



Informe a la Comisión Tercera del Senado de la República

Octubre 26 de 2004.

Indice

#	Cuestionario	Pg.
	Introducción	2
1	Cuál es la situación del sector artesanal colombiano hoy ?	5
2	Qué significa el sector artesanal como generador de trabajo productivo y de ingresos ?	11
3	Qué ha hecho y qué está haciendo Artesanías de Colombia por los artesanos ?	12
4	Cuál ha sido la inversión de presupuesto por Departamento, canalizada a través de Artesanías de Colombia para apoyar al sector artesanal ?	30
5	Cuánto exporta el país en artesanías y a qué países ?	32
6	Cuál es el futuro de la artesanía en el marco del TLC ?	35
7	Sabemos que hay muchas comunidades de artesanos que solicitan la presencia y ayuda de Artesanías de Colombia para avanzar en su trabajo y la Empresa no les llega. Por qué ?	37
8	Qué debe hacer el Gobierno colombiano para responder mejor a las necesidades de apoyo del sector artesanal ?	41



Introducción

La artesanía colombiana: Una fuente estratégica de ocupación e ingresos

Hay una visión tradicional de la artesanía que la entiende como un bien cultural estático, objeto de contemplación y pieza de colección. Pero, hoy en día, en muchos países de América y el mundo se asume la artesanía como un capital cultural dinámico, un patrimonio nacional plétórico de valores diferenciados para disfrutar y proponer a la inmensa variedad de gustos y sensibilidades del mundo, que a su vez se convierte en oportunidad de contribuir a aliviar la pobreza de millones de artesanos en el mundo. Así mismo, es evidente hoy, que no existe un sólo y único mercado, sino que cada segmento encierra muchas oportunidades. En Artesanías de Colombia sabemos esto y, también conocemos que cada vez más, sobre todo en países desarrollados, se consumen menos productos y más símbolos.

La artesanía tiene la capacidad de comunicar cultura, diseño, creatividad, innovación, manejo sostenible, y numerosas historias de mujeres y hombres que trabajan con gozo; de ello da valioso testimonio la avanzada mundial en el mercado de la artesanía oriental y africana, que expresan los nuevos retos que le esperan a este tipo de productos.

La artesanía hace parte del patrimonio cultural de la nación y, cada vez más, se reconoce su importancia estratégica, no sólo como generadora de ocupación e ingresos para comunidades vulnerables, sino también, como medio para fortalecer la identidad; como atractivo turístico y como medio visible de proyección al mundo.

La artesanía integra elementos del contexto histórico, sociocultural y corresponde a la vocación de biodiversidad de cada región del país; se apoya en los recursos de origen natural para su elaboración manual, con ayuda de herramientas sencillas pero, eso sí, contando siempre con un gran acumulado de sabiduría que se transmite de padres a hijos y de generación en generación. También,



como expresión de creatividad e identidad, la artesanía rescata, recrea e innova iconografías y significados, que se plasman en objetos estéticos y útiles para la vida diaria.

Artesanías de Colombia, al apoyar la artesanía y los artesanos, promueve fuentes de trabajo e ingresos para numerosas personas que, en su mayoría, hacen parte de comunidades vulnerables, que cuentan con un rico legado cultural y han desarrollado destrezas especiales y manejo de técnicas tradicionales en la práctica de los oficios. Podría afirmarse, sin temor a equivocación, que la artesanía ha ayudado a muchas comunidades a aliviar la pobreza y representa con frecuencia una forma insustituible de afirmar la identidad y recuperar el pasado, de prevenir la migración a centros urbanos y de afianzar la confianza en el propio desarrollo.

La artesanía también es reconocida cada vez más como una alternativa humana y creativa de ocupación e ingresos, la flexibilidad tecnológica, la relativa baja inversión de capital, su adaptabilidad de ubicación espacial y una importante vinculación del producto a las tendencias del mercado global en economías abiertas.

En Colombia, la artesanía se ha fortalecido como actividad productiva; hoy, son 350 mil los productores directos y cerca de 1.200.000 personas derivan de esta actividad su subsistencia. De este conglomerado, cerca del 70% habitan en zonas rurales y, de ellos hacen parte: las comunidades indígenas, negras y campesinas. A su vez, cerca del 60% de los artesanos del país son mujeres, muchas de ellas, cabeza de hogar.

El Estado colombiano ha reconocido la importancia de la artesanía; por ello hace ya 40 años creó una entidad cuya tarea es promover el desarrollo del sector artesanal. La Empresa hoy es reconocida como la más consolidada y la de mayores realizaciones, entre las cinco que se crearon con similar función y en la misma época, en cuatro países latinoamericanos.



El objetivo principal ha sido impulsar el fortalecimiento del sector artesanal y el mejoramiento del nivel de vida de las comunidades que trabajan oficios artesanales como tejeduría, cestería, joyería, trabajo en madera y guadua, talla en piedra y carbón, trabajo en cuero, sombrerería, alfarería y cerámica, entre muchas otras.

Como resultado de las acciones pioneras que la entidad ha realizado en todo el territorio nacional, el sector se ha fortalecido en forma creciente y es grande el reconocimiento que ha logrado, particularmente el trabajo de innovación en el diseño, de diversificación del producto y el mejoramiento de la calidad y ello ha sido reconocido inclusive por entidades como la UNESCO. Ha facilitado este proceso el compartir una visión sistémica y estratégica del trabajo en el sector, lo cual ha permitido generar múltiples alianzas y convenios con entes territoriales, ONG, Fondos mixtos, universidades, empresas públicas y privadas, asociaciones de artesanos y organizaciones internacionales.

Entre los proyectos estratégicos adelantados por la Entidad se destacan:

La realización de diversas ferias artesanales como: EXPOARTESANIAS, MANOFACTO, Feria del Eje Cafetero, Feria de las Artes Manuales y otras; la operación de puntos de exhibición y venta de artesanía colombiana a través de tres almacenes en Bogotá, uno en la Sociedad Portuaria de Cartagena, otro próximo a abrirse en el INBOND del Aeropuerto ELDORADO y una franquicia en el Sur de la Florida; el Sistema de Información y asesoramiento para la Artesanía-SIART; los Laboratorios de Diseño para la innovación y desarrollo de productos localizados en Bogotá, Pasto y Armenia; el Programa Nacional de Cadenas Productivas; los Concursos nacional e internacional de diseño; la Pasarela de Moda "Identidad Colombia" que propende por la utilización de la artesanía colombiana en la moda a nivel nacional e internacional, y la Plaza de los Artesanos.

Desde el año 2001, se lleva cabo un ambicioso proyecto que incluye doce (12) cadenas productivas, que busca optimizar la articulación de los diversos eslabones que conforman la cadena, para lograr productos competitivos, considerando aspectos como preservación y procesamiento de



materias primas, acceso directo a canales de distribución, especialización de mano de obra, gestión empresarial, asociatividad, mercadeo y comercialización.

Partir de la demanda para trabajar el producto y, desde allí, reorganizar el aparato productivo sectorial, se ha convertido en el hilo conductor de las labores que adelanta Artesanías de Colombia.

Es por ello que el rescate de técnicas ancestrales para ponerlas en valor, la innovación, el diseño y desarrollo de productos se ha constituido en uno de los mayores aportes al sector artesanal nacional. La Empresa ha consolidado sus centros de Diseño buscando la competitividad del sector artesanal colombiano a través de procesos integrados y orientados al desarrollo de productos dirigidos al mercado nacional e internacional. La Pasarela de Moda Artesanal, "Identidad Colombia", hace parte de esa estrategia que busca, a través del diseño, potenciar la artesanía colombiana y lograr su introducción en nuevos y promisorios escenarios.

Entre los retos que se ha propuesto la Empresa, es importante mencionar las acciones dirigidas a construir imagen de país, hacer visible el sector, dignificar los oficios, fomentar el aprecio por nuestros valores tradicionales, llevar la artesanía a nuevos escenarios y vincularla a nuevos campos de la actividad humana, así como con nuevas expresiones contemporáneas. Todo ello, asumiendo siempre la artesanía como una actividad productiva que ha de cumplir con la responsabilidad de generar ingresos y bienestar para las comunidades.

Finalmente, destacamos que, si bien son importantes los logros obtenidos a lo largo de cuatro décadas de trabajo continuo, mucho queda por hacer y es muy grande la necesidad de apoyo para los artesanos, especialmente en momentos en que se requiere prepararse en forma intensa para aprovechar las oportunidades que puede representar la suscripción del TLC y también para superar las amenazas que puede traer consigo. Por ello vemos complacidos el interés del Senado de la República en conocer a fondo sobre este sector productivo que, como se dijo antes, está conformado en alta proporción, por comunidades vulnerables que enfrentan precarias condiciones de vida, y por



nuevos microempresarios que encuentran en la artesanía una opción, con frecuencia insustituible para generación de ingresos.

1. ¿Cuál es la situación del sector artesanal colombiano hoy ?

Según el Primer Censo Económico Nacional para el Sector Artesanal¹ realizado por Artesanías de Colombia y publicado en 1998, en Colombia existen cerca de 350.000 talleres que producen artesanías y aproximadamente 1.200.000 personas que dependen de esta actividad. El 60% de la población de artesanos la constituyen mujeres que también se dedican al hogar y al cuidado de los hijos, haciendo que los beneficios de la artesanía tengan incidencia en el bienestar de la familia en su conjunto. Cerca del 70% de la población de artesanos se compone de campesinos, indígenas y afrodescendientes, que desarrollan principalmente artesanía de tipo tradicional y étnica. El 30% restante reside en áreas urbanas, y en su mayoría desarrollan artesanía contemporánea. Los artesanos, en términos generales, enfrentan situaciones de pobreza que logran paliar con los ingresos que derivan de la producción y comercialización de la artesanía, actividad ésta que complementan, en el caso de los residentes en área rurales, con actividades agrícolas y con las labores del hogar.

