



**O THEM RROMANO O SURALIMOS
PE SO KERAS LE BUCHA PURANIA**
**PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO PRODUCTIVO
Y EMPRESARIAL PARA EL PUEBLO RROM**

CRÉDITOS

JUAN MANUEL SANTOS CALDERÓN
Presidente de la Republica

MARIA LORENA GUTIERREZ
Ministra de Comercio Industria y Turismo

DANIEL ARANGO ANGEL
Viceministro de Desarrollo Empresarial

SANDRA ACERO WALTEROS
Directora de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa – Mipymes

NIXON A. FANDIÑO
**Asesor – Grupo Inclusión Social
Líder Técnico del Programa**

PROPAÍS – CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

MARÍA LUCÍA CASTRILLÓN SIMMONDS
Gerente

ALEJANDRA CONTO ALBÁN
Coordinadora Programa Fortalecimiento Productivo y Empresarial para grupos Étnico

ALBERTO ALMANZA VENEGAS
ALEJANDRA CONTO ALBÁN
ANDREA DEL SOCORRO DANIELS JARAMILLO
CAMILO ANDRÉS BORRERO CASTAÑEDA
DANIELA BETANCOURTH RUIZ
FRANCISCO PAZ ARDILA
INGRID MARCELA GOMEZ GOMEZ
JUAN JOSE NEIRA
JULIANA TAFURT ARBOLEDA
KATHERIN LIZETH GORDILLO TORRES
MARIA CRISTINA VERGARA DIAZ- GRANADOS
JUAN CARLOS DIAZ CORTES
YENNY VIVIANA RICO RODRIGUEZ
SARITA RUIZ ARANGO
CLAUDIA PATRICIA ARIAS SANTA
MARIBEL DEL ROCIO PELAEZ MARTINEZ
LAURA DANIELA SAENZ RODRIGUEZ
MARIA DE LOS ANGELES SILVA ZAMBRANO
LORENA CÓRDOBA HURTADO
FERNANDO VICTORIA ROJAS
YINA DIELA CUESTA CHAVERRA
XIMENA PAZ HERRERA
JADITH STEFANY RIVAS RIVAS
EDWARD ANDRES ROJAS GARZON
JHON FREDY LARRARTE
MIGUEL HERNANDO ROJAS SALAMANCA
EDGAR LOPEZ

ROCIO PELÁEZ
JULIANA TAFURT
BECKER JARLEY ASPRILLA RODRIGUEZ
VICKY FERRUCHO LIZARAZO
Equipo Técnico

CONTENIDO

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN / DEL ANDRE | 1 |
| 1. QUIÉN ES EL PUEBLO RROM / KON SAM AME | 2 |
| 2. UBICACIÓN / KAI SI | 4 |
| 3. OFICIOS TRADICIONALES Y EN TRANSFORMACIÓN / BUCHI PURANI TAI PE SOSTE KEREN | 5 |
| 4. CARACTERÍSTICAS SOCIO PRODUCTIVAS Y DE GENERACION DE INGRESOS DEL PUEBLO RROM QUE INCIDEN EN LA BÚSQUEDA DE UNA RUTA DE DESARROLLO EMPRESARIAL / PE SA SO SI TE KEREN PE E BUCHI TAI LEN LOVE PE O THEM RROMANO KAI SI TE SHALPE PE O DROM PE E BUCHI PE LE EMPRESI | 7 |
| 5. RUTA DE DESARROLLO EMPRESARIAL / O DROM PE SAI TE KEREL SA E BUCHI PE LE EMPRESI | 10 |
| a)Visibilización del pueblo Rrom y sus actividades productivas/ Sikaven o them rromano tai so keren pe e buchi | 10 |
| b)Empoderamiento de la marca social / Suralimos pe o anav le buchako rromania | 11 |
| c)Manejo de Marca en el stand de Expoartesanas 2017/ So kerde anav le buchako rromania anda e Expoartesanas. | 12 |
| d)Impulso a la participación en la oferta institucional pública y privada/ Pe e sor te sai shan sa pe le bucha kai den ande le instituioni tai le privati | 13 |
| e)Oferta pública institucional / So den le instituioni publiqui | 14 |
| 6.GESTION A NIVEL REGIONAL / SO SHAN TE KEREN PE LE FORURIA | 15 |
| a) Kumpania de Bogotá /Kumpania ando o Bogotá | 17 |
| b) Kumpania de Cúcuta –Norte de Santander/ kumpania ande e Cúcuta | 18 |
| c) Kumpania de Envigado –Antioquia/ Kumpania ando e Envigado | 19 |
| d) Kumpania de Girón –Santander / Kumpania ando o Girón | 20 |
| e) Kumpania de Tolima /Kumpania ando o Tolima | 21 |
| f) Kumpania de San Pelayo - Córdoba / Kumpania ando San Pelayo | 22 |
| g) Kumpania de Sahagún –Córdoba/ Kumpania ando o Sahagún | 23 |
| h) Kumpania de Pasto –Nariño/ Kumpania ando o Pasto | 24 |
| i) Kumpania de Sampues –Sucre /Kumpania ando o Sampues | 25 |
| j) Kumpania de Sabanalarga –Atlántico / kumpania ando e Sabanalarga | 26 |
| LOGROS E IMPACTO /SO ASHILO PE O SURALIMOS | 27 |
| CUÁL ES EL CAMINO, CUÁL ES EL SUEÑO / SAVO SI O DROM, SAVO SI O SUNO | 28 |

INTRODUCCIÓN / DEL ANDRE

Actualmente Colombia avanza en una agenda de paz y reconciliación, y muchos de los actores que hoy son protagonistas de este gran proceso, está configurado por grupos de especial protección constitucional, entre ellos los grupos étnicos.

Desde esta mirada, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo avanza con sus compromisos de seguir fortaleciendo el tejido empresarial del país, orientando acciones con enfoques diferenciales, para que productiva y empresarialmente, algunos procesos de dichos grupos, sean más competitivos y contribuyan a las dinámicas de desarrollo económico local que existen en sus territorios.

Es así como se viene desarrollando por cuarta versión el Programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial para Pueblos Indígenas, por tercer año el Programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial para el Pueblo Rrom y por primera vez el Programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial para Comunidades Negras, Afrocolombianas raizales y Palenqueras – NARP, desde los cuales se busca mejorar la condiciones socio económicas, promoviendo la generación de ingresos y fomentando el goce de derechos e igualdad de oportunidades.

Para ello el Ministerio en alianza con Propaís para la vigencia 2017 ha implementado dichos Programas brindando procesos de fortalecimiento a 20 procesos económicos agroindustriales de comunidad indígenas, 30 procesos productivos de organizaciones NARP y las 11 Kumpanias del Pueblo Rrom, presentes en 20 departamentos del País, permitiendo que aproximadamente 2780 integrantes de estos Grupos Etnicos participantes hayan mejorado sus capacidades organizativas, productivas y comerciales.

Los resultados nos dejan ver que este Programa avanza de manera importante en favor de las comunidades y muestra de ello se refleja en los logros alcanzados en cada uno. Han sido escenarios evidentes algunas acciones de formalización de sus productos y la apertura de nuevos mercados, entre los cuales se destaca su participación Encuentros de Economías Propias, los Encuentros Regionales Empresariales NARP y la participación del Pueblo Rrom en Expoartesánias.

Es de resaltar que este programa, es un espacio afirmativo en el que se han visibilizado a los grupos Etnicos participantes. Hoy varios miembros de estas comunidades han puesto en marcha sus capacidades mejoradas a nivel productivo y comercial, obteniendo muy

buenos resultados, incorporando siempre las lógicas y comprensión de sus economías propias y sus características culturales.

El presente documento refleja tanto el proceso desarrollado como los resultados obtenidos por el Programa bajo esta alianza.

*Equipo Inclusión Social y Productiva
Dirección de Mipymes
Viceministerio de Desarrollo Empresarial
Ministerio de Comercio Industria y Turismo*

QUIÉN ES EL PUEBLO RROM / KON SAM AME

Elementos identitarios

El pueblo Rrom es un pueblo que reviste de elementos identitarios que los diferencian de otros pueblos y de la sociedad mayoritaria. Entre las características que se destacan se tienen :

- Un idioma propio de tradición oral, el rromanés, que es hablado cotidianamente.
- Una conciencia histórica sui generis, que se resume en esencia en un presente continuo, es decir, un recuerdo cercano que permite preguntarse de donde proviene su ascendencia en lo que se refiere a su vitsa o clan, y que lo relacionan con lo más inmediato que es su abuelo, bisabuelo, pues es el recuerdo más próximo que la persona posee.
- Una particularidad concepción del aquí y él ahora se refiere en términos del espacio y el tiempo. Es decir, no existe un interés por reivindicar un territorio, ya que el territorio para el pueblo Rrom es el mundo, las fronteras son líneas imaginarias que el mismo ser humano se ha inventado con el ánimo de controlar al hombre mismo y su entorno. Por ello, el pueblo Rrom no responde a estas restricciones de control y de sometimiento al que otorgan

los estados. En relación con el ahora, los Rrom, tienen una característica con el tiempo, que no se establecen vínculos estrechos con el pasado y futuro, pues el presente se plantea como la vida misma de poder sentir y vivir, esto es, una visión inmediatesta de los eventos y situaciones.

