrollo de la cadena textil artesanal a demanda de algunas instituciones públicas y como parte de convenios o contratos para mejorar la situación de empleabilidad o ingresos de poblaciones priorizadas por la política pública. En 2019, por ejemplo, INTECAP suscribió convenios o contratos de servicios técnicos de capacitación con SOSEP y MINECO, en los cuales se identifican cursos relacionados con el sector textil artesanal (ver cuadro 9) El convenio con SOSEP está dirigido para atender exclusivamente a mujeres (INTECAP y SOSEP, 2019) en cursos de 40 horas de duración. Por su parte, el convenio con MINECO está dirigido a formar jóvenes de

16 años en adelante en 16 departamentos de Guatemala⁴⁹, en cursos bajo la modalidad de Actualización y Complementación Técnico Administrativa (ACTA), los cuales tienen una duración entre 40 y 80 horas (INTECAP y MINECO, 2019).

Cuadro 10: Oferta de cursos INTECAP⁵⁰ detallada en convenios/contratos con otras instituciones públicas y que puede vincularse con necesidades de formación del sector textil artesanal

Convenio/contrato marco	Nombre de curso
SOSEP ⁵¹	Bordado a mano
	Bordado a mano con accesorios de tela típica
	Bordado a mano de cuadros típicos guatemaltecos
	Bordado a mano e introducción al crochet
	Confección de blusas típicas
	Corte y confección básico
	Corte y confección de ropa y accesorios con tejido típico
	Elaboración de blusas típicas bordadas a mano
	Tejido en telar de mano
	Telar de cintura
	Telar en pedal
	MINECO ⁵²
Bordado a mano de cuadros típicos guatemaltecos	
Corte y confección básico	
Corte y confección en línea blanca	
Elaboración de blusas típicas bordadas a mano	
Elaboración de prendas básicas	
Marketing digital	
Emprendimiento innovador	
Teñido y elaboración de jaspe	
Brocados en el telar de cintura	
Técnicas en telar de pedal	
Diseños para ponchos con lanas de oveja	

Fuente: Elaboración propia, base INTECAP y SOSEP (2019) e INTECAP y MINECO (2019)

En adición a estos cursos, INTECAP también dispone en su oferta de un programa de formación para Técnico en Diseño Industrial del Vestuario, que constituye una carrera de nivel medio superior, tiene una duración estimada de un año a un año y medio e incluye 500 horas de práctica en empresas. Este programa está más orientado a la sector de la industria textil.

3.1.3 Otras fuentes de formación y capacitación

Otros proveedores o coordinadores de servicios de educación, capacitación y formación para el sector incluyen a AGEXPORT, fundaciones de desarrollo y proyectos de cooperación internacional. A continuación, se describe brevemente la oferta y servicios de AGEXPORT.

⁴⁹ Zacapa, Chiquimula, Escuintla, Retalhuleu, Alta Verapaz, Baja Verapaz, Petén, Jutiapa, Jalapa, Quiché, Totonicapán, Guatemala, Huehuetenango, San Marcos, Izabal y Quetzaltenango.

⁵⁰ Aunque algunos temas se repiten, los cursos se enuncian por separado porque son impartidos bajo distintas modalidades y están dirigidos a diferentes audiencias.

⁵¹ El convenio estipula 63 cursos de capacitación.

⁵² El contrato y su anexo establecen un total de 85 cursos.

La Comisión Hecho a Mano de AGEXPORT está integrada por alrededor de noventa socios, entre proveedores, productores, diseñadores, comercializadores de artesanías y productos hechos a mano de Guatemala; empresas de tamaño diverso, formalmente constituidas, inscritas en la SAT, que tienen vocación exportadora. Los textiles artesanales representan una parte importante de la Comisión y los agremiados de este sector se caracterizan por ser microempresarios.

La Comisión Hecho a Mano de AGEXPORT elabora anualmente un plan de trabajo que comprende los siguientes ejes: innovación, fortalecimiento, mercado y alianzas. Bajo el eje de fortalecimiento, la Comisión programa de forma periódica cursos de corta duración, cuyos contenidos se definen sobre la base de una encuesta anual de necesidades que se utiliza para documentar el plan de trabajo. Las capacitaciones se imparten en varios temas, incluyendo: participación en ferias, canales de distribución, comercio electrónico, proveeduría en la cadena, tendencias de moda, entre otros.

Algunas de las capacitaciones coordinadas por la Comisión se imparten de forma gratuita; otras tienen costos para los participantes, incluyendo los agremiados.

3.2 Percepción de las habilidades en la cadena de valor

La encuesta TRAVERA (OIT, 2018) explora la percepción general sobre las habilidades⁵³ en la cadena, por medio de valoraciones cualitativas sobre el nivel de habilidades de trabajadores actuales y el nivel de coincidencia entre las habilidades requeridas por los puestos de trabajo y las demostradas por los trabajadores.

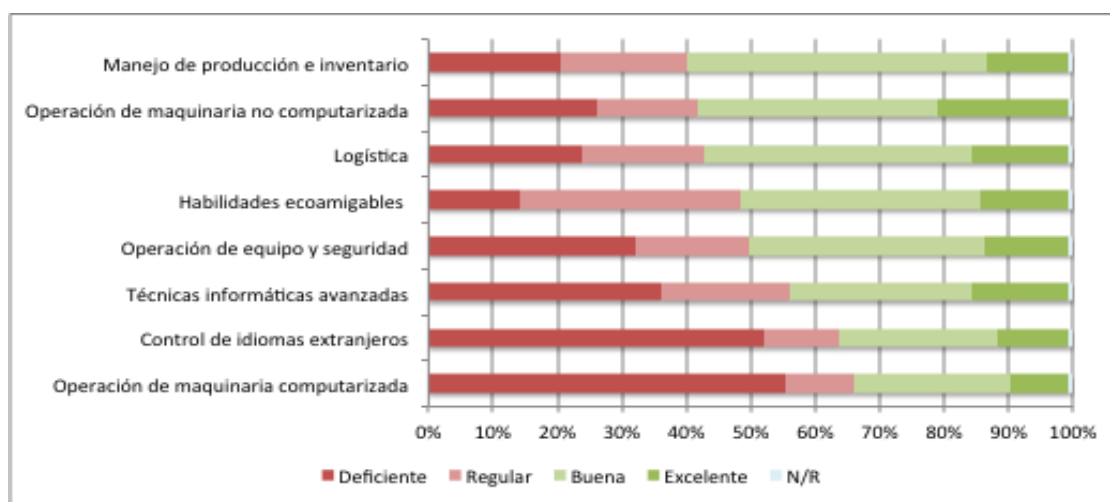
En el primer caso, la encuesta lista un total de 20 tipos de conocimientos, habilidades (generales y específicas) y algunas actitudes. A continuación se detallan aquellos elementos que fueron calificados como deficientes o regulares por más de un 40% de los 255 establecimientos participantes en la encuesta⁵⁴ y que incluyen la operación de maquinaria computarizada, el control de idiomas extranjeros, el conocimiento de técnicas informáticas avanzadas, la operación de equipo y seguridad, las habilidades ecoamigables⁵⁵, la logística, la operación de maquinaria no computarizada y el manejo de producción e inventario

⁵³ Habilidades sólo fueron enunciadas en la encuesta, mas no fueron definidas ni clasificadas por áreas o niveles, por lo que se dificulta profundizar en el análisis de brechas.