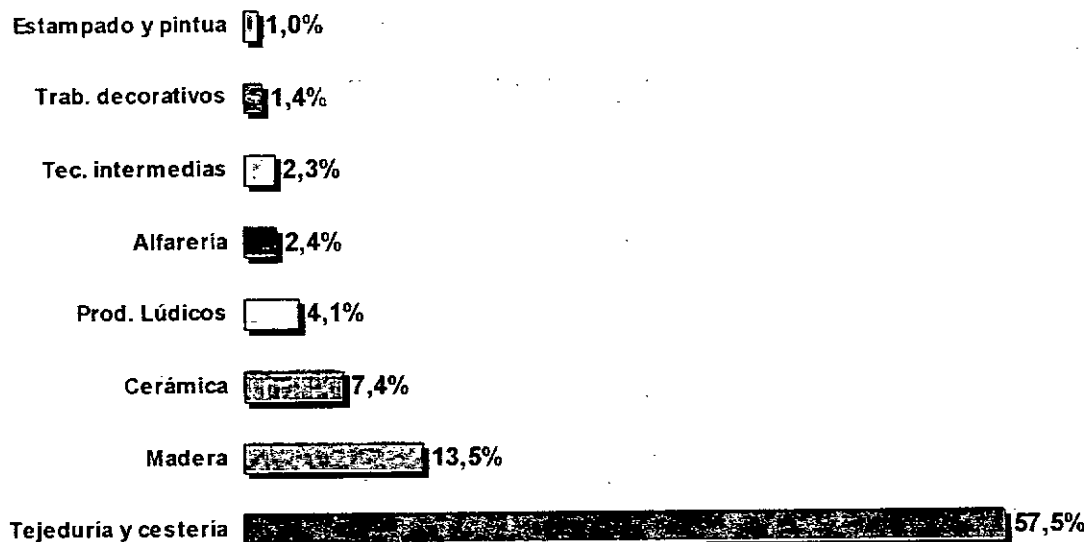
Muchas de las poblaciones indígenas, afrocolombianas y campesinas mejoran sus ingresos, no sólo utilizando la artesanía localmente como bien de intercambio, sino también participando en eventos feriales y otros canales de comercialización. Esta es una situación que contrarresta de manera importante las fuerzas de desplazamiento de poblaciones en zonas afectadas por el conflicto armado.

Los oficios más representativos son: la tejeduría y cestería con 57.5%, el trabajo en madera con 13.5% y la alfarería y cerámica con el 9.8%. La labor de la mujer predomina en las dos primeras, las cuales así mismo, registran un mayor peso de la herencia tradicional de oficios, técnicas, materiales y diseños.

¹ Para responder a la necesidad de información sobre el sector artesanal, Artesanías de Colombia se impuso el reto de realizar el Primer Censo Económico Nacional para el Sector Artesanal, y así lo hizo entre 1994 y 1998 y sus resultados se publicaron en 1998. Fue realizado sobre la base de dos unidades de análisis: el artesano y el taller, y se aplicaron 58.000 encuestas en zonas indígenas y comunidades rurales y urbanas, en 30 de los 32 Departamentos del país¹. El Censo generó información sobre variables socio-demográficas, de producción, organización, mercadeo, comercialización, financiación, organización, tecnologías y costos de producción.



Distribución de los artesanos por oficios



La artesanía es una actividad intensiva en mano de obra y con capacidad de generar empleo a bajo costo por cuanto sus requerimientos de infraestructura y equipamiento son mínimos. Es una actividad económica que ocupa principalmente comunidades con bajos niveles de calificación formal, por cuanto los oficios artesanales se caracterizan por la transmisión del conocimiento de padres a hijos y de generación en generación. Reconociendo, por supuesto, la necesidad de incorporar tecnología y conocimientos científicos modernos, para hacerlos competitivos en mercados globalizados en los que los países, cada vez más, toman conciencia del papel estratégico que puede jugar el fortalecimiento de su artesanía.

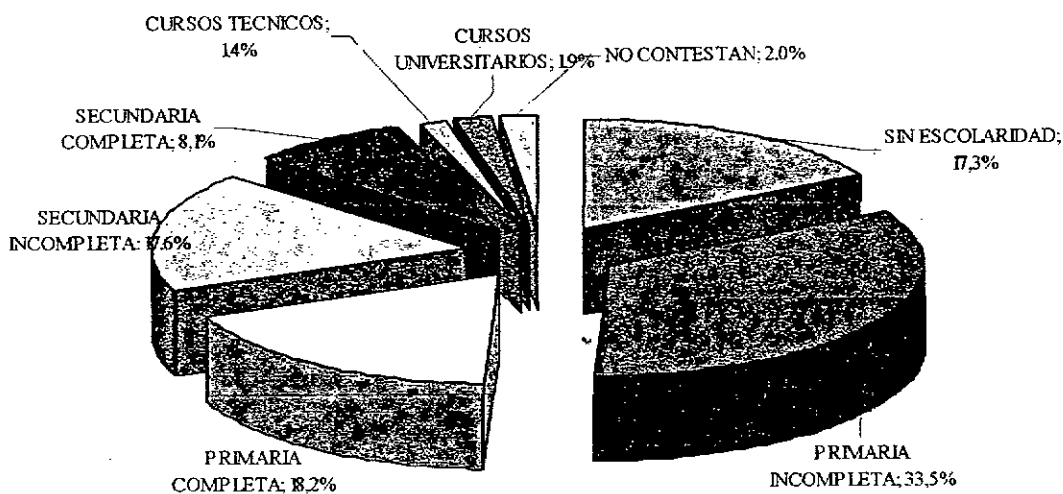
Se destaca, además, el hecho de que el trabajo artesanal usualmente involucra a varios miembros de la familia, incluyendo niños y personas mayores que desempeñan tareas que suelen ser amigables y compatibles con su actividad escolar y otras condiciones especiales.

Las condiciones de marginalidad económica y social del sector se reflejan en los bajos niveles de escolaridad y en los altos niveles de necesidades básicas insatisfechas, las cuales se acentúan en



las zonas indígenas y campesinas. El 17% de los productores artesanales son analfabetas; del 52% que asistieron a la educación primaria tan solo el 18% la terminaron; el 26% iniciaron estudios secundarios, de los cuales tan solo los finalizaron el 8%; y tan solo un 3% han accedido a la educación superior técnica o universitaria.

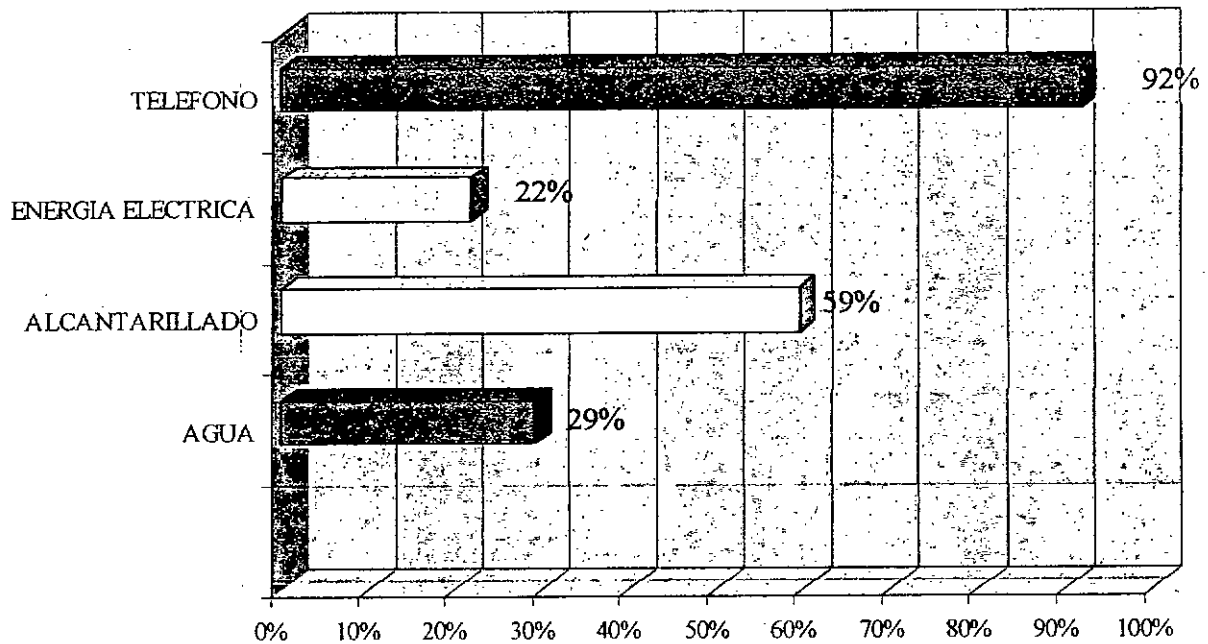
Nivel de escolaridad de los artesanos



El 23.3% de los productores artesanales no cuentan con una vivienda propia; el 58.8% no cuentan con servicios de alcantarillado, el 20.5% con el servicio de energía eléctrica, el 28% con el servicio de acueducto y el 92% con el servicio telefónico.



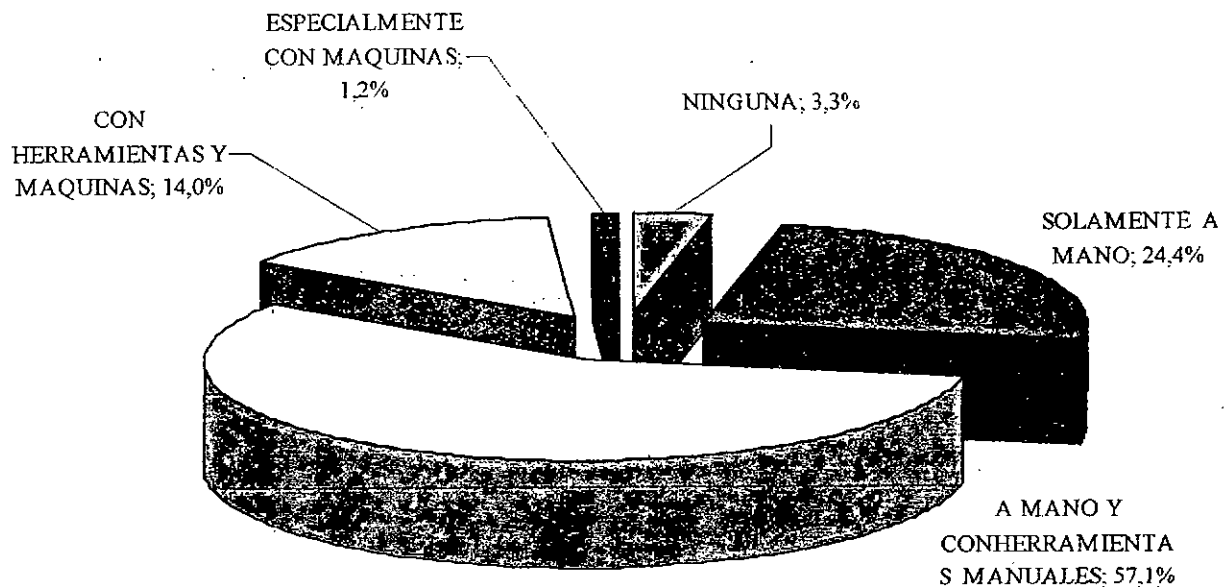
Artisanos que no tienen acceso a servicios públicos



La producción artesanal se caracteriza por la utilización de una tecnología tradicional, de la cual el 24.4% de la producción se realiza totalmente a mano y el 57.1% utiliza herramientas simples; las materias primas utilizadas corresponden a recursos naturales. El 45.3% de los productores artesanales enfrentan problemas de escasez de la materia prima y 26% con los estándares de calidad de la misma; el sector se desarrollo en un 56.1% en pequeñas unidades productivas (talleres), los cuales enfrentan en un 21.3% escasez de mano de obra, un 11% de inestabilidad y un 9% de mano de obra calificada.