- Se posee una justicia propia, la Kriss Rromaní, que no es otra cosa que la búsqueda permanente de la armonía y del equilibrio, es la forma propia que tiene el pueblo Rrom para dirimir los conflictos y dar solución a los problemas que pueden existir en la kumpania (reunión de familias que se establecen en las ciudades y que componen grandes grupos familiares Rom). La Kriss Rromaní, es la primera instancia donde se imparte justicia y buscan soluciones a los conflictos siempre de manera civilizada. Este sistema constituye una sociedad plana sin definiciones de jerarquías más que el conjunto de los seré rromengé (ancianos cabezas de familia) que son la máxima instancia que toma decisiones.

- Una categoría especial dependiendo de la edad y el sexo, en particular a aquellas personas ancianas, ya que una persona de mayor edad es merecedora de respeto y representa el bagaje cultural que ha venido conservando y practicando durante todo el tiempo.



- Presenta dinámicas relacionadas con el fluir de la vida, en relación con los sentidos de “proceso” que se puede explicar mediante el concepto de la incertidumbre y la teoría del caos, como fenómenos no de reacción y acción, sino más bien como parte del cosmos al que hay que dejar correr como las aguas del río que llegan al mar, en donde los conceptos de planificación ni planeación pues son conceptos ajenos al pueblo Rrom. Podría decirse más bien con un sentido de “proceso”.

- Un profundo amor por la libertad y su condición cosmopolita, hace que las personas pertenecientes a este pueblo, no se vean abocadas a establecer primero relaciones de orden jerárquico, es decir, la figura del jefe para la kumpania no se conoce y la autodeterminación de sus acciones en el tiempo y autonomía. Por ello, el pueblo Rom es libertario con un gran amor por la vida y proscribire toda forma violenta de solución de los conflictos.

- El pueblo Rrom posee una gran capacidad de adaptación por los sitios donde se ha encontrado, y además tiene una de las grandes características que es su nomadismo, no solo desde el punto de vista físico y geográfico sino mental.

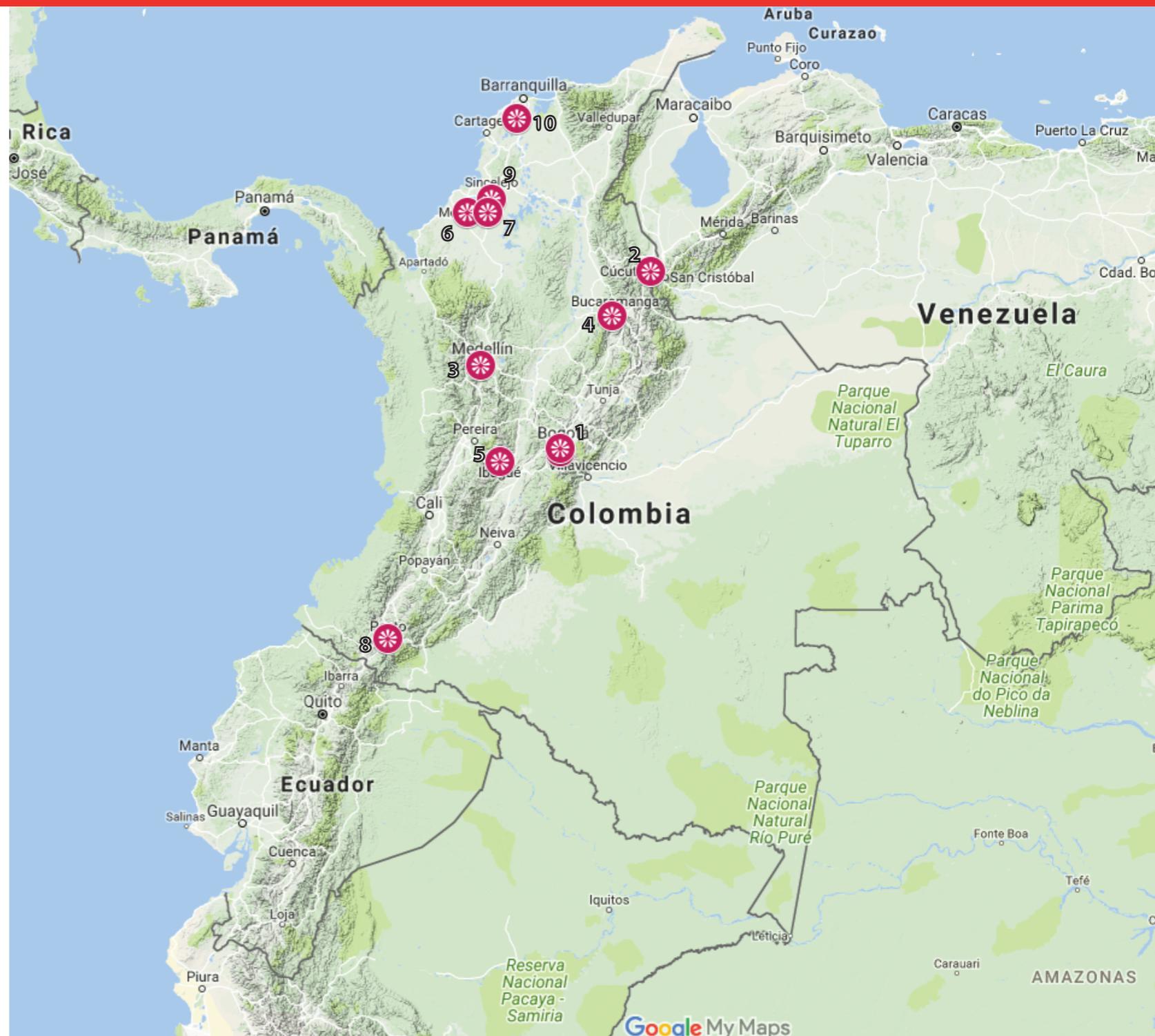
- Vigencia de la unidad económica para la distribución de ganancias por el trabajo realizado “vortechía” que son los acuerdos preestablecidos para trabajar armónicamente en donde se ha establecido la territorialidad en términos del derecho y respeto a este territorio.



UBICACIÓN / KAI SI

Al momento se encuentran reconocidas 9 Kumpanias y 2 organizaciones en Bogotá, ubicadas en el territorio nacional:

| | |
|--|----|
| Kumpania de Bogotá /Kumpania ando o Bogotá | 1 |
| Kumpania de Cúcuta –Norte de Santander/ kumpania ande e Cúcuta | 2 |
| Kumpania de Envigado –Antioquia/ Kumpania ando e Envigado | 3 |
| Kumpania de Girón –Santander / Kumpania ando o Girón | 4 |
| Kumpania de Tolima /Kumpania ando o Tolima | 5 |
| Kumpania de San Pelayo - Córdoba / Kumpania ando San Pelayo | 6 |
| Kumpania de Sahagún –Córdoba/ Kumpania ando o Sahagún | 7 |
| Kumpania de Pasto –Nariño/ Kumpania ando o Pasto | 8 |
| Kumpania de Sampues –Sucre /Kumpania ando o Sampues | 9 |
| Kumpania de Sabanalarga –Atlántico / kumpania ando e Sabanalarga | 10 |



OFICIOS TRADICIONALES Y EN TRANSFORMACIÓN / BUCHI PURANI TAI PE SOSTE KEREN

Considerando que el pueblo Rrom, tiene como principio la libertad, esta se entiende también además desde el empleo o trabajo, en donde no se requieren patronos, tiempos administrativos, y se deba atender a horarios preestablecidos o contar con la subalternidad obedeciendo a un jefe o a estructuras que se tienen desde las entidades o empresas de la sociedad mayoritaria.

En este sentido, los Rrom crean, y recrean sus propios trabajos y su manera de contar con ingresos de manera propia, por lo que se pueden desarrollar gracias a la capacidad de creatividad que les ha dado desde el principio transhumante, puesto que se van recogiendo saberes por donde pasan. Así mismo, como no se cuenta con una educación que genera la competencia para entrar en la dinámica laboral.