⁵⁴ Las doce “habilidades” restantes exploradas son: habilidad numérica, actitudes, aprendizaje de nuevas ideas, métodos y conceptos, comunicación, servicio al cliente, resolución de problemas, iniciativa, trabajo en equipo, manejo de responsabilidades, medición y clasificación de materias primas, almacenaje y envío, control de calidad.

⁵⁵ Comprende, por ejemplo, nociones de reciclaje, manejo y tratamiento de desperdicios y recuperación de material.

Gráfico 6: Habilidades señaladas como regulares o deficientes por más del 40% de establecimientos encuestados



Fuente: Elaboración propia, base encuesta TRAVERA (OIT, 2018)

Desafortunadamente, debido al formato de la encuesta, no es posible estimar el número de empleados que presentan deficiencias en las habilidades, ni determinar las áreas funcionales, puestos o posiciones en las que estas habilidades son deficientes.

En el segundo caso, la encuesta identifica 26 puestos de trabajo u ocupaciones en las áreas de gerencia (5), soporte (9), servicios y ventas (5) y producción (7), de las cuales sólo 10 se registran en 5 o más de los 255 establecimientos encuestados. El cuadro a continuación resume la valoración del grado de coincidencia de las habilidades en estos niveles.

Cuadro 11: Percepción sobre grado de coincidencia de habilidades por puesto u ocupación

Área	Puestos u ocupaciones más frecuentes	Número de establecimientos que reportaron puesto u ocupación	Total que indica que habilidades coinciden poco o no coinciden	% que indica poca o nula coincidencia
Gerencia	Gerente general	124	4	3.2%
	Gerente de finanzas y contabilidad	6	0	0.0%
Soporte	Contabilidad	8	2	25.0%
	Servicio al cliente e información	5	0	0.0%
	Empleados de producción	10	1	10.0%
Servicios y ventas	Ventas nacionales	39	1	2.6%
Producción	Tejedores	128	7	5.5%
	Entintadores	7	1	14.3%
	Costureros, sastres	13	3	23.1%
	Trabajador manual	5	3	60.0%

Fuente: Elaboración propia, base encuesta TRAVERA (OIT, 2018)

Tal como se muestra en el cuadro, es en el área de producción donde se observa un mayor número de establecimientos que indican que las habilidades de sus trabajadores coinciden poco o nada con los requerimientos exigidos por las ocupaciones o los puestos de trabajo.

Al igual que en el caso anterior, no es posible debido al formato de la encuesta, cuantificar las brechas de habilidades para estas ocupaciones, dado que la encuesta no señala el número de trabajadores que presentan deficiencias. En adición, la misma heterogeneidad en la configuración organizativa de los establecimientos encuestados dificulta la realización de un análisis comparativo al interior de la cadena. Por lo anterior, los resultados referidos a esta valoración subjetiva sobre las habilidades de los trabajadores deben considerarse como indicativos.

3.3 Demanda de competencias y nuevos puestos de trabajo

Lograr los objetivos de posicionar los tejidos artesanales de Guatemala en los mercados globales, incrementar las ventas y exportaciones y mejorar la calidad de vida de las comunidades indígenas exige de esfuerzos coordinados por desarrollar competencias en la cadena de valor. Esta sección compila hallazgos preliminares referidos al conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y otros requeridos por la cadena de valor, así como a las nuevas necesidades de puestos de trabajo, para cerrar con un balance general de las competencias en la cadena. Cabe mencionar que según la encuesta TRAVERA, (OIT, 2018), 57.1% indicó que le resultaba muy difícil o difícil conseguir trabajadores con muy buenas habilidades: y 44.7%, 45.2%, 42.9% y 48.0% de los establecimientos señalaron, respectivamente, las brechas de conocimientos, habilidades y actitudes, así como la falta de experiencia, como desafíos importantes o muy importantes para realizar nuevas contrataciones en sus empresas o negocios.

3.3.1 Conocimientos, habilidades y actitudes requeridos en la cadena de valor

El siguiente cuadro presenta los conocimientos, habilidades y actitudes enunciados por los diversos actores entrevistados, clasificados por cada uno de los cinco eslabones de la cadena (insumos/materias primas, producción, diseño, comercialización y exportación). En algunos casos, se duplican elementos entre eslabones debido al reconocimiento de la multiplicidad de roles que pueden ejercer sus actores clave. El cuadro incluye, además, un listado de conocimientos, habilidades y actitudes transversales, consideradas como necesarias para establecer un lenguaje común entre los actores a fin de fomentar un ambiente de diálogo y cooperación.

El listado no pretende ser exhaustivo ni definitivo y deberá ser enriquecido, ordenado y validado en ejercicios posteriores.

Cuadro 12: Conocimientos, habilidades y actitudes requeridas en la cadena de valor por eslabón de la cadena de valor

Eslabón de la cadena	Conocimientos, habilidades y actitudes
Insumos/Materias primas	Gestión de la calidad Procesos orgánicos de teñido
Producción	Alfabetización lecto-escritura Cálculo aritmético elemental Alfabetización digital (computadoras, paquetes básicos e internet) Técnicas ancestrales de tejido (cintura y telar) Programación de telar de pedal Cooperativismo y asociatividad Corte y confección Uso de medidas para corte y confección Terminaciones y acabados Patronaje Manejo de maquinaria para cuero Terminados textiles en macramé Combinación de colores y tendencias de la moda Gestión de la calidad Gestión de compras Análisis de costos Establecimiento de precios Legislación tributaria Estrategias de formalización laboral y tributaria Procesos orgánicos de teñido Técnicas de negociación Manejo de medios de cobro y pago Higiene y seguridad ocupacional Auto-confianza y auto-estima
Diseño	Diseño artesanal Diseño industrial Patronaje Tendencias de la moda internacional Creación de nuevos productos Técnicas ancestrales de tejido de cintura y de pedal Idiomas Mayas Origen, historia, jerarquía y simbología de los tejidos mayas
Comercialización	Contabilidad general Establecimiento de precios Análisis y control de inventarios Técnicas de mercadeo y ventas Estrategias de prospección de mercado Mercadeo digital Comercio electrónico Canales de distribución Técnicas de negociación Manejo de medios de cobro y pago Inglés comercial y de negocios Imagen y empaque Estrategias de formalización laboral y tributaria
Exportación	Procesos de exportaciones Análisis y control de inventarios Mercadeo digital Comercio electrónico Canales de distribución Técnicas de negociación Inglés comercial y de negocios Empaque y embalaje para exportación Estrategias de formalización laboral y tributaria