Tecnología utilizada para la elaboración de productos artesanales

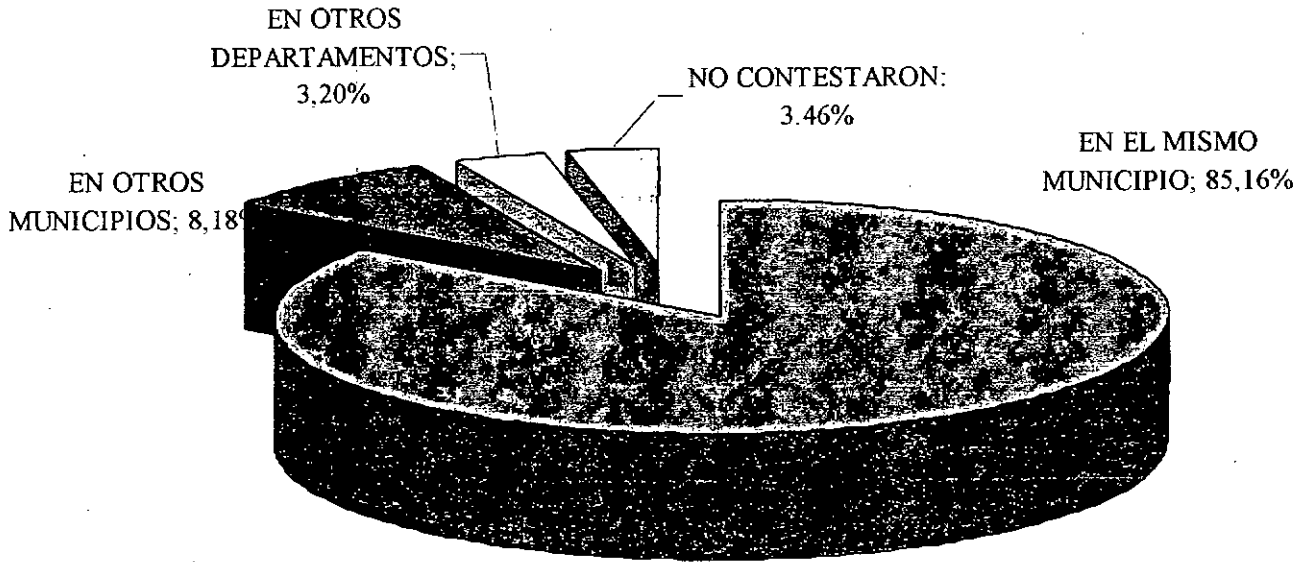


El 17% de los productores artesanales pertenecen a una forma de organización gremial, comunitaria, para la producción y la comercialización. La baja capacidad asociativa del sistema productivo ha afectado noblemente la producción por volúmenes, los costos de producción y la apropiación de los de estándares de calidad. Sin embargo, el factor más crítico ha sido la atención de 350.500 artesanos que trájaban en forma individual dispersos en toda la geografía colombiana, razón por la cual, una de las estrategias pilares de Artesanías de Colombia y del gobierno nacional se ha orientado a la asociatividad para hacer efectivo la democratización del conocimiento y al uso adecuado de los recursos económicos y humanos.

Respecto al mercadeo y comercialización de los objetos artesanales, tradicionalmente el sistema productivo ha orientado sus acciones como oferentes y no a la satisfacción de las necesidades de la demanda. El 85.2% de la producción se oferta en el propio municipio, el 8.2% en otros municipios y la diferencia en otros departamentos; la gran mayoría de los productores artesanales venden su productos desde su vivienda o taller, el 0.3% en las plazas de mercado, el 11.6% en otros sitios y el 0.03% en ferias artesanales.



**Distribución porcentual de los lugares de venta más comunes
de los productos de talleres artesanales**



El 89% de las unidades productivas no acceden a créditos financieros por motivos como lo son: el temor al endeudamiento, exceso de garantías bancarias, por desconocimiento y por las altas tasas de interés

Los ingresos de las unidades productivas han sido afectados por factores de orden público, con la disminución de los flujos de turistas, dándose con ello, una ruptura de los canales de comercialización tradicional. De acuerdo, con la complejidad del proceso artesanal, de los costos fijos y variables y de la dedicación al proceso productivo se observan rangos de ingresos mensuales por productor entre los 250.000 a 1.000.000 de pesos. Las diferencias encontradas en los picos de los rangos los determinan otros factores como lo son los de ubicación geográfica, ya que en las comunidades urbanas se dan bajas tendencias en combinar el oficio artesanal con otros oficios, permitiendo con ello, mayor tiempo de dedicación en el proceso productivo, mayores ingresos en modalidades como el destajo. En las comunidades indígenas y campesinos los tiempos y movimientos son más lentos, debido a las altas probabilidades de combinar el oficio artesanal con



otros oficios remunerados o no remunerados, la combinación de estos últimos, con los bajos niveles de producción /mes y de otros factores ya explicados anteriormente, ha venido afectando notablemente el ingreso del grupo familiar y son una de las explicación del desmejoramiento de la calidad de vida del sector artesanal.

2. ¿Qué significa el sector artesanal como generador de trabajo productivo y de ingresos ?

La producción y comercialización de la artesanía es una actividad que contribuye a mantener viva la tradición cultural de la nación, pero sobre todo, a dinamizar un sector económicamente activo como es el artesanal, con una participación del 0.004% en el Producto Interno Bruto del país. Para dimensionar mejor esta cifra es importante tener presente que estamos hablando de una población de 1.200.000 personas que dependen de la artesanía, que trabajan en talleres familiares o poco extensos y que sobre todo, no constituyen mano de obra asalariada.

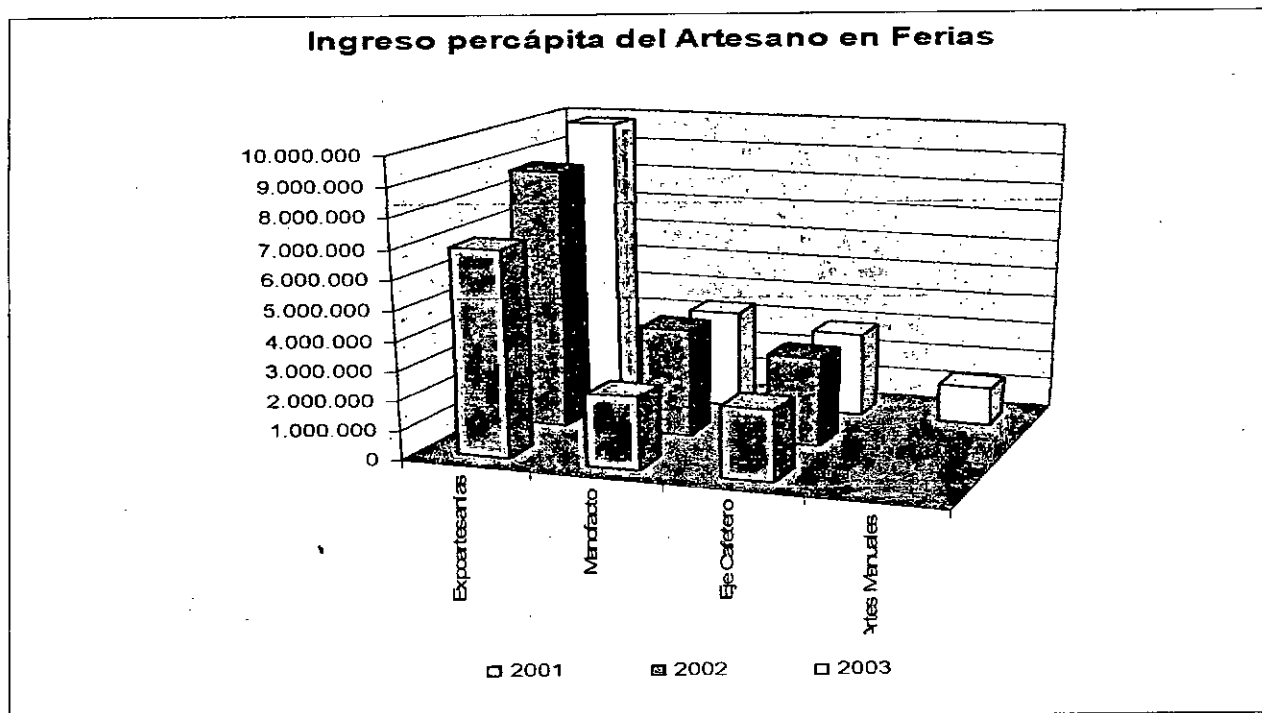
Esta es una razón, entre muchas otras que nos arroja la caracterización del sector, para sustentar el porque nos referimos preferiblemente a ocupación y no a empleo. La artesanía ocupa, por temporadas, a niños, jóvenes y adultos, quienes, mediante la ejecución de procesos específicos y diferenciados a lo largo de la actividad productiva y comercial, elaboran productos cuyas técnicas son aprendidas en el hogar y conservadas en el tiempo mediante relevos generacionales. En los talleres, los ingresos por la comercialización del producto artesanal entran a hacer parte de la economía familiar. En talleres más extensos, los productores ganan a destajo, no perciben un salario formal, pero son remunerados de acuerdo a su desempeño.

La artesanía es una actividad que genera ingresos, cuyas proporciones van muy ligadas a las características del producto, sobre todo a la calidad, al diseño y al precio. Las ferias y los eventos comerciales en general son la mejor forma de evidenciar esta realidad: En EXPOARTESANÍAS 2003, los artesanos participantes realizaron ventas por \$ 8.058 millones de pesos, 51.28 % más que el año 2000; en MANOFACTO 2003 las ventas fueron por cerca de 737 millones de pesos; en la feria del Eje Cafetero se vendieron productos por cerca de 689 millones de pesos; en la Feria de las Artes



Manuales, 336 millones y en la Feria del Pacífico, 236 millones. Estas cifras nos permite afirmar que cada artesano en estos eventos tiene un ingreso per cápita que oscila entre \$1.000.000 y \$9.000.000.