Es así, que se cuenta con sus propios horarios, tiempos, como sus propias dinámicas y maneras de entrar en la dimensión de la economía a través de su manera autónoma de generar ingresos económicos.

El cobre o jarkuma–artesánías: El cobre ha sido uno de los metales ancestrales para los Rrom, porque es a través de éste que se ha mostrado la artesanía, el arreglo y fabricación de productos en cobre, como son las pailas



en donde se fabrica la panela. Para este arte, se tienen diversas líneas en sus productos, se tienen los decorativos, los funcionales e industriales. Este oficio se está acabando porque no es competitivo con la tecnología puesto que se están fabricando algunos productos en serie, y actualmente, lo elaborado a mano no se paga bien.

Fabricación productos de metales, como el acero para la fabricación de productos industriales como son las cocinas elaboradas en este metal, hasta ahora se está empezando a crear este oficio, puesto que solamente en el país hay a nivel empresarial una organización.

Comercio de talabartería y productos de cuero, es uno de los oficios que se hace varios años se viene desarrollando. Se fabrican y comercializan calzado, correas, asientos para caballos, entre otros productos. Es un trabajo que se está empezando a generar a manera empresarial, lo que contribuye a que los Rrom sean los propios dueños del negocio desde la producción hasta su comercialización.

La mecánica pesada, tuvo mucho auge hace mucho tiempo, sin embargo, aún se continúa desarrollando. A pesar de que los gitanos no cuentan con estudios de ingeniería, se han desempeñado muy bien en este tipo de trabajos, puesto que donde se da una pieza por desechada, los Rrom la arreglan, siendo uno de los oficios que de alguna manera son bien remunerados. La desventaja es que cuando se hace este tipo de trabajos por parte de las empresas o clientes se requieren mucha documentación para ejercer este trabajo.

Compra y venta de vehículos, actualmente es uno de los trabajos que se encuentran en auge. Se requiere un buen capital para poder invertir, puesto que es costosa en el comienzo. Es un trabajo que en su gran mayoría no es formal, más bien informal.

Venta de animales (equinos), este oficio prácticamente está desaparecido, algunos miembros Rrom, aún persisten en este trabajo. Es un trabajo costoso y de mucha dedicación por lo que ya en su mayoría no se ejerce.

Venta informal de otros productos, los Rrom sacan de su creatividad la forma de adelantar nuevos trabajos en la venta informal de productos como de bisutería, u otros, que les permite en particular a las mujeres tener un ingreso y más aún cuando son cristianas que ya no practican la quiromancia.

Quiromancia, este oficio es uno de los ancestrales, ejercido particularmente por las mujeres, quienes más que leer el futuro, ayudan a buscar solución a sus problemas. Este arte es una combinación de diversas fuentes, psicología, intuición, uso de plantas, entre otros.

Creación continua de negocios, siempre los Rrom a través de su creatividad, van en busca de crear nuevos trabajos y negocios que les permita contar con ingresos para mantener a la familia. Es decir, si alguien cuenta con un trabajo lucrativo todos se irán inicialmente por ese camino.

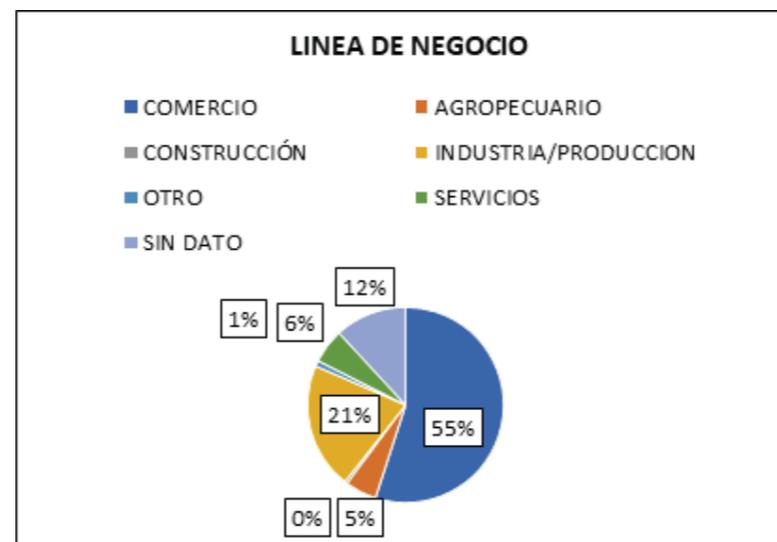


CARACTERÍSTICAS SOCIO PRODUCTIVAS Y DE GENERACION DE INGRESOS DEL PUEBLO RROM QUE INCIDEN EN LA BÚSQUEDA DE UNA RUTA DE DESARROLLO EMPRESARIAL /PE SA SO SI TE KEREN PE E BUCHI TAI LEN LOVE PE O THEM RROMANO KAI SI TE SHALPE PE O DROM PE E BUCHI PE LE EMPRES

Como resultado de la caracterización socio productiva realizada en las 10 Kumpaño, (Bogotá con dos organizaciones) existentes a nivel nacional en el año 2015 realizado por el Ministerio del Comercio, Industria y Turismo, se presentan los principales aspectos para desarrollar un proceso que determinan una ruta de desarrollo empresarial con enfoque diferencial Rrom, y que se adapta a sus usos y costumbres.

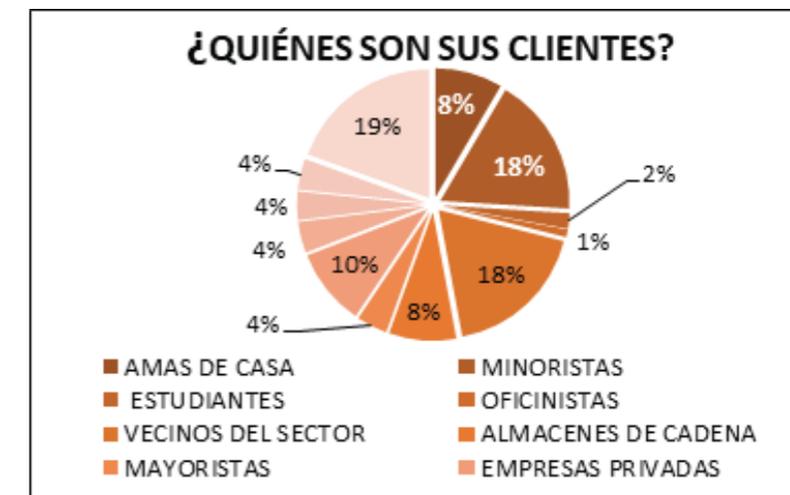
La principal línea productiva del pueblo Rrom es la de comercio, seguido por el de la producción. Esto se debe a que los Rrom históricamente han venido laborando a través del comercio informal, actividad que ha sido prohibida por las diferentes administraciones municipales, lo cual hace que se sientan perseguidos, y que muchas veces dificulta llevar el sustento a la casa. En este

sentido, se cuenta con actos administrativos - circulares que el pueblo Rrom ha solicitado al Ministerio del Interior con el fin de expedir dichas solicitudes con el fin de articular acciones para que éstos puedan ejercer el derecho al trabajo².



Después de realizar la validación de la información, se encuentra que aquellos Rrom que no proporcionaron datos, también se encuentran en el sector de comercio, ya que en el día a día siempre se están atentos para encontrar la ocasión de venta, y /o negociación, de un producto que puede ser el mismo siempre o algo de ocasión o temporada.

La mayor proporción de clientes de los negocios del pueblo Rrom son los minoristas y los vecinos del sector donde viven, así como las amas de casa. Además, los gitanos buscan vender y comercializar sus productos a municipios circunvecinos o a distancias mayores y a otros departamentos.



Circular El día 21 de febrero de 2011, se expidió la circular CIR 1121, la cual tiene por finalidad solicitarle a las Entidades Territoriales la implementación de Medidas y Acciones con Enfoque Diferencial dirigidas al Grupo Étnico Rrom (Gitano). La CIR11- 54-DAI-0220, resalta las características identitarias y culturales de los Rrom o Gitanos entre ellas el nomadismo, siendo ésta una práctica ancestral. Enfatiza que los Rrom se trasladan de un lugar a otro para pervivir, subsistir y generar ingresos. De igual manera la recurrente migración de este pueblo a diferentes territorios del país, los cuales se han convertido en plazas únicas para la oferta de sus mercancías; así como la lectura de la buena venturanza por parte de las mujeres Rrom. La Circular CIR12-00000016-DAI-2200, se emite en cumplimiento a uno de los compromisos asumidos en el PND 2010-2014, por parte del Ministerio del Interior frente al pueblo Rrom y señala: "Por medio de la cual se solicita la formulación e implementación de medidas y acciones afirmativas con enfoque diferencial, que permitan dentro de la estructura interna de cada entidad, exista una dependencia encargada de atender los asuntos relacionados con la población Rrom o Gitana".