Eslabón de la cadena	Conocimientos, habilidades y actitudes
Investigación, documentación y comunicación	Características de los textiles mayas por área geográfica Origen, historia, jerarquía y simbología de los textiles mayas Técnicas de investigación histórica, antropológica y cultural Comunicación técnica Idiomas mayas
Transversales	Valor cultural de las técnicas ancestrales de tejido Respeto a la diversidad cultural Compromiso con la calidad Orientación al cliente Compromiso con la preservación del medio ambiente Encadenamientos productivos Legislación (protección y desarrollo artesanal, propiedad intelectual, propiedad industrial)

Fuente: Elaboración propia con base en entrevistas semi-estructuradas.

3.3.2 Nuevas ocupaciones o puestos de trabajo

Según las entrevistas realizadas, la demanda de nuevas ocupaciones o puestos de trabajo se proyecta principalmente en los eslabones de diseño, comercialización y exportación y en el seno de asociaciones, cooperativas, empresas o gremios que ya disponen de cierta escala en la venta nacional e internacional de sus productos y tienen perspectivas de crecimiento y expansión. Entre los puestos a requerirse⁵⁶ en un corto o mediano plazo se encuentran: diseñadores artesanales, diseñadores industriales, diseñadores *web* (para la creación y mantenimiento de tiendas en línea), especialistas en comercio electrónico, especialistas en mercadeo digital y/o *community managers* (para desarrollar marca en línea y detectar potenciales clientes y seguidores), especialistas en mercadeo, diseñadores gráficos, encargados de logística de exportación o técnicos especializados en exportaciones.

Otras ocupaciones mencionadas en el eslabón de producción o en áreas de apoyo al mismo fueron: confeccionistas de cuero o talabarteros y traductores especializados en técnicas artesanales (idiomas Mayas a Español, y viceversa).

3.3.3 Balance de las competencias a nivel de la cadena

Según la OIT (s.f), una competencia se define como “la capacidad de llevar a cabo tareas y cometidos correspondientes a un determinado empleo”. A continuación se realiza un balance preliminar de las principales brechas de competencias en la cadena, mediante la vinculación entre las ocupaciones actuales, clave o emergentes en la (clasificadas por grupo, según la CIUO-08) y las brechas identificadas en las capacidades empresariales.

⁵⁶ FHI360 (2016) identificó ocupaciones y empleos potenciales similares (diseñadores y especialistas en mercadeo) en estudio sobre educación técnica universitaria y mercado laboral que comprendió como cadena priorizada el sector textil y de prendas de vestir (incluyendo textiles mayas).

Cuadro 13: Brechas en capacidades empresariales y competencias por ocupación

Grupo relevante CIUO-08	Ocupaciones actuales, clave o emergentes	Vínculos con brechas de capacidades empresariales					Observaciones sobre brechas de competencias
		Estándares de calidad	Innovación	Capacidad productiva	Mercadeo y Ventas	Administración	
1 – Personal directivo de empresas	Gerentes Generales				X	X	Administración y finanzas de MIPYME, inteligencia de mercados y comercialización.
3 – Técnicos y profesionales de nivel medio	Diseñadores artesanales Diseñadores industriales Especialistas e mercadeo/merca deo digital o en comercio electrónico <i>Community managers</i>	X	X				Diseño en prendas según especificaciones de materiales y colores; investigación e identificación de tendencias y preferencias de clientes nacionales e internacionales; optimización de costos de confección; Uso de herramientas digitales y de técnicas de Inteligencia y segmentación de mercados; organización y comunicación de contenidos en español y otros idiomas extranjeros.
4 – Empleados de oficina	Administradores Contadores Encargados de compras Encargados de servicio al cliente Encargados de exportación y logística					X	Manejo y gestión de recursos materiales, financieros y humanos. Uso de idiomas extranjeros para atender y dar seguimiento a pedidos de clientes internacionales.
5- Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios	Vendedores mayoristas Vendedores minoristas Vendedores en mercados internacionales				X		Clasificación y atención de clientes; comprensión y uso de idiomas extranjeros (para el caso de vendedores internacionales)
7- Oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y de otros oficios	Tejedoras Confeccionistas Sastres Confeccionistas en cuero	X	X	X	X	X	Creación de nuevos diseños; aplicación de patrones; integración de textiles y otros materiales en la confección de prendas y artículos; aplicación de procedimientos de apoyo a la conservación del medio ambiente en entornos de producción; atención al detalle y terminaciones.

Fuente: Elaboración propia.

3.4 Obstáculos para la educación, formación y capacitación

Tal como se evidenció en apartados anteriores, diversas instancias públicas, autónomas y privadas han realizado o realizan acciones de educación, formación y capacitación para fortalecer a la cadena del sector textil artesanal en Guatemala. Sin embargo, los esfuerzos son dispersos y no tienen la escala suficiente para beneficiar a un porcentaje importante de actores.

Los resultados de la encuesta TRAVERA (OIT, 2018) dan cuenta del bajo alcance de las acciones formativas, ya que sólo un 4.3% de los 255 establecimientos encuestados declaró haber impartido/recibido en los últimos 12 meses capacitaciones para sus trabajadores, empleados o asociados. Por su parte, apenas la tercera parte de los establecimientos reportó haber usado algún método de capacitación, siendo los más frecuentemente mencionados la capacitación durante el trabajo y la capacitación y desarrollo que los empleados buscan en su propio tiempo.

A partir del análisis integrado de fuentes primarias y secundarias, se identifican los siguientes obstáculos adicionales para la educación, formación y capacitación en la cadena de valor del sector textil artesanal en Guatemala.

3.4.1 Desconocimiento de oferentes de formación y capacitación

Existe un amplio desconocimiento sobre la oferta de formación y capacitación a lo largo de la cadena. Según la encuesta TRAVERA (OIT, 2018), 92.9% de los establecimientos encuestados no logran identificar al menos tres escuelas técnicas u oferentes que brinden altos estándares de educación / capacitación en su sector.