En los lugares azotados por el conflicto armado, la artesanía se constituye en una importante actividad económica y casi en la única fuente de recursos. Ejemplo, San Agustín y Pitalito en el Huila y muchos otros lugares.



3. ¿Qué ha hecho y qué está haciendo Artesanías de Colombia por los artesanos ?

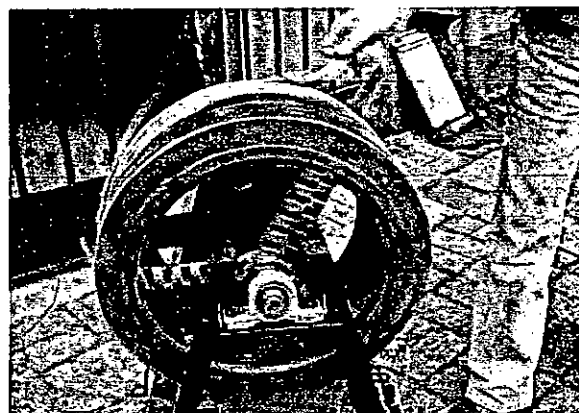
La Empresa ha definido su marco de actuación en tres grandes líneas que dan respuesta a las necesidades del sector artesanal, estas son: Fortalecimiento de la Producción Artesanal, Innovación, Diseño y Desarrollo de Productos y, comercialización.

a- Fortalecimiento de la Producción Artesanal.

Esta línea de acción busca contribuir al desarrollo integral del sector artesanal, mediante programas y proyectos estratégicos, para mejorar las condiciones de vida de los artesanos, fortalecer



las unidades económicas, promover el desarrollo tecnológico y el uso racional de materias primas y dignificar el oficio del artesano.





Contribuir con la formación y capacitación de las personas que conforman el sector, de manera que éste se constituya en motor de desarrollo de los artesanos productores y comercializadores y en general de la economía nacional. Para ello ha desarrollado condiciones y competencias en los artesanos, en las áreas de organización, administración, tecnología, desarrollo de producto y comercialización, que se han convertido en medios de generación de empleo e ingresos para el bienestar de la comunidad.

Estas condiciones y competencias, a su vez han contribuido con el rescate y enriquecimiento de la cultura, la afirmación de la identidad de las comunidades, de las regiones y de la nación y la proyección de la imagen colombiana en otras regiones y países.

A este respecto es pertinente mencionar el carácter emblemático que tienen algunos productos artesanales para ciertas comunidades y regiones del país; tal es el caso de: el barniz de Pasto o mopamopa, las tallas en madera y los sombreros de Sandoná en Nariño; la cerámica negra y roja de la Chamba en el Departamento del Tolima; la cerámica de Ráquira en Boyacá, la cestería en werregue de la Comunidad Waunana, las molas de los Cuna del Darién en el Chocó. Las mochilas de los Wayú en la Guajira, las hamacas de San Jacinto en Bolívar; el sombrero vultiao en cañaflecha del Sinú en el Córdoba y Sucre; la joyería de oro en filigrana de Mompox en Bolívar y de Barbacoas en Nariño. Los muebles coloniales de Punta Larga en Boyacá y de El Retito en Antioquia. Los trabajos en mimbre del Tolima y de Sylvania en Cundinamarca. Los trabajos en coco, y conchas de San Andrés y Providencia, así como los trabajos en tagua de Chiquinquirá, los tejidos en lana, en macramé y la cestería de Guacamayas, en Boyacá; las vajillas del Carmen de Viboral en Antioquia y las chivas de Pitalito en el Huila. Estos y otros productos artesanales hacen parte de la expresión de la identidad más profunda y apreciada de comunidades y regiones colombianas que, a través de estos objetos, comunican tradiciones y valores de gran significación.

La perspectiva de "cadena productiva" con que Artesanías de Colombia aborda el trabajo de fortalecimiento del sector, le ha permitido actuar tanto en el eslabón de la materia prima como en el de la producción y de la comercialización, con el beneficio de promover un mejoramiento integral. La atención al eslabón de la materia prima, tanto de origen vegetal como mineral, implica el desarrollo de un concepto de responsabilidad con el medio ambiente y el manejo sostenible de especies vegetales y

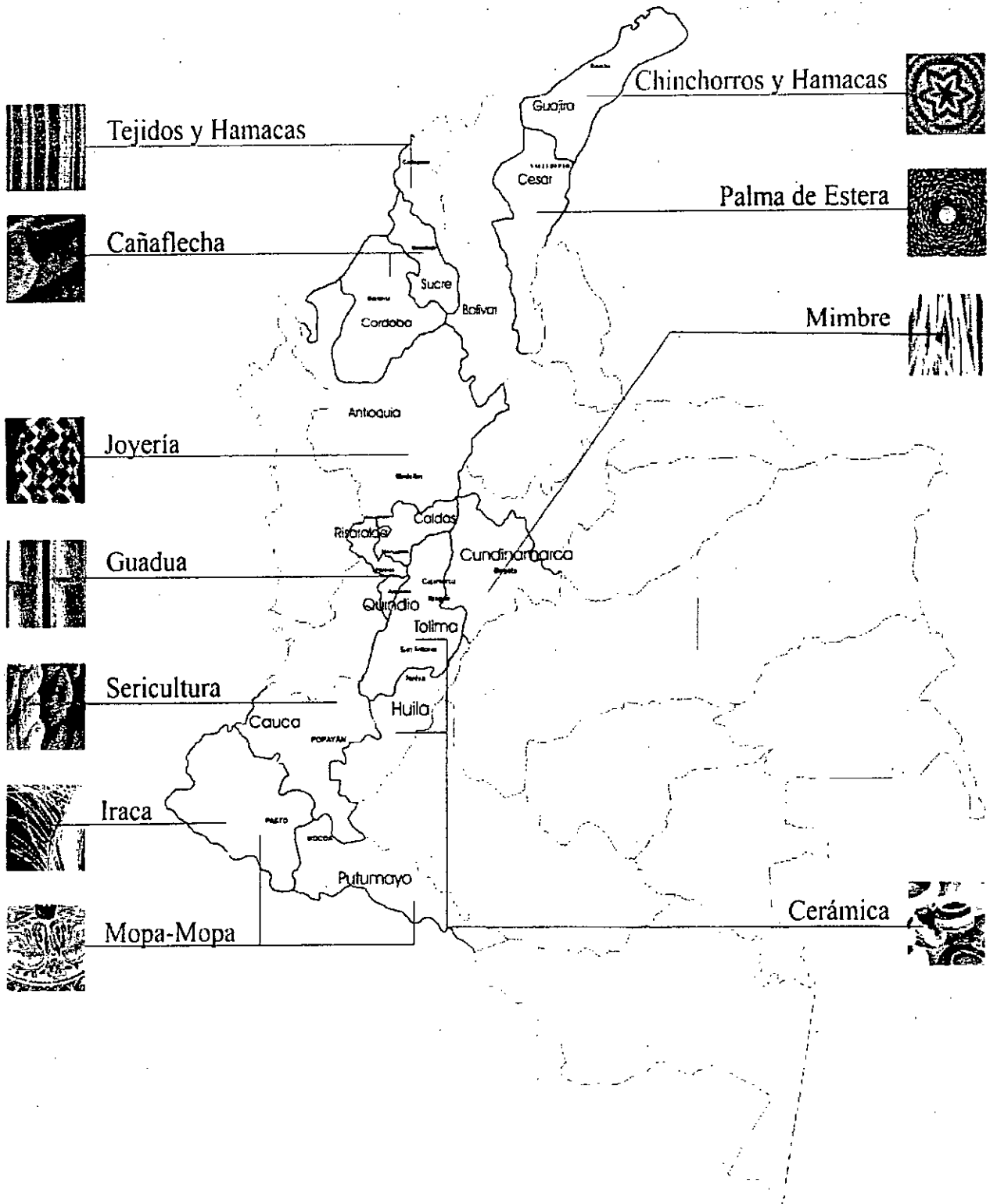


otros materiales que son base para la artesanía, lo que da lugar al establecimiento de planes de manejo y programas de repoblamiento y mejoramiento de especies vegetales, muchos de los cuales representan posibilidades de singular interés como cultivos alternativos a otros que tienen carácter ilícito.

La intervención en los procesos productivos se aborda con un profundo compromiso con la preservación del medio ambiente y la formación de conciencia ecológica. En este marco, Artesanías de Colombia viene trabajando con doce (12) cadenas productivas² en un proyecto cofinanciado por FOMYPIME, cuyos resultados presentan beneficios de gran significación y refleja el interés del Estado en el sector artesanal.

Artesanías de Colombia ha dado especial importancia a las alianzas estratégicas, no sólo ha impulsado alianzas entre las comunidades artesanas, los productores de materias primas y los comercializadores, sino que también ha formalizado relaciones con instituciones del sector público y privado, del orden local, regional, nacional e internacional. Todo ello, en procura de lograr máximos rendimientos y un mayor radio de acción en la distribución de beneficios, así como en la generación de sinergias y producción de impactos socioeconómicos.

² Las once (11) cadenas productivas del sector artesanal que viene trabajando (2003-2004) Artesanías de Colombia, S.A. con el apoyo de FOMYPIME son: 1) Tejidos, chinchorros y hamacas de la Guajira, 2) Sericultura en el Cauca, 3) Oro, joyería-orfebrería en Antioquia, 4) Arcilla y cerámica en el Huila, 5) Mimbres en Cundinamarca y Tolima, 6) Caña flecha en sucre y Córdoba, Iraca en Nariño, 7) Iraca en Nariño, 8) Tejidos en Bolívar y Sucre, 9) Palma de estera en el Cesar, 10) Guadua en el Eje Cafetero (Quindío, Risaralda y Caldas) y, 11) Mopa-mopa (barniz de Pasto) en Nariño y Putumayo. Con anterioridad a estas once cadenas se estuvo trabajando también en la cadena de la Cerámica de la Chamba en el Tolima, la cual cuenta con el apoyo de ONUDI. (ver Anexo con reseña de cada cadena)





El Certificado de calidad "Hecho a Mano" se viene adelantando en convenio con el Instituto Colombiano de Normas Técnicas ICONTEC, con el objeto de desarrollar un esquema de certificación de artesanías, como herramienta para identificar y cuantificar el comercio y favorecer la circulación en mercados internacionales con posiciones arancelarias especiales.