La forma en que el pueblo Rrom busca los clientes hace parte de sus usos y costumbres, y de sus propias expectativas de proyección empresarial que es importante comprender, y que va a marcar su actuar en una ruta de desarrollo, esas expectativas son simplemente vivir en una cotidianidad del continuo presente, tener para solventar los gastos diarios con unas condiciones adecuadas de buena alimentación, buen vestir.

Además, sin ninguna necesidad de acumular y con la clara convicción de que sus habilidades comerciales son tan altas que siempre logran cerrar ventas. Su manera de asumir la venta es salir con los productos y dejarse llevar por la intuición, al definir como lo hacen, la observación del cliente para encontrar cuál es su verdadera necesidad y su capacidad adquisitiva y ya definido por la confianza plena y absoluta que su habilidad oral, de persuasión los lleva a la meta.

Predomina la venta ambulante, a domicilio o puerta a puerta y todo lo que signifique libertad de venta. Además, se viaja a otros lugares, municipios cercanos o distantes para vender sus productos, los cuales los transportan en carritos de mercados y van a pie recorriendo las calles de esos territorios.

Así como dice su himno Gelem –Gelem en una de sus partes, “Corrí, corrí por todos los caminos”, sus formas de itinerancia o de nomadismo están adaptadas a las condiciones cotidianas del pueblo Rrom y se hacen



presentes en su diario vivir comercializando. Cuando se establece una conversación sobre este tema expresan que no quisieran tener un punto fijo de venta, incluso se ufanan de ser diferentes a los vendedores ambulantes que se instalan en las calles, pues ellos son totalmente libres de decidir cada día como va a ser su actuar, no planean, lo hacen con la naturalidad y el instinto de encontrar clientes, solo se afinan la capacidad de observación frente a cuales de los clientes requieren sus servicios, y máximo aprovechan las temporadas, cuando estas responden a las condiciones que tiene para ellos ir a buscar el cliente.

Es importante destacar que todos los Rrom incluso los productores, comercializan lo hacen sin horarios preestablecidos y dejando un tiempo importante para la interacción tanto con quienes son sus clientes como quienes se acercan, pues de acuerdo con el valor de la palabra son locuaces y esto le abre lugar al negocio, o a la venta.

Las ferias son importantes, pero solo en la medida en que lo hagan en su plan libertad, hasta el momento en todas las kumpaño del país se observa que son invitados a tener stand y no se adaptan plenamente, tienen dificultad para asimilar las reglas, exigen ser tratados de manera diferencial pero la norma de la feria no se ajusta a una total libertad.

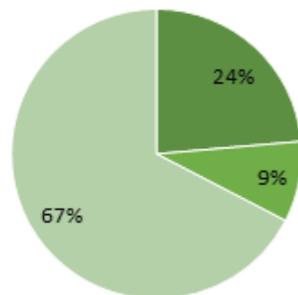


Analizar estos resultados permite concluir el grado de informalidad para asumir los aspectos administrativos de su actividad productiva, esto va acompañado de la resistencia a formarse, y su argumento es que ellos conocen a la perfección los requerimientos administrativos de una actividad productiva y si algo requieren para cerrar negocios o ventas, simplemente lo contratan.

La educación desde nuestra concepción gadzhi o no gitana va en contra de la pervivencia de su cultura, no desean abrir espacios que no se realicen en su idioma rromaní, igualmente argumentan que han mantenido su unidad como pueblo por esta resistencia al no aceptar enrolarse en la educación, las kumpaňy más tradicionales no envían los niños a la escuela, aunque es un factor

TIPO DE REGISTRO

- 1. Inscripción en el Registro Único Tributario RUT
- 2. Registro o Matrícula Mercantil en Cámara de Comercio
- 3. Ninguno



que ha venido cambiando es de vital importancia señalarlo y contemplarlo en la ruta de desarrollo empresarial.

Reportan estar formalizados con algún tipo de registro con RUT 24% y con Cámara de comercio un 9%

Ante esta situación el pueblo Rrom claramente expresa su decisión de no obtener una mayor formalidad en sus actividades productivas, uno de los argumentos más fuertes es que entre unos y otros se protegen y se prestan o facilitan los registros, esto debido a su estructura organizativa que es netamente familiar, se es Rrom o gitano por su origen y cada kumpania constituye varias familias, son definitivamente los lazos de consanguinidad que los une. Adicionalmente, la vortechia es su figura para la productividad y esto significa una unión o asociación autónoma que se realiza por la voluntad de los que serán participantes, no requiere sino la Palabra, su duración está determinada solo por las voluntades de quienes la conforman.

Se encuentran claras excepciones de quienes son empresarios y deben incluirse dentro de los procesos de formalización para activar sus mercados.

En resumen, el desarrollo de la ruta debe realizarse basada en la realidad actual del pueblo Gitano o Rrom o desde sus propias concepciones para obtener éxito, para lo cual se hace una exposición de las características que inciden y generan un mayor impacto.



RUTA DE DESARROLLO EMPRESARIAL O DROM PE SAI TE KEREL SA E BUCHI PE LE EM- PRESI

Con todas las consideraciones iniciales se contemplan los siguientes objetivos para la ruta de desarrollo empresarial:

- Visibilización del Pueblo Rrom y de sus actividades productivas.
- Empoderamiento de la marca social
- Impulso a la participación en la oferta institucional pública y privada desde la gestión interinstitucional.
- Identificación de actores relevantes para la participación de procesos de fortalecimiento del Pueblo Rrom

a) Visibilización del pueblo Rrom y sus actividades productivas *Sikaven o them rromano tai so keren pe e buchi*

El pueblo Rrom, visto desde un enfoque diferencial, requiere para la construcción de las rutas de desarrollo empresarial, un trabajo permanente de re significación de una imagen que beneficie el proceso y que permita, a otros, conocer las actividades del pueblo y la forma en que las realizan.

En este aspecto, en primer lugar, considerando que las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental de difusión de información, capaz de llegar a distintos tipos de población, Propaís a través de sus redes sociales, específicamente a través de Red-i: Red empresarial, está realizando este trabajo de difusión y visibilización, en el cual se dan a conocer aspectos esenciales de la cultura y las actividades productivas que relevan el quehacer del pueblo Rrom, las cuales tienden a ser desconocidas por la mayoría de la población colombiana. A continuación, se muestran algunos de los datos compartidos con las entidades y personas que siguen a esta Red en redes sociales:

- ☀ Las unidades económicas y sociales para la ejecución de sus proyectos productivos y económicos son la familia - Kumpania y La Vortechia
- ☀ El valor del dinero está asociado con la solidaridad, colectividad, oficios tradicionales y dinámicas económicas.
- ☀ La parte comercial en ellos es una tradición y fortaleza
- ☀ La Educación desde su propio saber y conocimiento es parte de la conservación de su cultura.

En segundo lugar, se estableció como un hecho fundamental para el fortalecimiento de los procesos de comercialización, la realización de una marca social con enfoque comercial que permite generar un reconocimiento de las actividades productivas del pueblo Rrom dentro de los procesos comerciales que lleva a cabo la sociedad mayoritaria, al tiempo que, esta marca, permitirá una mayor inserción del pueblo en el mercado con mejores oportunidades.



b) Empoderamiento de la marca social*Suralimos pe o anav le buchako rromania*

La marca surgió de los valores más profundos expresados por el pueblo, como son el mismo nombre que significa “gente inteligente”; los colores del mundo, como son el azul que significa el cielo; el verde la tierra y el rojo que está enmarcado en una rueda del movimiento y la trashumancia.

Parte del interés del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, y además de PROPAÍS, el objetivo importante es de incluirlos dentro de las dinámicas comerciales, con el fin de aumentar sus posibilidades y potencial; este proceso se evidencia desde el desarrollo del proyecto en la vigencia 2016, donde se trabajó el proceso de la Marca Social; ya en él 2017 su empoderamiento y difusión.