3.4.2 Centralización de las oportunidades de capacitación y aprendizaje

En algunos casos, se percibe que la prestación de servicios de capacitación está centralizada en la capital de Guatemala. Lo anterior fue mencionado de forma explícita por algunos actores claves en torno a las capacitaciones impartidas por la Comisión Hecho a Mano de AGEXPORT. Si bien la pertinencia y la calidad de los servicios provistos fueron evaluadas favorablemente, la necesidad de trasladarse desde el interior a la capital para asistir a seminarios o conferencias de corta duración fue un detractor para la participación en los eventos organizados, por temas de tiempo y costo.

3.4.3 Uso limitado de recursos plurilingües

Guatemala es una nación plurilingüe. Sólo en el pueblo maya se identifican 22 comunidades lingüísticas, entre las cuales la K'iche', Q'eqchi' y Kaqchiquel son las más predominantes (INE, 2019), con 27.1%, 22.1% y 17.2% de la población maya perteneciendo a las mismas.

En los departamentos de Occidente y del Altiplano donde se concentra la producción de tejidos con técnicas artesanales, predominan, respectivamente el Kaqchiquel (en Sacatepéquez, Chimaltenango y Sololá); el K'iche' (en Sololá, Totonicapán, Quetzaltenango, Quiché); el Tz'utujil (en Sololá), el Mam (en

Quetzaltenango y Huehuetenango); el Q'anjobal y Chuj (en Huehuetenango) y el Ixil y Q'eqchi (en Quiché) (INE, 2019).

A pesar de lo anterior, la formación que se presta desde las instituciones públicas suele ser provista en Español. Para el caso, INTECAP imparte formalmente su oferta formativa en Español. En ocasiones, y dependiendo de las audiencias, buscan instructores conocedores o hablantes de lenguas mayas, pero en caso de no encontrar, se recurre a un intérprete proveniente de la comunidad y a otros recursos metodológicos para facilitar el intercambio y la transferencia de conocimientos.

Si bien se estima que 7 de cada 10 personas mayores de 15 años pertenecientes al pueblo Maya son alfabetas⁵⁷, y que de éstos, al menos 9 saben leer y escribir en Español (INE, 2019), algunas de las personas entrevistadas consideran que de utilizarse directamente los idiomas de las comunidades en los procesos formativos, podría lograrse un mayor alcance, acercamiento y comprensión porque las personas estarían incentivadas a participar más y perderían el miedo a no darse a entender.

La experiencia concreta con cursos en comunidades indígenas sugiere que no siempre existen garantías que la traducción o la interpretación sea la correcta, en parte porque conocer el idioma no significa dominarlo ni tampoco implica dominio de las técnicas que se están transmitiendo durante la formación. En este sentido, entre las lecciones aprendidas de las instituciones públicas en el sector textil artesanal (MINECO y MINEDUC, por ejemplo), se encuentra la necesidad de contratar expertos artesanos traductores para impartir o facilitar la interpretación durante las capacitaciones o los procesos de evaluación y certificación.

3.4.4 Condiciones de infraestructura inadecuadas para el proceso de aprendizaje

Según las entrevistas realizadas, no siempre se dispone de las instalaciones o condiciones adecuadas o técnicamente idóneas para impartir capacitaciones en las comunidades indígenas o en zonas alejadas. Proveedores de servicios de educación y formación, tales como el INTECAP y las universidades, confirman esta situación y describen las condiciones como “precarias”, en tanto se observan restricciones tales como: ausencia de aulas o de espacios con techo, necesidad de trabajar sobre el piso o la tierra sin protección, irregularidad en el servicio de energía eléctrica, temperaturas inestables (calor o frío), ausencia de medidas de seguridad industrial, entre otros. En adición, tampoco se encuentran garantizadas las condiciones de espacio para ubicar los telares⁵⁸ de pedal, caso los cursos que se imparten sean sobre esta temática.

Aspectos como la ausencia de espacios de guardería también perjudican la asistencia a las capacitaciones, dado que un alto porcentaje de tejedoras son mujeres en edades adultas.

⁵⁷ Alfabetismo de 69.8% para población de 15 años y más y de 71.8% para población de 7 años y más en pueblo Maya.

⁵⁸ Según las entrevistas realizadas, INTECAP no dispone de telares propios (de pedal o de cintura) para impartir este tipo de formación. Las herramientas artesanales son prestadas por comunidades o por los proyectos que financian la capacitación.

3.4.5 Aislamiento físico y tecnológico de comunidades indígenas

Las convocatorias y la participación a jornadas de educación, formación o capacitación pueden verse afectadas por el aislamiento físico o tecnológico de las comunidades y sus integrantes. Dicho aislamiento representa un obstáculo para que instructores se desplacen o para que productores asistan a capacitaciones; también lo es para la transmisión de información de pedidos y la comercialización. Según las entrevistas realizadas, y dado que existen artesanos y artesanas que no tienen acceso a teléfono o medios de comunicación, representantes de asociaciones, cooperativas o intermediarios todavía deben recurrir a visitas domiciliarias en las comunidades para realizar pedidos o encargos.

Según estudios previos (USAID, 2005), hace casi quince años se observaba evidencia cualitativa que las tecnologías de información y comunicación estaban reduciendo los costos de transacción en las relaciones verticales entre los actores de la cadena. Si bien no pueden negarse las ampliaciones de las coberturas, concretamente de la telefonía celular a lo largo de la región Centroamericana y el mundo en los últimos años, la brecha digital continúa siendo una realidad, en especial para personas provenientes de comunidades indígenas, y particularmente para las mujeres.

Según el último censo de población de 2018 (INE, 2019), 61.9% de la población⁵⁹ (58.4% de las mujeres y 65.6% de los hombres) declaró haber usado celular en los últimos tres meses. Entre la población Maya de los siete departamentos donde se concentra la población textil artesanal (ver 1.2), este porcentaje ascendió a 55.6% (50.4% de las mujeres y 61.5% de los hombres); y a 51.6% para el pueblo Maya en general a nivel nacional (45.6% de las mujeres y 58.1% de los hombres). El uso de internet es aún menos generalizado: 29.3% (27.6% de las mujeres y 31.2% de los hombres) de la población reportó haberla utilizado en los últimos tres meses; y apenas un 15.7% de la población Maya (13.2% de las mujeres y 18.3% de los hombres).