En el año 2003 se elaboraron documentos referenciales o soportes de descripción técnica de los oficios de tejeduría-cestería, cerámica-alfarería, maderas, joyería, cuero y metales, sobre los cuales se realizó la verificación para el otorgamiento del certificado "Hecho a Mano". Se diseñó y aplicó la prueba piloto y se otorgó certificados a 53 artesanos: 22 a grupos orfebres de Mompox, 17 a tejedores y cesteros de San Andrés de Sotavento y 14 a ceramistas y alfareros de la Chamba



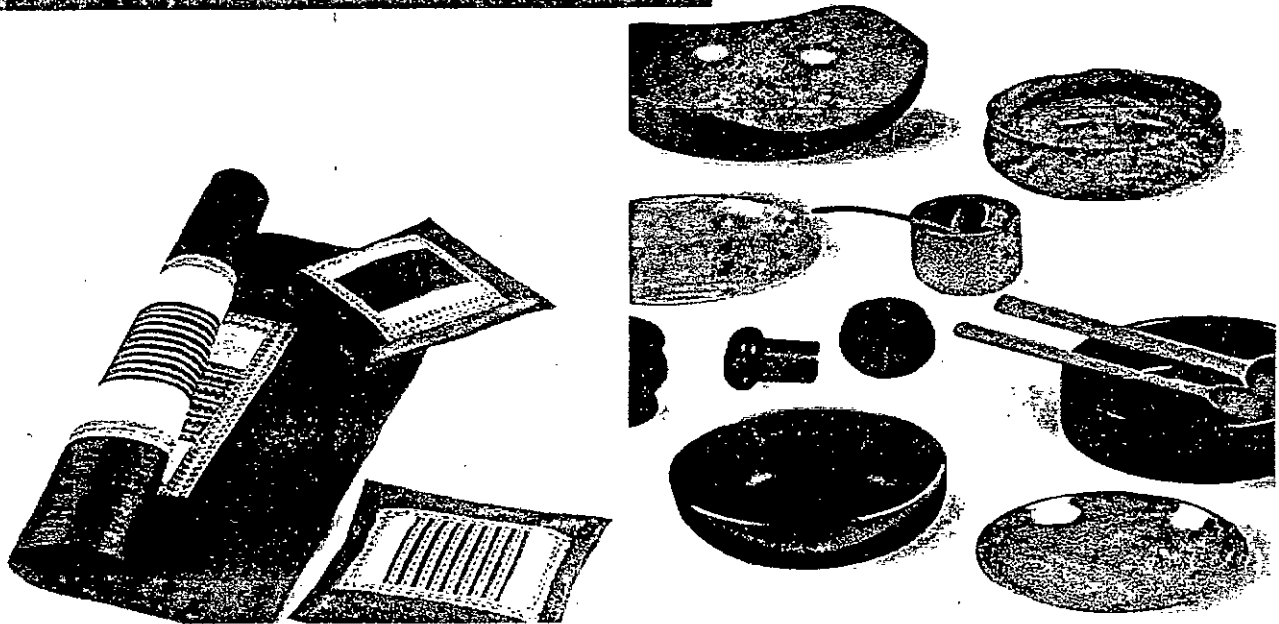
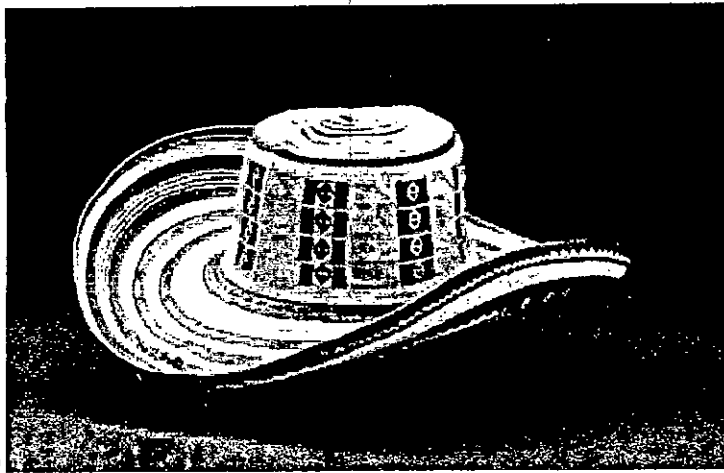
b. Innovación, Diseño y Desarrollo de Productos.

Esta línea de acción brinda asistencia técnica para la innovación y desarrollo de productos, a fin de posicionar el producto artesanal, como objeto en el diseño y la decoración en consonancia con las tendencias y demandas de mercado



Una de las actividades centrales y estratégicas que atraviesa el quehacer de la Empresa como hilo conductor ha sido el rescate e innovación en el diseño aplicado a la artesanía, que le agrega valor y la convierte en pieza única y, posiblemente, más competitiva en un mercado globalizado, en el que cada vez más, los países reconocen el valor de la tradición cultural.

Una misión importante de Artesanías de Colombia ha sido la de contribuir a elevar la calidad de la artesanía, innovar en diseños y reducir el costo de los productos, para hacerlos más atractivos en los mercados de Estados Unidos, el Caribe y Europa, donde efectivamente han alcanzado mayor demanda.





En virtud de los desarrollos alcanzados, la artesanía colombiana ha ido penetrando mercados tanto del nivel nacional como internacional, de productos terminados e insumos para la manufactura y la industria en una amplia diversidad de aplicaciones. Se trata del mercado del empaque, la moda y la decoración, a los cuales se agrega valor en términos de la diferenciación que se aporta al producto. Otro valor agregado lo aporta la condición biodegradable de los materiales de origen vegetal que son característicos de la artesanía.

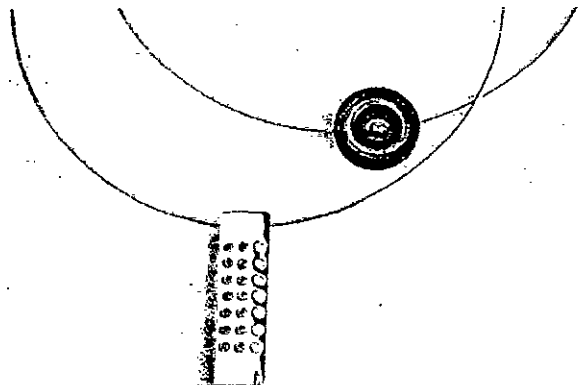
En 1994, contando con aportes de cooperación internacional y de entidades regionales, se planteó la creación de dos "Laboratorios de Diseño", uno localizado en la ciudad de Pasto (Nariño) y otro en Armenia (Quindío), que comenzaron a operar en 1995 complementando la labor del "Centro de Diseño de Bogotá". De este modo se ha logrado un trabajo articulado entre artesanos y diseñadores en busca de interacción de conocimientos, experiencias y capacidad creativa. También se ha acercado la informática a los artesanos y se ha abierto espacio a la innovación y a la adecuación de la oferta a la demanda de los mercados nacionales e internacionales.

Es así como los Centros de Diseño han mejorado la calidad del producto artesanal, mediante la incorporación de tecnologías e innovación y han penetrado el mercado de la decoración y de la moda.

"Casa Colombiana" ha identificado el "Estilo de la Casa Colombiana". Para ello ha contado con la asistencia técnica del diseñador filipino P.J. Arañador y el equipo de cuarenta diseñadores del Centro Colombiano de Diseño, quienes, en interacción con los artesanos, han fusionado objetos del Pacífico y el Atlántico, el Amazonas y los Andes, en una celebración de la diferencia y la individualidad. "Casa Colombiana" se viene presentando anualmente, desde el 2001, en el marco de EXPOARTESANIAS, donde exhibe y vende productos de más de 50 comunidades artesanales.



“Joyería Colombiana” es un programa que ha fortalecido el desarrollo de la joyería en el país con identidad nacional, mediante el trabajo conjunto de joyeros tradicionales y contemporáneos. Los resultados hasta ahora alcanzados han contado con el concurso de la Empresa Nacional Minera - MINERCOL Ltda., y han permitido dinamizar y fortalecer las regiones auríferas de los departamentos de Nariño, Cauca, Caldas, Córdoba, Bolívar, Vaupés, Guainía, Santander, Chocó, Antioquia y Risaralda; así como los núcleos joyeros de Bogotá, Popayán y Quimbaya en el Quindío.





La “Pasarela Identidad Colombia” en Colombiamoda-Medellín y en Milán –Italia es un proyecto que se cristalizó con el desfile de la pasarela de Moda Artesanal “Identidad Colombia” en Colombiamoda, donde participaron los diseñadores de moda Olga Piedrahita, Lina Cantillo, Francesca Miranda, Juan Pablo Martínez y María Luisa Ortiz, quienes trabajaron vestuario y accesorios a partir de telas elaboradas por artesanos tejedores de seda, de Pereira-Risaralda; lienzo de la tierra en Charalá-Santander; fibra de plátano en San Agustín-Huila; lana en Bolívar y Silvia -Cauca y talla en palo sangre en Amazonas.

Para esta ocasión se diseñaron bolsos y fajones en cañaflecha, cabecinegro, telas Wayuu, cuero y calceta de plátano; cinturones en crochet; camisetas en macramé; sandalias en cuero con aplicaciones de calceta de plátano, sombreros en iraca y pulseras en cañaflecha e hilo terlenka.





Esta incursión en la moda se hizo con el fin de dar a conocer las posibilidades que tienen los productos y las técnicas artesanales en el mercado de la moda y, por consiguiente, rescatar y promover la valoración de los oficios artesanales, para contribuir a la generación de ingresos para núcleos y comunidades dedicadas a la actividad artesanal.

Artesanías de Colombia ha liderado la promoción de la imagen de la artesanía colombiana en el mundo, identificando nichos de mercado y estrategias de comunicación para cada segmento y necesidad. Para este efecto ha propiciado la participación de los artesanos en Ferias Internacionales y además realiza ferias por regiones y oficios, celebra el Día del Artesano, realiza Concursos de Diseño para La Artesanía, entre otros eventos. Dentro de esta estrategia figuran las publicaciones de la Empresa, las vitrinas comerciales, la presentación de "Casa Colombiana" y el Sistema de Información para la Artesanía. La estrategia de promoción ha tenido como lema, retomar lo nuestro, volver la mirada hacia adentro, explorar nuestra esencia y recuperar nuestros valores.