El propósito para el fortalecimiento de los procesos de comercialización ha sido la valoración de la marca social con enfoque comercial, y así generar un reconocimiento de la sociedad mayoritaria de las actividades productivas del pueblo Rrom, al tiempo que esta marca, les permitiera una mayor inserción del pueblo con mejores oportunidades, inicialmente, el pueblo Rrom participó de la construcción de la propuesta y convalidación de la marca social a través de una encuesta proyectiva y se mostraron a gusto con el resultado al ver la marca plasmada en el stand de Expoartesánías 2016; sin embargo, a comienzos de la presente vigencia, se generaron algunas resistencias puesto que no

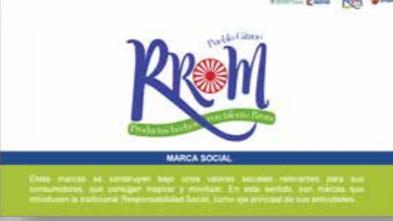


se tuvo en cuenta lo trabajado en el 2016, no obstante para el 2017 se retomó la marca social trabajada en el proceso de la anterior vigencia.

Para el logro del empoderamiento se creó un material didáctico con el fin de apreciar el resultado de la marca por parte de los miembros del pueblo Rrom. Cabe resalta que ha sido muy importante que se socializó los conceptos teóricos, y éstos aportaron desde la dinámica cultural sus significados; así mismo, se buscaron referentes de éxito de personas gitanas, con el fin de aumentar la posibilidad de apropiación, y finalmente, se realizó el montaje de la Feria Expo artesánías en Bogotá, alrededor de esta actividad de empoderamiento. Como resultado se destaca el logro de un Pueblo empoderado y concibiendo ya el proceso de registro de la marca social.



Se realizó una presentación para los gitanos y su empoderamiento



Teniendo en cuenta lo anterior, se logró un empoderamiento de la totalidad de las Kumpañy (9) y dos organizaciones (2).

c) Manejo de Marca en el stand de Expoartesanas 2017

So kerde anav le buchako rromania anda e Expoartesanas.

Desde la producción del montaje del stand, el interés fue promover sus productos visibilizando la marca y a su vez visibilizando la existencia del pueblo gitano como parte de la diversidad cultural y étnica del país.



Como resultado del proceso de fortalecimiento empresarial, se encuentra que los gitanos, aunque no están tan visibilizados, son considerados excelentes en el manejo de metales y sus productos son de gran aceptación.

Se identificó, además, que una de las mayores dificultades que se presenta con el pueblo, es la falta de conocimiento que la sociedad mayoritaria que tiene de sus actividades y de su cultura en general.

De aquí que ha sido fundamental en los procesos de articulación interinstitucional, no solo promover la participación de las kumpañy en las actividades que dichas entidades realizan, sino generar a través de estos espacios, la difusión de información obtenida durante el transcurso del Programa implementado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el fin de garantizar que, a futuro, gran parte de las entidades que tienen relación con las kumpañy cuenten con el conocimiento necesario para plantear acercamientos más acertados y adecuados conforme a la cultura y forma de vida del Pueblo gitano.

De este modo, en el proceso de gestión y concertación con la institucionalidad a nivel regional, nacional e internacional, se ha presentado la información obtenida a partir de la caracterización de las actividades productivas del pueblo Rrom y de las condiciones identificadas. Así, se está visibilizando el quehacer productivo y la resignificación de este pueblo que ha sido percibido por años con una imagen negativa de ladrones y adivinadores, timadores debido a que cuando buscan negociar con el cliente es tal su capacidad de persuasión que en ocasiones cierran ventas y sus clientes se arrepienten de su compra después de cerrar el trato. Adivinadores, porque parte de sus usos y costumbres era la quiromancia de la cual se han alejado porque muchos se han convertido al cristianismo.

Estos cambios de creencias tan arraigadas que vienen por años y años siendo difundidas incluso desde los pulpitos son complejas de cambiar, pero las acciones informativas van poco a poco haciendo mella en la conciencia general.

d) Impulso a la participación en la oferta institucional pública y privada / Pe e sor te sai shan sa pe le bucha kai den ande le instituioni tai le privadi

El derecho a la participación está garantizado para todas y todos los colombianos desde la Carta Magna, sin embargo, cuando se pregunta sobre el nivel de participación y garantía de derechos con el cual cuentan las poblaciones y grupos históricamente discriminados y excluidos, que han sido considerados “vulnerables” y “minorías”, es necesario evidenciar su realidad social, política, económica y cultural para analizar sus oportunidades y responder a ellas desde el enfoque diferencial.

La participación de los pueblos étnicos para ser impulso al desarrollo empresarial, deberá expandir las capacidades del pueblo al que está focalizado ampliando sus opciones y oportunidades. Para ello, se propone inicialmente, una ruta general de acercamiento que inicia por la gestión con entidades para la formación; continúa con la mirada a la inclusión de este pueblo étnico en los Planes de Desarrollo municipal y su desarrollo empresarial, y finalmente, propone la búsqueda de articulación interinstitucional.

Para llevarlo a la práctica se inicia con entidades que proporcionan oferta formativa, tales como el SENA, basados en las necesidades detectadas para fortalecer sus procesos administrativos. Se continúa la gestión con las entidades del sector financiero y, por último, se propone una ruta específica para cada Kumpania, acorde a sus

necesidades, considerando el avance en el desarrollo empresarial y en el aprovechamiento de la oferta institucional.

Esta ruta de fortalecimiento y formalización para que esta oferta sea incluyente debe tener en consideración un verdadero enfoque diferencial que contemple el nivel educativo del pueblo Rrom, que se cuente con un programa de formación y asesoría para el sector empresarial Rrom. El empresario podrá fortalecer la capacidad para administrar su negocio, identificar los cambios que la organización requiere, innovar en la estrategia de mercadeo y conducirse en el camino del mejoramiento continuo que le facilitan su crecimiento y permanencia en el mercado. En este sentido, se pretende articular acciones con el SENA y el mismo Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el fin de buscar alternativas de fortalecimiento para las unidades productivas.

En cuanto a la formalización se desarrolla bajo un programa de capacitación, asesoría e información que le permitirá a las unidades productivas y microempresas llegar a la formalización de su actividad empresarial, organizar la empresa a nivel legal, administrativo, en materia de costos y finanzas.

Es importante que para el fortalecimiento y la formalización se tenga en cuenta contar con temas escogidos por los Rrom, teniendo en cuenta sus necesidades y solicitudes como son: liderazgo, manual de ventas, plan de ventas,

plan de mercadeo, servicio al cliente, gerencia de ventas que agrega valor, gerencia del servicio, trabajo en equipo, estrategia de canales de distribución, venta personal, venta de mostrador, venta por catálogo, gestión de cartera, estatuto del consumidor, marketing on-line, actualización Empresarial.

El empresario gitano tendrá la posibilidad de dilucidar inquietudes respecto a procesos que son esenciales para el desarrollo de sus actividades empresariales. En este caso se pueden tener en cuenta algunos temas de apoyo en respuesta a sus necesidades.

- Registro de Marca
- Derechos de Autor
- Registro Sanitario Invima
- Código de Barras
- Asesoría en cámaras de comercio
- Comercio Internacional.

e) Oferta pública institucional / So den le institucioni publiqui**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo**