3.4.6 Restricciones de tiempo de tejedoras y empresario/as

Algunos actores identifican las restricciones de tiempo de tejedoras y empresario/as del sector como obstáculos para los procesos de formación. En el primer caso, y como se vio anteriormente, las mujeres suelen tener múltiples ocupaciones y combinar la labor de tejido con otras actividades de generación de ingresos o de cuidado. En este sentido, asistir a jornadas largas de capacitación para efectos de cerrar brechas en habilidades o competencias, les resulta difícil o casi imposible. Lo anterior aplica de formas similares a empresarios del sector, sobre todo si son micro y pequeños empresarios, ya que deben atender diversas áreas de sus negocios de forma simultánea.

⁵⁹ Pregunta dirigida a población de 7 años y más.

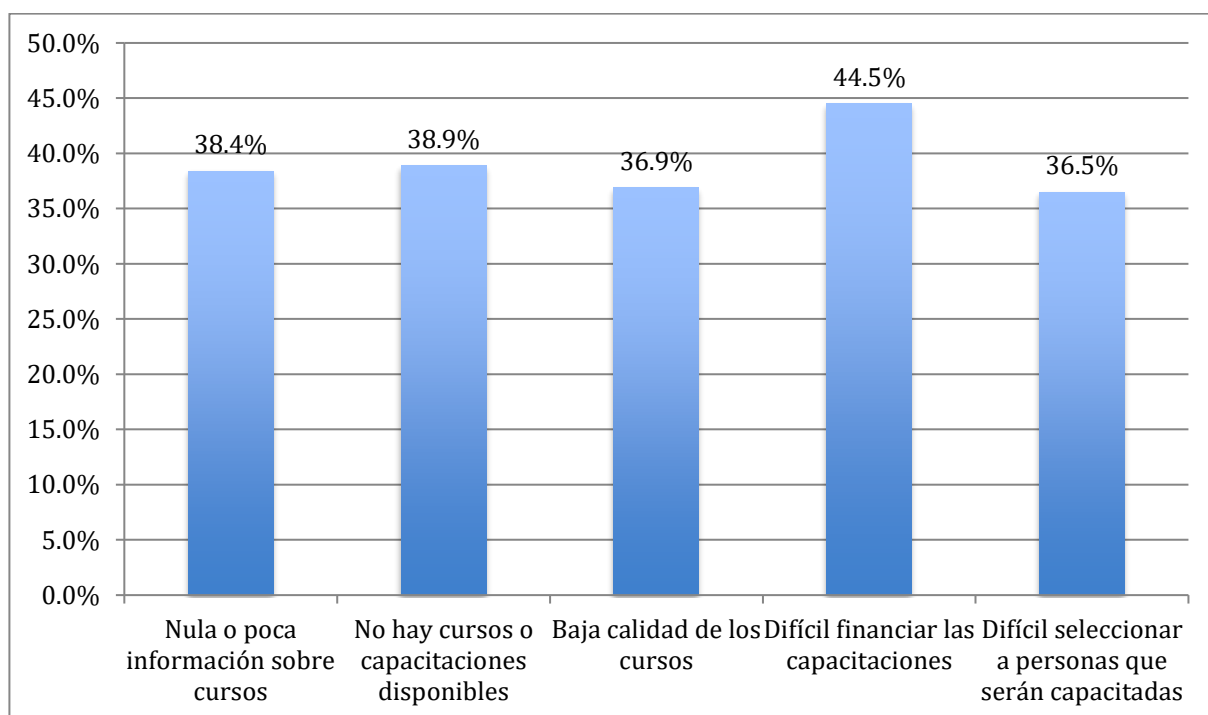
3.4.7 Ausencia de seguimiento a los procesos formativos

Aunque la ausencia de seguimiento a los procesos formativos no constituye en sí misma un obstáculo para la capacitación, sí fue mencionada como un vacío y un aspecto a mejorar por parte de algunas instancias que prestan servicios de educación, formación o capacitación al sector textil artesanal. El INTECAP, por ejemplo, sí da seguimiento a egresados de carreras de larga duración; no así a los que participan en cursos cortos, como los que se han organizado en temáticas afines al sector o en modalidades cubiertas por los convenios con SOSEP y MINECO. Las universidades entrevistadas también identificaron la falta de seguimiento a la aplicación de los conocimientos y evaluación del aprendizaje como una debilidad de sus procesos.

3.4.8 Otros

En adición a los obstáculos anteriormente descritos, la encuesta TRAVERA aporta luces adicionales sobre otras dificultades que enfrenta el sector para implementar programas de formación y capacitación. Como se observa a continuación, los desafíos clasificados con mayor frecuencia como importantes o muy importantes son: la dificultad de financiar las capacitaciones, seguido de la no disponibilidad de cursos o capacitaciones y la nula o poca información sobre los cursos. Estos últimos dos aspectos están, de alguna manera, relacionados con el primer obstáculo sobre el desconocimiento de los oferentes de capacitación.

Gráfico 6: Porcentaje de establecimientos que identificó desafío para capacitación como importante o muy importante



Fuente: Elaboración propia, base encuesta TRAVERA (OIT, 2018).

4 Recomendaciones para mejorar la competitividad de la cadena

4.1 Consolidar una visión de desarrollo de la cadena

En la actualidad, no existe una visión clara del desarrollo de la cadena de valor de la artesanía textil en Guatemala, que sea compartida por diversos actores y que sea sustentada por un marco de políticas públicas coherente. Consolidar una visión resulta fundamental para diseñar e implementar las acciones necesarias para impulsar de manera contundente el desarrollo de la cadena y de los actores que participan en la misma.

De las entrevistas realizadas se desprenden algunos elementos que puede configurar esta visión: crecimiento sostenido de ventas y exportaciones, incursión en nuevos mercados (principalmente en Europa), mejora de la calidad de vida y los ingresos de tejedoras, preservación de las técnicas ancestrales y valoración económica y cultural de la producción textil artesanal.

La visión que se consolide debe superar o trascender la idea (más o menos predominante) que la producción textil artesanal es un trabajo de subsistencia y que carece del potencial para constituirse un medio de vida sostenible para miles de hogares guatemaltecos. Desde un punto de vista subjetivo, mientras persistan estas ideas, es probable que continúen reproduciéndose acciones o medidas de política pública residuales, dispersas o marginales, que no necesariamente conducen a aprovechar al máximo las fortalezas y oportunidades que tiene frente a sí la producción, comercialización y exportación de textiles que utilizan técnicas y diseños ancestrales.

4.2 Revisar marco normativo-institucional y fomentar la coordinación interinstitucional

La dispersión de acciones de las diversas instituciones, así como la falta de coordinación y conocimiento de las iniciativas existentes en apoyo a la cadena de artesanías textiles, constituyen en la actualidad debilidades para su funcionamiento. El desarrollo adecuado de la cadena requiere de un marco institucional propicio, en el cual se integren los diferentes actores y se definan claramente roles, de cara a objetivos comunes.