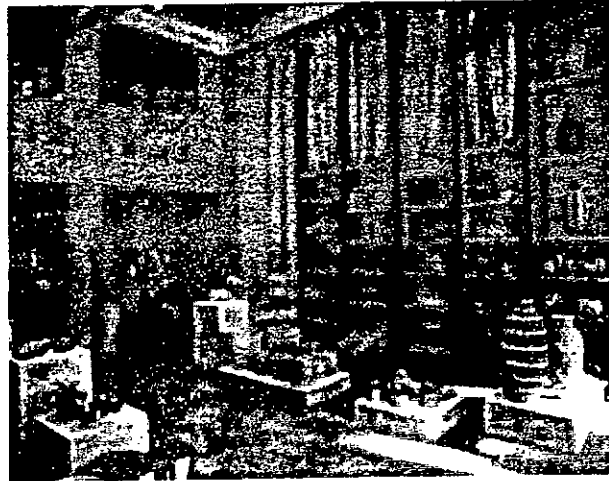
Los Concursos Nacionales e Internacionales de Diseño para la Artesanía son un punto de encuentro entre la artesanía y el diseño y se han constituido en una fuerza generadora que impulsa el desarrollo del sector.

El Centro de Investigación y Documentación Artesanal "CENDAR" contribuye a esta labor, ofreciendo a una amplia diversidad de usuarios³, la posibilidad de acceso a información especializada en artesanía y arte popular. Cumple la labor de acopio y difusión de la información sobre la cultura del sector artesanal, su historia, estructura social, cobertura, características de procesos productivos, comercialización, etc.

c. **Comercialización de Artesanías.**

Esta tercera línea de acción pretende mejorar la competitividad e inserción del sector artesanal colombiano en mercados nacionales e internacionales

³ El CENDAR es consultado por un gran número de estudiantes universitarios especialmente de Diseño y de Antropología, por Diseñadores, Artesanos, Comercializadores y, en general, estudiosos e investigadores de la artesanía.



Mediante el Impulso a la Comercialización se ha logrado insertar productos artesanales dentro de la dinámica del mercado. En este contexto se ha propiciado el acercamiento entre los artesanos y los compradores, asegurando a los primeros una remuneración al trabajo más justa y evitando una intermediación que en estas condiciones se torna innecesaria. Para hacer más productiva estas relaciones, Artesanías de Colombia ha promovido insistentemente entre los artesanos, la capacitación y asistencia técnica en comercialización y mercadeo, con énfasis en manejo de costos, precios y estrategias de promoción y comercialización de sus productos, como la presentación del producto, imagen gráfica, empaque y embalaje y, desde luego, preparación para participación en ferias y eventos comerciales, muchos de éstos organizados por la Empresa, con el fin de dignificar la artesanía y a los artesanos y convocar estratos de población con capacidad de compra significativa, entre quienes se ha buscado desarrollar el aprecio por la artesanía como una forma de encontrarse con sus raíces y afirmar su identidad. Un ejemplo es **EXPOARTESANÍAS**, un programa estratégico que inició en 1991 con el propósito de fomentar altos estándares de calidad en los productos artesanales así como capacitación en diseño, comercialización y promoción. En diciembre 2003 se llevó a cabo la 13ª versión⁴ Es el lugar por excelencia para encontrar lo mejor de la expresión artesanal indígena, tradicional y contemporánea. En el 2002, Artesanías de Colombia recibió del Gobierno Nacional, el

⁴ En la Feria son aceptados un total de 850 artesanos seleccionados entre cerca de 2000 solicitantes. Los criterios de selección que se aplica buscan asegurar: calidad del producto, innovación, diversidad de los oficios representados, presencia de las regiones y de las diversas etnias, y apertura a quienes no hayan tenido oportunidades anteriores. El EXPOARTSANIAS 2003 ingresaron 115 mil visitantes durante los 15 días que dura la FERIA y las ventas llegaron a

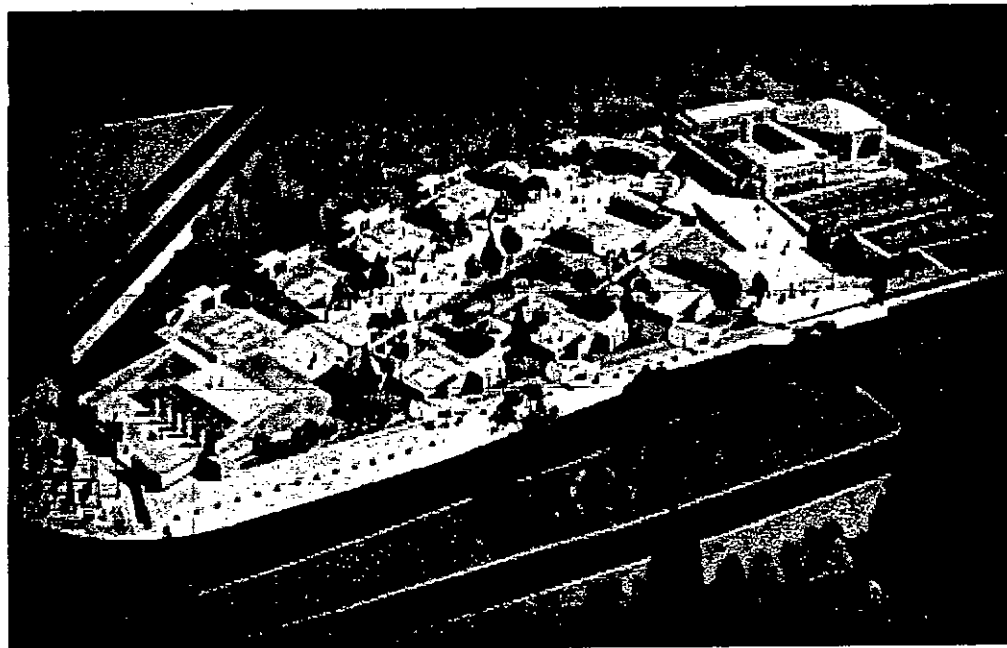


Primer Premio Nacional de Alta Gerencia, por el proyecto estratégico comercial
EXPOARTESANÍAS.

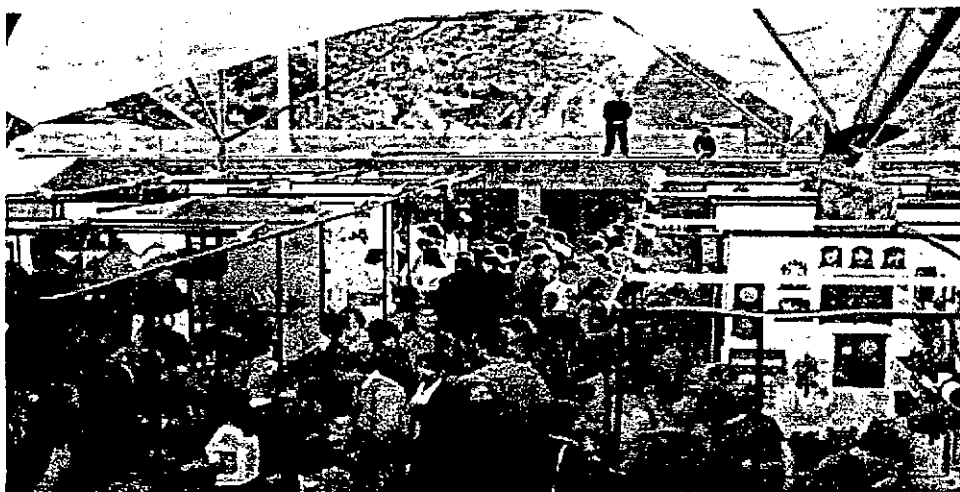


El Centro Comercial y de Negocios “Plaza de los Artesanos y la Microempresa” La Plaza de los Artesanos abrió sus puertas en 1998 y hoy se constituye en el segundo recinto ferial en la Capital de la República. Este escenario fue concebido y construido por Artesanías de Colombia con apoyo del Gobierno Nacional, de la Comisión Nacional de Regalías, de Findeter y de Presidencia de la República, para responder a la necesidad urgente de contar con instalaciones de altas especificaciones técnicas, especialmente diseñado para la exhibición, comercialización y promoción de productos artesanales y de la pequeña empresa, como también para la capacitación de artesanos y microempresarios. Tiene un área de 37.000 metros cuadrados con capacidad para 400 artesanos por evento; consta de 8 plazoletas de 500 mts² cada una, incluye talleres demostrativos de oficios, Centro de Diseño e información de mercados, sala múltiple y Rotonda de Comidas. La Plaza ofrece gran atractivo turístico, tanto para los habitantes de Bogotá, como para los visitantes del país y del exterior.

\$8.058 millones de pesos: este monto representa el 14% de incremento en ventas respecto al año anterior. Durante los 13 años que se viene realizando la Feria, año tras año, ha crecido el número de visitantes y el volumen de ventas.



En la Plaza se realizan eventos como: la Feria del Eje Cafetero durante Semana Santa, y MANOFACTO durante el festival de verano de Bogotá, la feria de Artes Manuales en mayo, la “Feria Artesanal Andina”, la “Feria del Pacífico Colombiano”. Así mismo se han realizado la “Feria Artesanal Indígena de América” en el 2000 y la “Feria Artesanal Andina” en el 2002. Con el fin de generar ingresos para la sostenibilidad, Artesanías de Colombia alquila la Plaza para realizar otras ferias y eventos relacionados con la pequeña y mediana.





Almacenes. Con el propósito de impulsar la oferta de productos que desarrollan los Centros de Diseño para la Artesanía, la Empresa cuenta con tres (3) almacenes en Bogotá⁵. Ellos constituyen una excelente vitrina comercial donde se exhiben productos y líneas especiales de artesanías con alto contenido de diseño. Adicionalmente, en septiembre de 2004 se abrió un nuevo punto de venta en Cartagena en alianza con la Sociedad Portuaria, para atender a los viajeros de los cruceros que visitan la ciudad; también en Alianza con la nueva Sala VIP que se abrirá en el Aeropuerto ELDORADO, se tendrá un escenario para exhibición de productos y, adicionalmente un espacio para venta en el área del IN BOND del aeropuerto.

⁵ El Almacén de las Aguas está ubicado en el primer piso de la Sede Principal de la Empresa, carrera 3ª. # 18ª-58. El Almacén del Norte está ubicado en la carrera 11 # 84-12; el tercer almacén se localiza en la Plaza de los Artesanos, Transversal 48 # 63ª- 52 Bogotá



Franquicia: Desde el 2002 opera con éxito una franquicia⁶ en West Palm Beach - Sur del Estado de La Florida, en los Estados Unidos, que no solamente apoya la comercialización en la zona sino que sirve de vitrina para los productos artesanales en el resto del país. Es además una experiencia que se evalúa con el fin de explorar la posibilidad de multiplicarla en otras zonas de los Estados Unidos y en otros países.