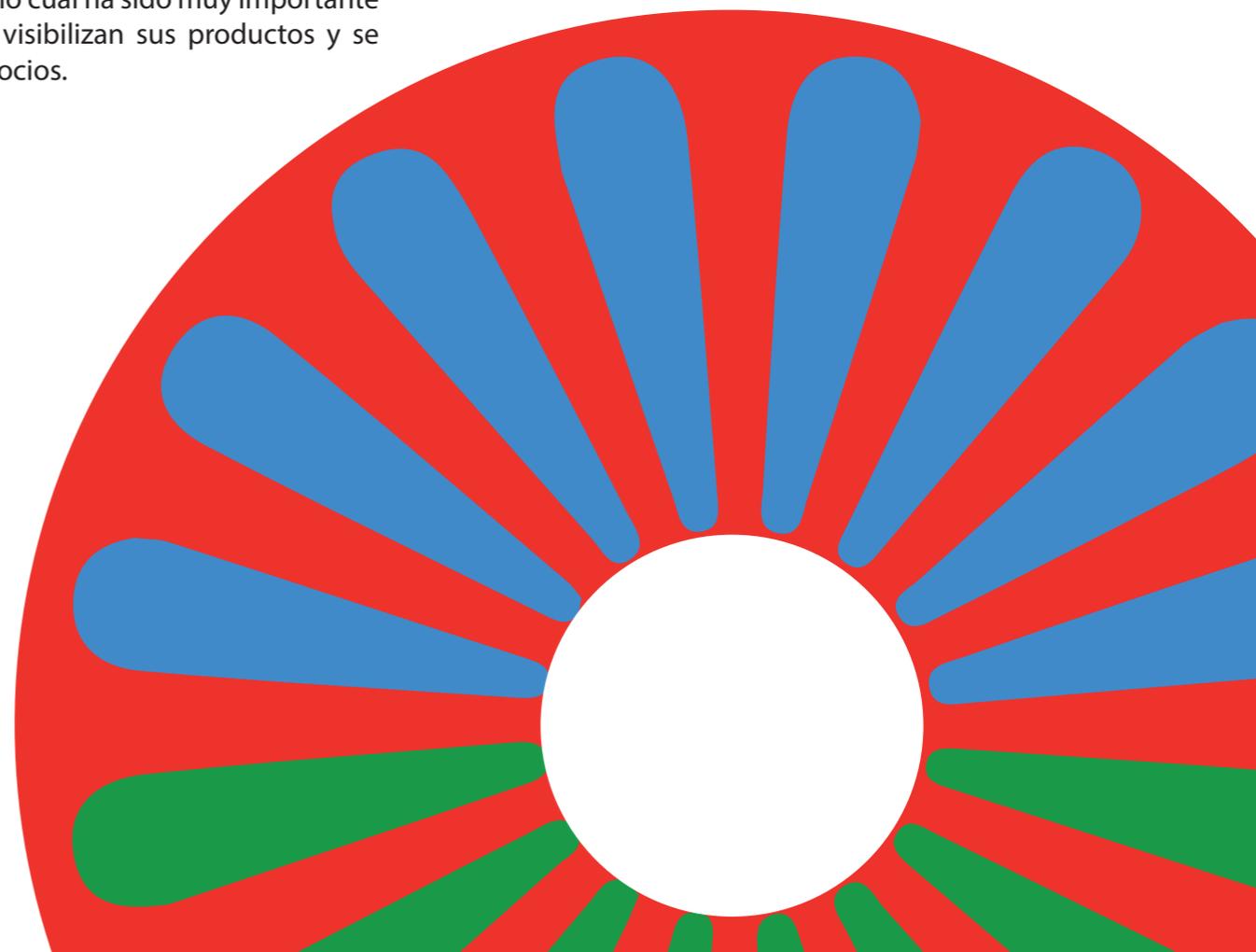
El programa de fortalecimiento productivo y empresarial en sus IV fases para el pueblo Rrom en cumplimiento de su propósito ha proporcionado:

1. Herramientas e instrumentos para la sostenibilidad económica y cultural, pues exige un cambio de paradigma comercial y de mercadeo propio de las dinámicas gitanas.
2. Aporta a los procesos de cohesión y unidad cultural Rrom, comprendidos estos como la búsqueda del equilibrio y la armonía en consonancia con el momento histórico y los nuevos enfoques de desarrollo, competitividad y globalización.
3. Implica establecer acuerdos y arreglos sociales en relación con la sociedad mayoritaria sin detrimento de los usos y costumbres.

Reconoce el enfoque diferencial como imperativo ético y político para que los gitanos cuenten con elementos e insumos para consolidar los procesos productivos, además de garantizar la sostenibilidad económica y progreso a partir de su propio concepto de desarrollo.

Para la segunda y Tercera Fase se suscribió el Convenio No. 256 de 2017 con PROPAIS, en donde se entregaron los insumos y además se hizo el cubrimiento total al fortalecimien-

to de las unidades productivas, se tuvo incidencia en la totalidad de población, permitiendo por lo menos un miembro cabeza de familia aumentar sus ingresos dado la solicitud de utilizar la variable poblacional en la distribución de insumos a unidades productivas no fortalecidas. Se apoyó al pueblo Rrom en participar por dos periodos a Expo-Artesanías 2016-2017, lo cual ha sido muy importante porque de esta manera se visibilizan sus productos y se participa en la rueda de negocios.



A group of eight men are gathered on a balcony for a meeting. They are seated in a circle on white plastic chairs. The balcony has a tiled floor with a decorative pattern and a metal railing. In the background, a staircase with a wooden handrail leads up. The men are dressed in casual attire, including t-shirts, polo shirts, and tank tops. One man in the center is wearing a blue polo shirt, and another on the right is wearing a white tank top and a blue cap. The overall atmosphere appears to be a formal yet relaxed discussion.

**GESTION A NIVEL REGIONAL
SO SHAN TE KEREN PE LE FORURIA**

Inicialmente se propone una ruta general de acercamiento, que inicia por la gestión con entidades para la formación; así mismo, se promueve la inclusión de este pueblo en los planes de desarrollo nacional, municipal, departamental, distrital y su desarrollo empresarial, y finalmente, se propone la búsqueda de articulación inter-institucional.

Como resultado, en unas Kumpaño prevalece lograr la visibilización, en otras se busca la articulación o se impulsa un mayor grado de contacto entre entidades siempre resignificando el quehacer gitano, con una directa solicitud de inclusión en la oferta institucional. No obstante, y a pesar de esta gestión, muchos procesos han sido rechazados por este grupo étnico.

A través de PROPAS, se ha venido buscando espacios con el fin de contar con actores que posibiliten la participación de los miembros del pueblo Rrom y el fortalecimiento de sus unidades productivas.





Ruta: La ruta define apoyar en la reactivación de los artesanos del cobre y otros metales, continuar la gestión con entidades del orden nacional y enfatizar la visibilización del Pueblo Rrom y de sus actividades productivas por medio de redes sociales donde se llegó a empresarios, medios de comunicación, público en general y a instituciones de apoyo al sector empresarial colombiano.

KUMPANIA DE BOGOTÁ PRORROM KUMPANIA ANDO O BOGOTÁ PRORROM

En PRORROM se encuentran condiciones favorables para establecer la ruta de desarrollo empresarial, una es que aún conservan entre sus oficios tradicionales los artesanos dedicados al cobre; se ha posicionado a su pueblo a través de esta organización, la cual ha sido históricamente quien ha visibilizado al pueblo gitano en Colombia. Por otra parte, es en sus miembros se tiene una mente abierta al desarrollo empresarial.

- Es un proceso que se encuentra más organizado en los trabajos con metales. Se cuenta con artesanos ancestrales como es el arte del cobre.
- Existe un cambio con referencia a la mirada de la mujer, lo cual está aportando en el papel del desarrollo empresarial en su aporte del desarrollo empresarial
- De alguna manera existe una pérdida de oficios tradicionales si no se impulsa en este plano como es el de cobre.
- El trabajo desde la dimensión cultural como es la danza, música y canto, se puede estar viendo desde las empresas culturales.

Expoartesanas 2017.

De la kumpania de Bogotá, la organización PRORROM, participó en una de las ferias más importantes de Bogotá, como lo es Expoartesanas, la cual representó importantes ventas entre los días 6 al 17 de diciembre de 2017. Esto repercute en el conocimiento de la diversidad de productos que ofrece el pueblo gitano, para lo cual este espacio es muy necesario e importante para la ruta empresarial en donde se apoyan los oficios tradicionales del pueblo Rrom.



Ruta: La ruta definida es continuar la gestión con entidades del orden nacional y enfatizar la visibilización del Pueblo Rrom y de sus actividades productivas por medio de redes sociales donde se llegó a empresarios, medios de comunicación, público en general y a instituciones de apoyo al sector empresarial colombiano.

KUMPANIA DE BOGOTÁ UNIÓN ROMANI KUMPANIA ANDO O BOGOTÁ UNIÓN ROMANI

En Unión Romani predomina para esta organización el interés de desarrollar sus actividades comerciales tal como la vienen realizando de manera individual, en esta organización tampoco existe el interés de aumentar sus niveles de formalización y los intereses formativos son particulares, igualmente el liderazgo que se ejerce se orienta a acciones hacia recibir apoyo de entidades al estilo ICBF quien les proporciona algunos recursos para invertir como es el calzado para comercializar.

- Se cuenta con un nicho gastronómico fuerte y que se puede potenciar con el fin de desarrollar empresa en este aspecto.
- El rol de la mujer está siendo afectado para el desarrollo empresarial con impulso femenino, puesto que no se tienen actividades visibles para este sector.
- En esta organización hay una pérdida de los oficios artesanales y de transformación de metales lo cual se debe fortalecer para conservar sus tradiciones.



Ruta: La ruta determinada se realiza desde la visibilización del Pueblo Rrom y sus características, para lo cual se presenta el Programa y se contacta al representante legal de la Kumpania con los entes locales.

KUMPANIA DE CÚCUTA, NORTE DE SANTANDER

KUMPANIA ANDO O CÚCUTA, NORTE DE SANTANDER

La kumpania de Cúcuta se caracteriza por mantener sus usos y costumbres con mucho celo, esta condición los ha mantenido invisibilizados ante muchas entidades locales, y su hacer, aunque es reconocido por sus amplias habilidades de comercialización, no ha recibido ni se ha integrado como otras minorías étnicas o poblacionales dentro del departamento. Cabe resalta, que la integración se interpreta por parte del pueblo Rrom como la asimilación la cual hace que exista una erosión y desaparición cultural de sus elementos identitarios. Debido a dificultades internas de representación no se pudo en un momento dado avanzar en el proceso de posicionamiento con las entidades locales. No obstante, actualmente superado este problema interno, las relaciones han fluido y con ello se ha facilitado paulatinamente para contar con la oferta institucional de las entidades locales.