El marco normativo vigente define parcialmente algunas atribuciones y le confiere al MINECO el rol de velar por el cumplimiento de la Ley de Protección y Desarrollo Artesanal. Esta legislación contempla un modelo de gobernanza para convocar a diversos actores a participar en la propuesta, diálogo y toma de decisiones de políticas públicas en torno al desarrollo y protección de las artesanías del país, de los cuales los textiles son parte fundamental. A más de 20 años de haberse promulgado la Ley, dicho modelo de gobernanza no se ha activado.

Si bien se reconoce la pertinencia de revisar y actualizar la Ley de Protección y Desarrollo Artesanal para dar respuesta a las características actuales del contexto nacional y de los mercados internacionales, la conformación de una comisión como la que promueve la legislación no debería postergarse por más tiempo si realmente se desea atender de manera integral las necesidades y desafíos del sector artesanal.

4.3 Formalizar espacios de diálogo en torno al desarrollo de competencias en la cadena

Maximizar el potencial comercial-exportador de la cadena de artesanías textiles requiere de esfuerzos estructurados para desarrollar las habilidades y competencias de sus diversos actores. Preservar las técnicas ancestrales, fomentar su valor cultural y económico, innovar en el diseño de productos con textiles artesanales y posicionar los textiles o productos guatemaltecos en los mercados internacionales exige un accionar conjunto entre comunidades Mayas, asociaciones y cooperativas de productores, Ministerio de Educación, INTECAP, institutos de formación, universidades y academia, MINECO, Ministerio de Trabajo y Previsión Social, entre otros.

Mejorar la competitividad de la cadena supone alinear esfuerzos y trascender la práctica de apoyos puntuales o parciales que ha prevalecido en los procesos de educación, formación y capacitación. En otras palabras, el desarrollo de competencias debería constituirse en un elemento central en espacios formales y permanentes de diálogo, que logren acuerdos sobre las prioridades de formación; la forma en que las instituciones de educación, formación y capacitación pueden atender estas prioridades de manera más efectiva; las fuentes alternativas de oferta de competencias; la gestión de mecanismos para anticiparse a los cambios en la demanda de competencias; entre otros.

Existen valiosas oportunidades para reorientar y reforzar el desarrollo de las habilidades y competencias en la cadena en el marco de la implementación del Sistema Nacional de Formación Laboral (SINAFOL), que constituye una de los resultados del eje 2 de la PNED. El SINAFOL ha priorizado diez familias ocupacionales (Ministerio de Trabajo y Previsión Social, 2016), entre las cuales se encuentra la familia de textil, piel y confección (que comprende la producción textil artesanal), y otras como las ventas de bienes y servicios y el turismo y hostelería, que pueden relacionarse de forma directa o indirecta con la cadena.

Experiencias en la región de América Latina en la conformación de Comités de Gestión por Competencias y Estándares de Competencia (para el caso de México), de Organismos Sectoriales para la Capacitación Laboral (Chile), o más recientemente de Comités Sectoriales de Educación Técnica y Formación Profesional (El Salvador) pueden servir de referentes como experiencias de espacios de diálogo para diversas fases de proceso de identificación, formación o certificación de competencias.

4.4 Mejorar la disponibilidad y calidad de estadísticas laborales y comerciales de la cadena

La falta de una visión de desarrollo compartida de la cadena también se explica por la ausencia de una lectura común sobre su desempeño pasado, su evolución y sus perspectivas. Lo anterior tiene a la base la insuficiencia de información y análisis de datos y estadísticas, tanto laborales como económicas y comerciales.

En Guatemala, no existen publicaciones periódicas que se aproximen de manera confiable a la cadena de valor de artesanías textiles y cuyos resultados sean del conocimiento de la mayoría de los actores. Tampoco hay claridad sobre qué instancia o institución debería generar y/o difundir este tipo de información. De igual manera, y a pesar de los apoyos recibidos por parte de diversos socios de la cooperación internacional por más de dos décadas, son escasas las sistematizaciones

o evaluaciones para determinar qué ha funcionado o qué no ha funcionado en apoyo a la cadena.

Esta insuficiencia de información clave debe revertirse si en efecto se desea dinamizar el funcionamiento de la cadena, ya que sin datos o información de calidad, difícilmente se puede activar un proceso de diálogo, diseño, mejora y evaluación de las intervenciones o políticas públicas.

En materia de estadísticas laborales, y de cara al fortalecimiento de los diversos actores, interesa disponer de información periódica que identifique las diversas ocupaciones existentes a lo largo de la cadena, la evolución del tipo, calidad y organización del trabajo, así como el nivel de ajuste o desajuste en las competencias, conforme a los requerimientos cambiantes de la demanda y las nuevas exigencias de los mercados internacionales.

En la actualidad, existen dos iniciativas que tienen potencial de generar información útil sobre el empleo/trabajo en el sector: el registro de artesanos (proyecto a cargo del MCD) y el XII Censo de Población y Vivienda. En el primer caso – y sobre un balance preliminar de los datos disponibles, resulta fundamental asegurar la calidad en el levantamiento de la información tomando en cuenta el uso que actores externos puedan hacer de la misma; reflexionar sobre la necesidad de codificar y estandarizar los datos recopilados, velando porque estos sean claros y comparable con otros instrumentos en aspectos vinculados a características sociodemográficas, educación, ocupación y empleo; clasificar la información, entre otros. Para el caso del censo de población, existe una oportunidad valiosa y poco frecuente para explorar y explotar datos sobre personas para cuantificar y calificar el trabajo en algunas actividades vinculadas a la cadena y realizar otros cruces con variables sociodemográficas y educativas, entre otros.

Por su parte, resulta crucial poner a disposición de la cadena de artesanías textiles herramientas de análisis de mercados y de comercio internacional, a fin de informar las decisiones de productores, comercializadores y exportadores respecto al desarrollo de nuevos productos, la expansión en mercados existentes o la apertura de nuevos mercados. Cabe reiterar que las brechas de capacidades empresariales en el área de mercadeo y ventas también se manifiestan en el desconocimiento de la evolución de los mercados nacionales e internacionales. Sin información no hay inteligencia de mercados; y sin inteligencia de mercados, difícilmente podrá aprovecharse el potencial de la cadena de valor de la artesanía textil de Guatemala.