La Empresa, a través de la participación en ferias internacionales, ruedas de negocios y “show rooms” ha asumido una comercialización pionera que busca abrir puertas y explorar nuevas aplicaciones para la artesanía y nuevos nichos y escenarios de mercado para facilitar el acceso a los artesanos y comercializadores.

Artesanías de Colombia también apoya al sector artesanal prestando servicio de **trámites y logística para la exportación**, que para los artesanos resultan complejos. Un ejemplo es el servicio

⁶ El punto de venta de la Franquicia está ubicado en City Place Mall 477 South Rosemary Avenue. Suite 175 West Palm Beach, Florida. U. S.A.



de “facturación y despacho de la mercancía” seleccionada y negociada directamente por el cliente con los artesanos.

La Empresa creó el **Sistema Integrado de Información y Asesoramiento para la Artesanía. – SIART**, que cuenta con la cooperación económica del Banco Interamericano de Desarrollo, BID. El fin es proporcionar información sobre el sector, para el sector y los interesados en éste y en la artesanía, de manera que el servicio redunde en el fortalecimiento del mismo, de su competitividad y de un mejor posicionamiento del producto en el mercado mundial. A través del sistema se asesora a los artesanos productores y a los comercializadores en temas de productividad, calidad y competitividad.

Sistema de Información para la Artesanía

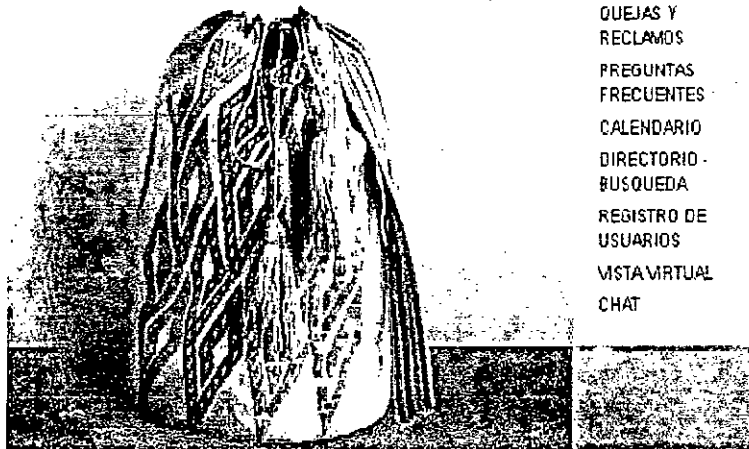
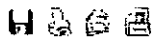


Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia s.a.

BUSCAR

IR

ENGLISH VERSION



CONTÁCTENOS

FOROS

GLOSARIO

QUEJAS Y RECLAMOS

PREGUNTAS FRECUENTES

CALENDARIO

DIRECTORIO - BUSQUEDA

REGISTRO DE USUARIOS

VISTA VIRTUAL

CHAT

- Artesanías de Colombia
- Pasarela "Identidad Colombia"
- Expoartesanías 2004
- Feria Eje Cafetero 2004
- Comercialización
- Catálogo de Productos
- Centros de Diseño de Artesanías de Colombia
- Información a la ciudadanía
- Contratación
- Documentación
- Concursos de Diseño



Lambreta en Guandules y Anano



Paj Leno Ecológico

Para prestar un servicio con calidad, la Empresa capacitó a 110 personas vinculadas, entre ellos diseñadores, acerca del funcionamiento y uso del SIART, con el fin establecer las responsabilidades de cada una de las áreas en el ingreso de información al Sistema y de instruir al personal en el manejo de herramientas virtuales.

A través del SIART, los Centros de Diseño de Bogotá, Pasto y Armenia realizaron 230 capacitaciones a artesanos. En el marco de la Feria EXPOARTESANÍAS se realizaron varios talleres, en los que se dieron las bases para que 51 beneficiarios utilizaran el Sistema y entraran en interacción



con los consultores y diseñadores, que tienen a cargo el desarrollo de capacidades para el diseño de nuevos productos, la reingeniería de procesos de producción, la transmisión de la información y el desarrollo de discusiones abiertas sobre aspectos técnicos y de comercialización de artesanías, así como la evaluación continua respecto a la calidad de los servicios.

Con el fin de asegurar la cobertura del Sistema en todo el país, se gestionó la suscripción de un Convenio con el Ministerio de Comunicaciones, de manera que los artesanos de todas las regiones puedan hacer uso del SIART y recibir asesorías a través de los 500 Telecentros que se crearon a través de la Agenda de Conectividad y Compartel, ubicados en centros poblados y municipios. En el ámbito de la información y documentación, el Centro especializado CENDAR, atendió 5.367 consultas en sala y 522 a través del correo electrónico, presentadas por escolares, universitarios, artesanos, funcionarios, comercializadores e investigadores, durante el año 2003.

A través de la página Web de Artesanías de Colombia, www.artesaniasdecolombia.com.co se ha abierto otra posibilidad para los artesanos de todo el país, que tienen productos de excelente calidad y con capacidad de producción en volumen, de promocionar y divulgar sus productos, a través de la sección "galería de artesanos", actualmente sin costo alguno.

Derechos de autor y conexos. Luego de la formalización del Convenio de Cooperación Interinstitucional celebrado con la Dirección Nacional de Derechos de Autor, se inició el análisis del tema en relación con la artesanía, y se publicó la Circular 10, "Las Artesanías y el Derecho de Autor". El tema fue objeto de trabajo en los talleres que se realizaron en el marco de las Ferias de MANUFACTO y EXPOARTESANÍAS 2003, en donde los artesanos recibieron asesoría jurídica de expertos de la Dirección Nacional de Derechos de Autor sobre casos concretos.

Con la Superintendencia de Industria y Comercio se realiza igualmente un trabajo interinstitucional, con miras al desarrollo de mecanismos de protección para la artesanía.



4. ¿Cuál ha sido la inversión de presupuesto por Departamento canalizada a través de Artesanías de Colombia, para apoyar el sector artesanal ?

La Inversión durante los últimos cuatro años (2.001-2.004) fue de \$18.000 millones. Esta información se tomó de la relación de las diferentes actividades y proyectos coordinados por las áreas misionales de la Empresa. En los casos en que la información lo permitió se obtuvo cifras por departamento; en otros no, por tener cobertura nacional o por incluir más de un departamento:

#	Departamento	Inversión \$ miles
1	Amazonas	120.720
2	Arauca	70.378
3	Antioquia	1.459.431
4	Atlántico	237.481
5	Bogotá*	7.100.031
6	Bolívar	524.407
7	Boyacá	410.839
8	Caldas	207.386
9	Casanare	100.564
10	Caquetá	100.150
11	Cauca	609.007
12	Cesar	476.360
13	Córdoba	759.697
14	Chocó	497.646
15	Cundinamarca	306.021
16	Guainía	340.507
17	Guajira	263.248
18	Guaviare	61.346
19	Huila	388.092
20	Magdalena	83.095
21	Meta	33.500
22	Nariño	1.165.208
23	Norte Santander	66.414
24	Putumayo	100.573
25	Quindío	587.662
26	Risaralda	178.933
27	San Andrés	45.717
28	Santander	260.954
29	Sucre	238.961
30	Tolima	331.392
31	Valle	76.147
32	Vaupés	206.641
33	Vichada	79.340
	Otros	688.000
	Total	18.175.848

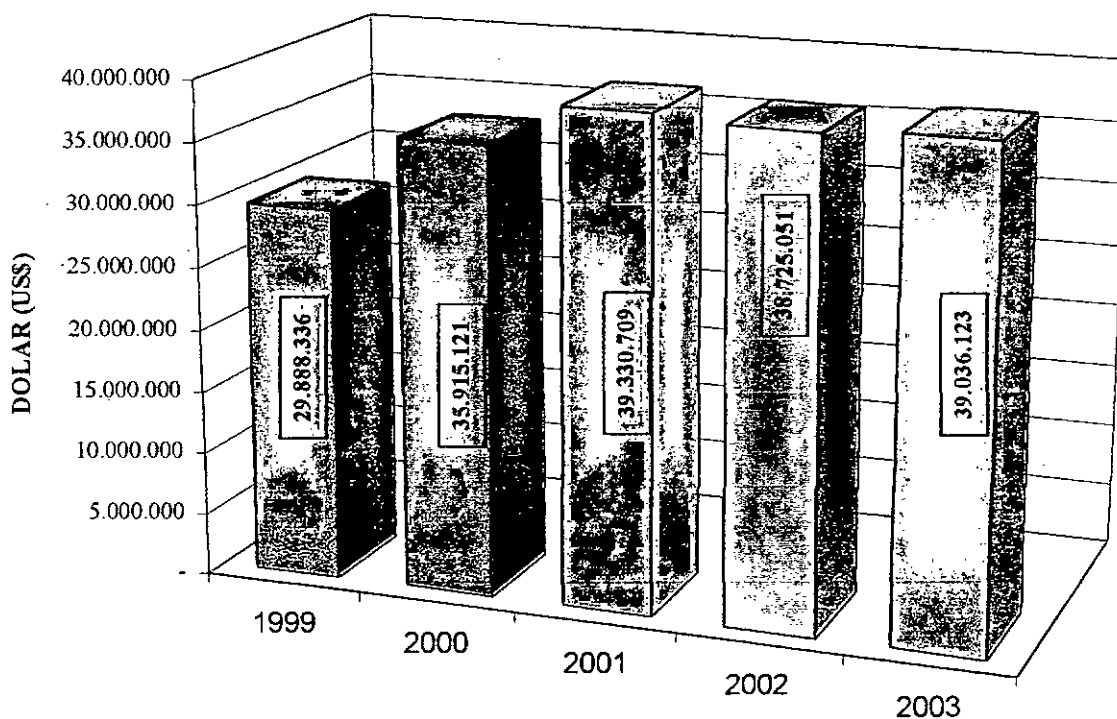
* La concentración de recursos en Bogotá, se debe a la construcción de la Plaza de los Artesanos y la Pequeña Empresa, que está al servicio de todos los artesanos del país.



5. ¿Cuánto exporta el país en artesanías y a qué países?

Las exportaciones del país durante los últimos años, se ha situado cerca de los Cuarenta millones de dólares.