- Existe una fortaleza para esta kumpania puesto que por parte de la Cancillería se hizo un aporte para el proceso empresarial de calzado, lo cual es necesario que se vaya desarrollando de manera formal con todos los requisitos y elementos que demandan contar con una empresa dedicada a la producción de calzado.
- Es importante que existe un gran Interés por formalizarse y registrarse con el fin de avanzar en el proceso empresarial.
- Considerando lo anterior, es importante empezar con los procesos de ruta empresarial donde el asunto de la capacitación en la elaboración de calzado.
- En esta kumpania existe una fuerte actividad de comercializar en este caso calzado, por lo que la inexistencia de oficios tradicionales como son artesanías en cobre, la venta de caballos no se genera.
- Se cuenta con una actividad comercial que es la venta de autos usados, pero de manera informal y no desde el punto de vista empresarial.



Ruta: Se determina buscar articulación interinstitucional para su participación e inclusión en programas.

KUMPANIA DE ENVIGADO, ANTIQUIA **KUMPANIA ANDO O ENVIGADO, ANTIOQUIA**

En esta kumpania, no se visibilizan de manera directa sus beneficiarios y la composición de esta en términos poblacionales, sin embargo, son reconocidos institucionalmente. Se impulsa la confección y la comercialización.



Ruta: La ruta definida para Girón es la búsqueda de articulación con entidades formativas, en este caso el SENA, y otros entes locales.

KUMPANIA DE GIRÓN, SANTANDER KUMPANIA ANDO O GIRÓN, SANTANDER

La Kumpania de Girón es la más grande del país dentro de la caracterización realizada. Se observa que su actividad prioritaria es la comercialización de zapatos y de vehículos, su representante legal tuvo una participación activa del Programa de Fortalecimiento Productivo y empresarial, aunque no desean involucrarse con los gadzhe o no gitanos.

- Se cuenta con una actividad comercial que es la venta de autos usados, pero de manera informal y no desde el punto de vista empresarial, Girón tiene un oficio en donde están posicionados y son los hombres quienes llevan su sostenibilidad.
- Se requiere un esfuerzo para que se articulen con entidades pues existe en ellos una resistencia que puede ser armonizada y potencializar sus posibilidades comerciales.



Ruta: La ruta definida para Tolima es la visibilización del pueblo ante sus entidades locales y la articulación de procesos con las mismas, específicamente en activación de mercados y visibilización de sus actividades productivas

KUMPANIA DE TOLIMA KUMPANIA ANDO O TOLIMA

La kumpania de Tolima se encuentra ubicada en las zonas de Ibagué, Saldaña y Ataco. Las actividades económicas que realizan las familias consisten en la comercialización de varios productos en los pueblos como venta de calzado, marroquinería, bisutería, ropa, perfumes entre otros; en el caso de la orfebrería se ha perdido valor por lo complejo que es conseguir la materia prima.

- Esta kumpania sigue conservando usos y costumbres y busca visibilizar su pueblo para su sostenibilidad.
- El rol de la mujer puede ser más activo y orientar su quehacer a la gastronomía gitana.



Ruta: La ruta definida para San Pelayo es la visibilización del pueblo ante sus entidades locales y la articulación de procesos con las mismas, específicamente en activación de mercados y visibilización de sus actividades productivas.

KUMPANIA DE SAN PELAYO, CÓRDOBA KUMPANIA ANDO O SAN PELAYO, CÓRDOBA

La kumpania de San Pelayo se encuentra ubicada en el Departamento de Córdoba. Las unidades productivas que conforman la kumpania se orientan en su mayoría al ejercicio de la talabartería y, en menor medida, a la metalmecánica y la confección de ropa gitana. Las unidades productivas en talabartería están asociadas en vortechia y cuentan, actualmente, con una empresa constituida y con los documentos de formalización necesarios para la venta de productos en cuero.

- Esta kumpania es fuerte tanto en sus usos y costumbres como en los oficios que conservan con toda la tradición y continúan buscando su desarrollo.

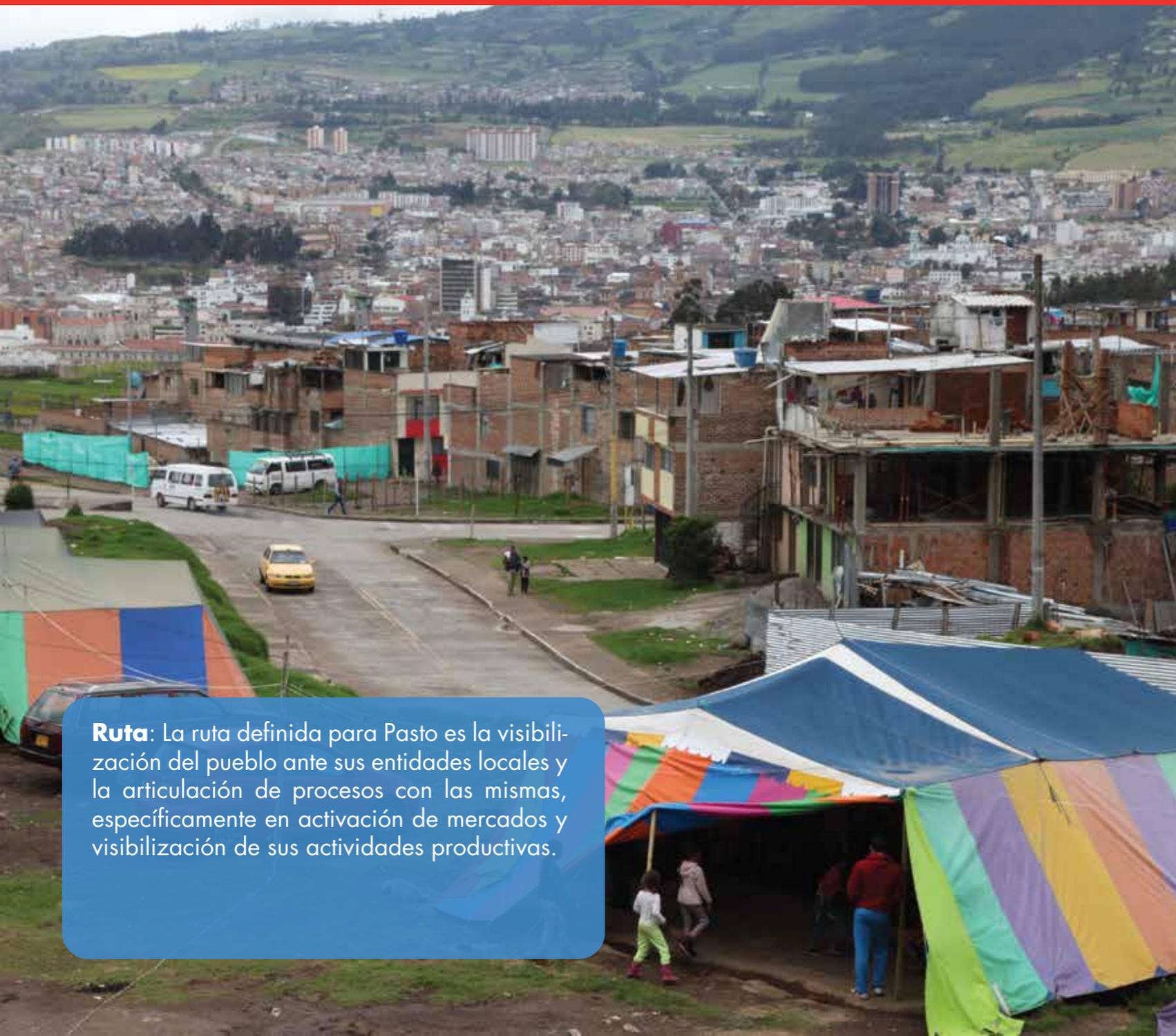


Ruta: La ruta definida para Sahagún es la visibilización del pueblo ante sus entidades locales y la articulación de procesos con las mismas, específicamente en activación de mercados y visibilización de sus actividades productivas.

KUMPANIA DE SAHAGÚN, CÓRDOBA KUMPANIA ANDO O SAHAGÚN, CÓRDOBA

La Kumpania de Sahagún se encuentra ubicada en el departamento de Córdoba. Cuenta actualmente con aproximadamente 21 familias, dedicadas, en su mayoría, a la actividad productiva que ellos denominan zapatalabartería. Esta kumpania demuestra tener un fuerte arraigo por la tradición.