Pese a los desafíos técnicos para desagregar datos estadísticos que sean representativos a nivel de la cadena desde fuentes periódicas nacionales (como la ENEI, cuentas nacionales, otras) y otras fuentes internacionales de comercio exterior, no debe descartarse la posibilidad de realizar aproximaciones analíticas con la información disponible. Lo fundamental es iniciar una práctica de análisis y uso de información, que podría contribuir de manera progresiva a generar una lectura común de la realidad, enriquecer el proceso de toma de decisiones de los actores, orientar medidas de política pública y medir la efectividad de diversas intervenciones.

Establecer alianzas con centros o proyectos de investigación vinculados a las universidades o la academia, o incluso con gremiales, para producir algún tipo de reporte periódico con indicadores de interés para los actores, constituye una alternativa para mejorar la disponibilidad y calidad de la información estadística sobre la cadena.

4.5 Establecer una agenda de investigación para el desarrollo textil artesanal

En línea con lo anterior, y con la finalidad de fortalecer el eslabón de investigación y divulgación, se recomienda avanzar en el establecimiento de una agenda de investigación más estructurada para apoyar el desarrollo textil artesanal en el país.

Tal como se mencionó anteriormente, fortalecer este eslabón podría contribuir a los propósitos de reconciliar las demandas de preservación y respeto a las técnicas ancestrales con el impulso comercial-exportador, fomentar el reconocimiento del origen y uso de los tejidos, así como visibilizar los elementos únicos y diferenciadores de los textiles artesanales a fin de mejorar su competitividad en los mercados internacionales y mejorar las condiciones de vida de las comunidades indígenas.

La alineación de los esfuerzos que ejecutan las universidades y otros centros de investigación resultaría crítico en este sentido.

4.6 Promover encadenamientos con sectores de industria textil y turismo

La cadena de valor de la artesanía textil se encuentra estrechamente ligada al funcionamiento de otras cadenas productivas y de servicios, como la industria textil y el turismo. Los puntos de encuentro son múltiples, e incluyen destinos comunes de exportación, clientes/compradores, competencias y habilidades. En la mayoría de los casos, se identifican sinergias entre estas cadenas y la producción, comercialización y exportación de artesanías textiles. En este sentido, existen amplios espacios para visibilizar y reforzar los vínculos entre las cadenas, identificar proyectos conjuntos desde una visión de desarrollo territorial y competitividad, desarrollar estrategias compartidas de mercadeo y comercialización, transferir conocimientos y habilidades, desarrollar espacios de aprendizaje, entre otros.

El rol de empleadores e instituciones públicas es clave para identificar y concretar encadenamientos productivos.

4.7 Segmentar mercados y escalar productos y procesos

Según la teoría de las cadenas de valor, existen diversas formas de escalamiento económico de las cadenas productivas, las cuales se relacionan con cambios en el uso de capital (renovación de equipo y maquinaria) y recursos humanos (habilidades y conocimientos de los trabajadores): escalamiento de productos, escalamiento de procesos, escalamiento funcional y escalamiento de cadena (Barrientos et al, 2013; Humphrey y Schitiz, 2002 y Gereffi et al., 2015 en Padilla y Odone, s.f).

Dada las características de la cadena de valor de artesanías textiles, las oportunidades más inmediatas se encuentran en el escalamiento de productos y procesos. En el primer caso, se requiere reforzar capacidades empresariales en materia de innovación y estándares de calidad a fin de mejorar las características de los productos; en el segundo caso, requeriría la incorporación o extensión de nuevas técnicas o tecnologías.

Sin perjuicio a la preservación de la técnica de tejido de telar de cintura y la divulgación de su valor cultural, es posible mejorar la competitividad mediante un escalamiento de proceso a través de la producción en el telar de pedal, e incluso mejorar la productividad con esta última técnica a través de la programación del pedal.

De forma paralela, es importante realizar un trabajo de segmentación de mercados para diferenciar entre clientes que sí distinguen y están dispuestos a reconocer monetariamente el trabajo en la elaboración de prendas con técnica de telar de cintura (más intensiva en tiempo y mano de obra) y quiénes no. Según estudios previos (USAID, 2006) no todos los compradores están dispuestos a pagar la “prima” que implica este trabajo. La frustración de las tejedoras al no ver reconocido su esfuerzo en los precios de venta podría verse reducida ante la posibilidad de elegir una técnica sobre la otra, con base en una comprensión más clara de las expectativas y características de los clientes finales.

Finalmente, el escalamiento de productos y procesos debería estar acompañado de certificaciones (de calidad o ambientales) a fin de responder de forma progresiva a requerimientos más exigentes de clientes internacionales.

Referencias

- AGEXPORT, 2019. Data Export. La conexión al comercio exterior. Historias de Exportación. Agosto-Septiembre 2019, Vol 291, Año No. 30.
- Anderson, M. (2016) Guardianes de las Artes. Grabados de artesanos y artistas en Guatemala. Nueva York: Marilyn Anderson.
- Asamblea Nacional Constituyente (1985). Constitución Política de la República de Guatemala (Reformada por Acuerdo legislativo No. 18-93 del 17 de Noviembre de 1993). Ciudad de Guatemala.
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH)(2018). Informe Anual 2018. Capítulo V: Seguimiento de recomendaciones formuladas por la CIDH en sus informes de país o temáticos. Informe de seguimiento de recomendaciones formuladas por la CIDH en el Informe sobre Situación de Derechos Humanos en Guatemala.
- Consejo Nacional de Desarrollo Urbano y Rural (CONADUR) (2014) Plan Nacional de Desarrollo K'atun 2032. Guatemala: CONADUR/SEGEPLAN.
- Congreso de la República de Guatemala (1997). Ley de Protección y Desarrollo Artesanal. Decreto 141-96.
- Congreso de la República de Guatemala (2017). Número de registro 5247. Iniciativa que dispone aprobar reformas a los decretos números 33-98 y 57-2000 ambos del Congreso de la República, Ley de Derecho de Autor y Derechos Conexos y Ley de Propiedad Industrial. Recuperado en: https://www.congreso.gob.gt/detalle_pdf/iniciativas/4668
- FHI360 (2016) La educación técnicas universitaria y su vinculación al mercado laboral en Guatemala. Guatemala: USAID LAC/Regional Workforce Development Program.
- Gobierno de Guatemala (2012). Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible 2012-2022. Guatemala.
- Gobierno de la República de Guatemala (2016). Política General de Gobierno (2016-2020).
- Gobierno de la República de Guatemala (2018) Política Nacional de Competitividad 2018-2032 (versión digital). Guatemala: Gobierno de la República de Guatemala y Programa Nacional de Competitividad de Guatemala (PRONACOM)
- ICTSD (2010). Programa sobre competitividad y desarrollo sostenible. El sector textil y confección y el desarrollo sostenible en Guatemala.
- Instituto Nacional de Estadística Guatemala (INE) (2019). XII Censo Nacional de Población y VII de Vivienda 2018.
- ILO (2012). Skills for Trade and Economic Diversification (STED). A practical guide. Geneva: International Labour Office.

- ILO (2012). Skills for trade and economic diversification in the Kyrgyz garment sector. Employment Sector/Employment Sector Report No. 19. ILO: Geneva.
- OIT (s.f) Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO-08) – Marco conceptual (Anexo 1). Recuperado en:
<https://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/isco/docs/annex1.pdf>
[06/12/2019]
- INTECAP y MINECO (2019) Catálogo de cursos de capacitación. Contrato administrativo de servicios técnicas de capacitación No. 02-2019 entre el Ministerio de Economía – MINECO- y el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad – INTECAP. Guatemala.
- INTECAP y SOSEP (2019) Catálogo de cursos de capacitación técnica. Convenio de servicios técnicos de capacitación, SOSEP 2019. Guatemala.
- ITC (2019) Creative industries. Recuperado en:
<http://www.intracen.org/itc/sectors/creative-industries/>
- Knoke de Arathoon, B (2011). Huipiles Maya de Guatemala. En: Museo Ixchel del Traje Indígena.
- Ministerio de Cultura y Deportes (2019). Registro Nacional de Artesanos (Base de datos en Excel). Guatemala.
- Ministerio de Economía (s.f.). Política nacional para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. Creando más y mejores oportunidades. Guatemala: Ministerio de Economía.
- Ministerio de Gobernación del Gobierno de la República de Guatemala (2019) Compendio Estadístico 2018. Indicadores de convivencia y seguridad ciudadana 2018. Guatemala, marzo de 2019. Recuperado en:
<https://www.infosegura.org/2019/07/30/compendio-estadistico-2018-indicadores-de-convivencia-y-seguridad-ciudadana/> [29 de octubre de 2019]
- Ministerio de Trabajo y Previsión Social (2016) Caracterización de a Fuerza de Trabajo en Guatemala por Familia Ocupacional. Ciudad de Guatemala: Ministerio de Trabajo y Previsión Social/Dirección General del Empleo/Observatorio del Mercado Laboral.
- OIT (2019) Informe de consultoría: El comercio y las cadenas de valor intensivas en el empleo (TRAVERA). El caso de la artesanía textil en Guatemala. Guatemala: OIT y Unión Europea (Proyecto Strengthen).
- Padilla, R. y N. Odone (s.f.) Manual para el fortalecimiento de cadenas de valor. México: CEPAL y FIDA.
- PROTEJE (2011) Hilos mayas de Guatemala. El lenguaje de los símbolos. Tomo I. Guatemala: PROTEJE.
- Rihova, H. (2017) El uso de la información sobre el mercado de trabajo. Guía para anticipar y ajustar la oferta de competencias con la demanda del mercado de trabajo. Volumen 1. Montevideo: OIT/CINTERFOR.

Secretaría de Educación Pública y CONOCER (2012) Competencias de personas y perfiles ocupacionales. Sector prendas de vestir, textil, cuero y calzado. México: CONOCER.

USAID (2005) Weaving micro and small enterprises into global value chains: the case of Guatemalan textil handicrafts.

World Economic Forum (2017) The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Paving the way for a more sustainable and inclusive future. Geneva: World Economic Forum.

World Economic Forum (2019) The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Travel and Tourism at a Tipping Point. Geneva: World Economic Forum.

Sitios web:

www.banguat.gob.gt

<https://export.com.gt/publico/comision-productos-hechos-a-mano>

www.ine.gob.gt

<http://www.inguat.gob.gt/estadisticas/boletines-estadisticos/2009-2014.php>

<http://www.inguat.gob.gt/estadisticas/boletines-estadisticos/2016.php>

<http://www.inguat.gob.gt/estadisticas/boletines-estadisticos/2017.php>

<http://www.inguat.gob.gt/estadisticas/boletines-estadisticos/2018.php>

<http://www.intracen.org/itc/sectors/creative-industries/>

<https://intecap.edu.gt/>

<https://www.uvg.edu.gt/carreras/>

<https://www.ufm.edu/Portal>

<https://museoixchel.org/>

<https://www.maga.gob.gt/>

Bases de datos:

INE (2018) Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos (Disponible en:

<https://www.ine.gob.gt/ine/estadisticas/bases-de-datos/encuesta-nacional-de-empleo-e-ingresos/>)

INE (2019) XII Censo de Población y Vivienda de Guatemala 2018 (Disponible en:

<https://www.censopoblacion.gt/explorador>)

ITC (2019) Trade Map (Disponible en: <https://www.trademap.org/Index.aspx>)

OIT (2018) Encuesta TRAVERA

Artículos en prensa digital:

Picq, M. (2017). Tejedoras Mayas proponen Ley de Propiedad Intelectual Colectiva (7 de marzo de 2017). En:

<https://intercontinentalcry.org/es/tejedoras-mayas-proponen-ley-de-propiedad-intelectual-colectiva-2/> [Recuperado 09/11/2019]

Fernández C., J.M. (2016) . ¿Arte robado? La batalla legal de las tejedoras mayas (12 de Julio de 2016) En: <https://www.plazapublica.com.gt/content/arte-robado-la-batalla-legal-de-las-tejedoras-mayas> [Recuperado 09/11/2019]

MINECO (2019) <https://www.guatemala.gob.gt/programa-tejiendo-alimentos-sigue-fortaleciendo-la-innovacion-y-productividad/> [Publicado 14/11/2019; recuperado 25/11/2019]

Unión Europea/Programa Empleo Juvenil - Guatemala (s.f) <https://empleojuvenil.info/sinafol-un-modelo-que-articula-gobierno-sector-empresarial-y-entidades-tecnicas/> [Recuperado 5/12/2019]

Otros sin autor:

Tercer borrador del anteproyecto del Reglamento de la Ley de protección y desarrollo artesanal, Decreto 141-96 del Congreso de la República de Guatemala.



Para obtener más información, visite nuestro sitio web:

www.ilo.org/strengthen

Oficina Internacional del Trabajo
Servicio de Desarrollo e Inversión
4 Route des Morillons
CH-1211 Ginebra 22
Suiza

Correo electrónico: devinvest@ilo.org

Esta publicación ha sido producida con el apoyo de la Unión Europea. El contenido de esta publicación está bajo la responsabilidad de la OIT y no refleja de ninguna manera las posiciones de la Unión Europea.

ISSN 2519-4941