- Aunque conservan sus usos y costumbres en su región se han posicionado en la comercialización abandonando los oficios de manufactura artesanal aspecto que permite conservar las tradiciones.



Ruta: La ruta definida para Pasto es la visibilización del pueblo ante sus entidades locales y la articulación de procesos con las mismas, específicamente en activación de mercados y visibilización de sus actividades productivas.

KUMPANIA DE PASTO, NARIÑO

KUMPANIA ANDO O PASTO, NARIÑO

La kumpania de Pasto se encuentra ubicada en el departamento de Nariño. Actualmente, es la única kumpania a nivel nacional que mantiene la tradición de vivir en las carpas, convirtiéndose en motivo de fortaleza y resistencia de las situaciones que ha tenido que afrontar el pueblo gitano en Colombia.

- La principal actividad productiva de los miembros de la kumpania es la comercialización de calzado, especialmente botas en toda la región.
- Pueden potencializar la gastronomía gitana y la confección.



Ruta: Articulación interinstitucional con las entidades locales vinculadas al fortalecimiento del pueblo Rrom en Sampués

KUMPANIA DE SAMPUES, SUCRE KUMPANIA ANDO O SAMPUES, SUCRE

La Kumpania de Sampues se encuentra ubicada en el departamento de Sucre. Cuenta, según el autocenso realizado por la misma kumpania con 29 familias viven de actividades del agro y comercialización han venido abandonando sus oficios tradicionales.

Esta kumpania requiere rescatar sus oficios tradicionales, se observa una necesidad de afianzar sus oficios tradicionales.



Ruta: La ruta definida para Sabanalarga es el registro de marca y la activación de mercados y visibilización de sus actividades productivas

KUMPANIA DE SABANALARGA, ATLÁNTICO

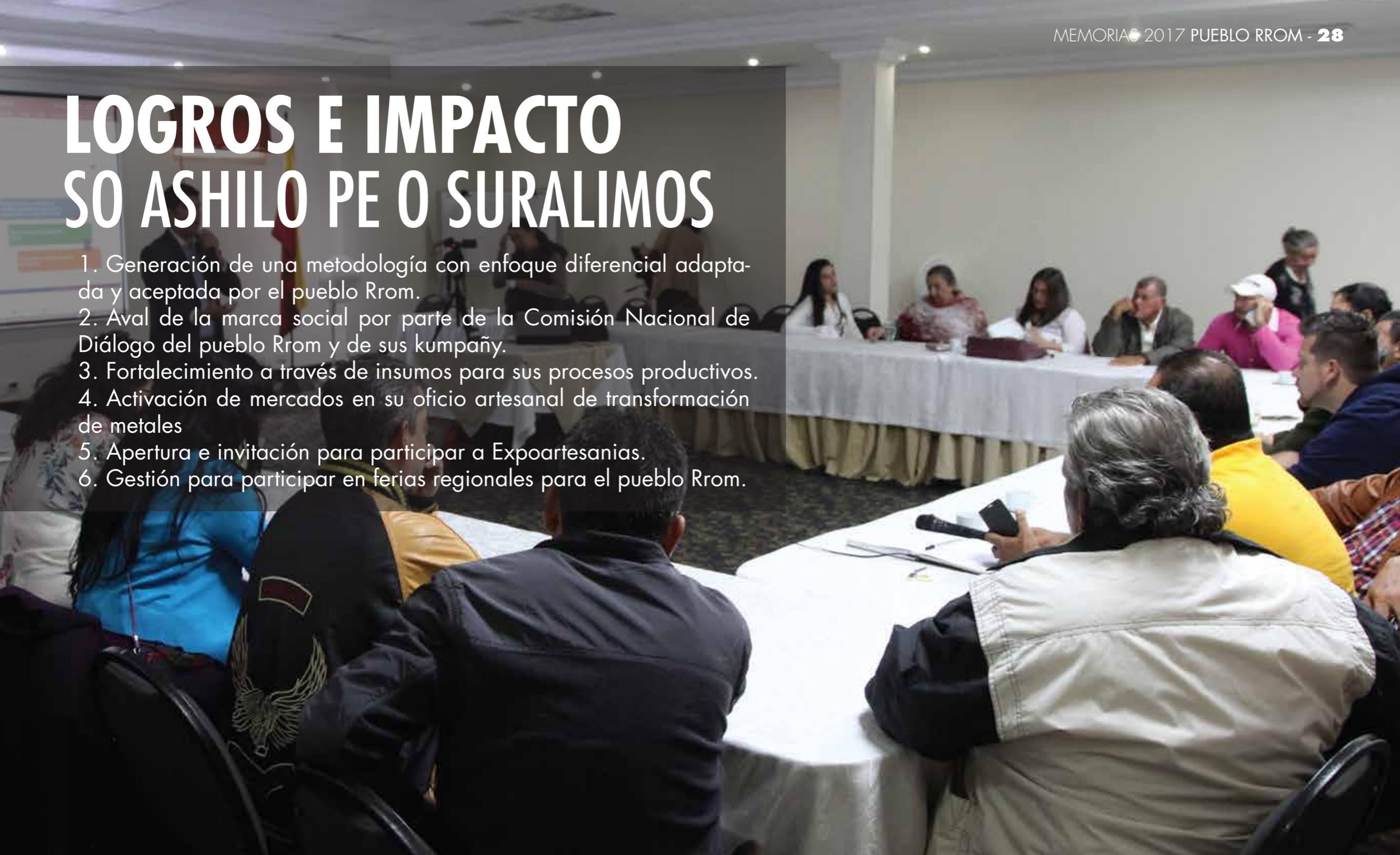
KUMPANIA ANDO O SABANALARGA, ATLÁNTICO

La kumpania de Sabanalarga se encuentra ubicada en el departamento del Atlántico. Tiene una situación particular entre las kumpaño en lo referente a su representación legal, pues a diferencia del resto se encuentra encabezada por dos mujeres jóvenes.

- Esta representación ha estado marcada por procesos de apertura al quehacer gadzhé, como lo es la formación en temas de marroquinería, especialmente en la elaboración de nuevos diseños de calzado. La kumpania ha logrado avances significativos con la alcaldía local, lo que les ha permitido adquirir la maquinaria necesaria para sus proyectos productivos. Sin embargo, la marroquinería no es la única actividad productiva, pues aún llevan a cabo actividades encaminadas a la talabartería, la ganadería y la cría de gallinas.

LOGROS E IMPACTO SO ASHILO PE O SURALIMOS

1. Generación de una metodología con enfoque diferencial adaptada y aceptada por el pueblo Rrom.
2. Aval de la marca social por parte de la Comisión Nacional de Diálogo del pueblo Rrom y de sus kumpaño.
3. Fortalecimiento a través de insumos para sus procesos productivos.
4. Activación de mercados en su oficio artesanal de transformación de metales
5. Apertura e invitación para participar a Expoartesánias.
6. Gestión para participar en ferias regionales para el pueblo Rrom.



CUÁL ES EL CAMINO, CUÁL ES EL SUEÑO SAVO SI O DROM, SAVO SI O SUNO

El camino y los sueños es partir desde los principios como son la solidaridad, la comunitaridad y la esencia colectiva, que como pueblo se tiene. De ahí en adelante, todo se construye desde el principio del ser, de la resistencia de permanecer en un mundo externo que ha sido hostil, pero que no se debe reproducir esa hostilidad al interior de la kumpania para no autodestruirse sino permanecer en el tiempo, desde la sostenibilidad de la cultura como elementos que permiten el sostenimiento económico de la miembro de familia, de la kumpania, del pueblo....

Así mismo, desde el ámbito cultural, de lo que se lleva en el cuerpo y en el alma, el arte, la música, la danza, el canto, al estilo gitano, emprender, crear escenarios para desarrollar empresas culturales....

Los saberes y sabores deben corresponder con la oferta de la gastronomía donde se permita degustar de alimentos ancestrales para visibilizar este tipo de arte, además.

A través de un diseño pedagógico serio, el cual debe corresponder a la trasferencia endógena de los oficios tradicionales, en donde se sienta y se perciba al sabedor, al aprendiz y a todos como un conjunto que ejecuta una pieza musical, una pieza artesanal, la cual conlleva saberes ancestrales y del manejo de los metales.

La lengua y la oralidad debe estar al servicio del fortalecimiento de todos los elementos ancestrales y del propositivo de la cultura, no solo lucro individual y de persuasión.





GOBIERNO DE COLOMBIA