Exportaciones de Artesanías Colombianas.



Los países de destino de nuestras exportaciones son en orden de importancia: Estados Unidos, Venezuela, México y Reino Unido. En la siguiente tabla se puede ver su comportamiento en los años 1.999 a 2.004 (primer trimestre).



NOMBRE DEL PAIS	1999	2000	2001	2002	2003	2004*
ESTADOS UNIDOS.	9.254.683	10.113.109	12.063.263	13.516.427	13.818.857	1.170.852
VENEZUELA.	4.372.391	7.399.472	6.601.134	4.333.486	1.190.213	136.374
BELGICA.	270.282	1.969.325	587.137	799.251	228.940	
MEXICO.	129.600	3.134.391	3.864.721	4.374.420	5.445.689	328.421
GUATEMALA.	633.569	372.862	451.514	696.238	715.246	11.141
CANADA.	578.271	383.191	391.523	262.886	689.758	22.344
CHILE.	559.399	1.734.250	1.369.984	1.256.164	1.057.628	82.003
REPUBLICA DOMINICANA.	540.386	329.488	620.895	497.938	330.803	95.259
BRASIL	214.383	524.076	685.883	856.238	541.486	40.822
REINO UNIDO	198.673	480.602	814.871	1.408.559	4.469.753	359.050
PANAMA	360.584	475.549	491.258	416.527	602.660	40.201
PERU	358.352	432.314	317.805	327.616	408.383	15.488
COSTARICA	239.612	421.270	418.415	431.791	443.033	21.014
ECUADOR	164.114	310.213	732.484	841.512	853.492	83.101

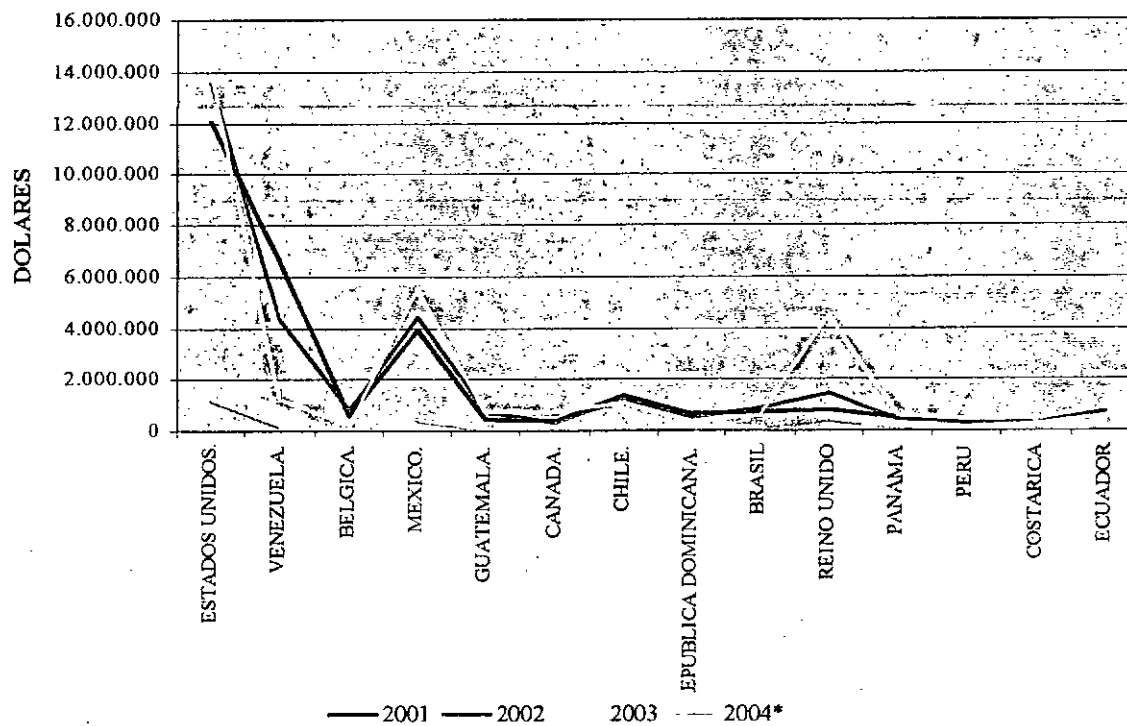
*Enero a Marzo

El producto artesanal colombiano tiene la imagen suficiente para justificar su presencia en el mercado internacional, pese a las dificultades que para los artesanos trae el proceso mismo de exportación y el sostenimiento de la demanda, en su mayoría concentrada en los mercados de Europa, Japón y Estados Unidos y donde es considerado como producto exótico.



En el año 2001 exporto mas de 39 millones de dólares en donde sobresalieron vajillas y artículos de uso domestico, manufacturas de cuero, y artículos de madera, los países a los que mas se exporto son Estados Unidos, México, Venezuela y reino Unido, el comportamiento del año 2002 fue muy similar al del año 2001, para el año 2003 la cifra subió llegando a los 40 millones de dólares y continuando los productos en cuero los de mas salida.

PAISES DE DESTINO DE EXPORTACIONES ARTESANALES



Para ilustrar acerca de las posiciones arancelarias y el valor que se exporta de cada una de ellas, en el siguiente cuadro se muestra el valor exportado durante el año 2.003.



Colombia: Exportaciones de Artesanías al mundo. Año 2003.		
POSICION	NOMBRE POSICION	VALOR F.O.B. DOLARES
4205000000	OTRAS MANUF. CUERO MAT Y ART.	12.397.310
4419000000	ARTICULOS DE MESA O COCINA DE MADERA	252.547
4421909000	MOLDES Y MATRICES DE MADERA	518.813
4601200000	ESTERILLAS Y ESTERAS DE MATERIALES VEGETALES	39.076
4601910000	TRENZAS Y ARTICULOS SIMILARES DE MAT. VEGETALES	32.328
4601990000	DEMÁS TRENZAS Y ART. SIMILARES	583
4602100000	ARTICULOS DE CESTERIA MAT. VEGETAL	199.687
4602900000	DEMÁS ART. DE CESTERIA MAT. VEGETAL	12.978
5705000000	DEMÁS ALFOMBRAS Y REVEST. MAT. TEX.	247.177
5304101000	PITA CABUYA Y FIQUE EN BRUTO	
5805000000	TAPICERIA TEJIDOS A MANO	63.113
5810910000	BORDADOS DE ALGODÓN	4.610
5810920000	BORDADOS DE FIBRAS SINTÉTICAS	1.729.142
5810990000	DEMÁS BORDADOS	2.507
6114200000	DEM. PREN. DE VEST. PUNT. DE ALGOD.	642.408
6114300000	DEMÁS DE FIBRA SINTÉTICA	2.258.346
6114900000	DEMÁS MATERIAS TEXTILES	24.049
6301300000	MANTAS DE ALGODÓN	191.247
6301400000	MANTAS DE FIBRA SINTÉTICA	460.917
6504000000	SOMBR Y DEMÁS TOCADS TRENZ OF A	159.857
6912000000	VAJILLAS Y DEMÁS ARTICULOS DE USO DOMESTICO	11.116.741
6913900000	ESTATUILLAS OBJT FANTAS ORN.	840.055
7114111000		62.843
7117900000		203.276
7419910000	DEMÁS MANUFACTURAS DE COBRE COLADAS, CUCHARONES ETC.	85.826
8215910000	DEMÁS CUCHARAS, TENEDORES, CUCHARONES	309
9401500000	HACIENTOS DE ROTEN MIMBRE	106.648
9401610000	DEMÁS ASIENTOS CON ARMAZON DE MADERA	2.310.121
9401690000	DEMÁS ASIENTOS CON ARMAZON DE MADERA	2.087.999
9502100000	MUÑECOS Y MUÑECAS QUE REPRESENTAN	167.406
9505100000	ARTICULOS PARA FIESTA DE NAVIDAD	2.818.204
		39.036.123

Fuente: Oficina de Planeación. Artesanías de Colombia S.A. . 2004.



6. ¿Cuál es el futuro de la artesanía en el marco del TLC ?

Confiamos que será positivo, siempre y cuando las políticas de desarrollo del sector continúen evolucionando hacia la competitividad del producto, para lo cual será determinante manejar estándares de calidad muy altos y, para algunos productos, precios muy por debajo de los actuales y volumen de producción; para otros, ubicar los nichos de mercado para productos exclusivos, en Estados Unidos, en el caso de que suscriba el Tratado de Libre Comercio. El éxito seguramente dependerá del apoyo que el Estado le brinde al sector y, muy especialmente, de la mentalidad y actitudes empresariales que desarrollen los artesanos.

Hechos como la inundación del mercado colombiano de bienes importados a raíz del proceso de globalización iniciado en 1991 con la apertura económica, incentivaron el crecimiento del comercio exterior colombiano como respuesta al déficit continuo de la balanza comercial, el cierre de numerosas empresas que no estaban preparadas para enfrentar la entrada masiva de nuevos productos y el consecuente incremento del desempleo en los últimos años, entre otros aspectos negativos de la economía nacional.

Así, aprovechando oportunidades de mercados ampliados por la suscripción a diferentes acuerdos comerciales, el gobierno colombiano ha venido haciendo énfasis en la formulación de políticas de mercadeo internacional tendientes al incremento y diversificación de la oferta productiva exportable con la utilización de instrumentos facilitadores de la labor exportadora que consoliden y estimulen su desarrollo.

Así mismo, es considerado como uno de los sectores de mayor proyección internacional, debido a virtudes tales como ser un producto representativo de la cultura colombiana y determinado no sólo por la agregación de valor cultural sino por su calidad y grado de innovación y diferenciación. Todas estas características primordiales para justificar su presencia constante en los mercados internacionales pesen a presentar una producción muy limitada.



El éxito de la artesanía nacional en el Tratado de Libre Comercio depende en buena medida de tener productos innovadores, competitivos en calidad y precio y con capacidad de oferta en volumen.

El mercado norteamericano es uno de los principales clientes de este sector en el que hoy trabajan 350.000 artesanos, 70 por ciento mujeres y del que viven un millón de personas.

Además de la innovación y el desarrollo de cadenas productivas hay otras áreas en las que Artesanías viene trabajando por considerarlas fundamentales para enfrentar el TLC. Por ejemplo, la organización de la producción, el repoblamiento de materias primas, la capacitación de los artesanos y la búsqueda de nichos de mercado que valoren los productos hechos a mano.

En la mesa de negociación, uno de los puntos fundamentales es el de propiedad intelectual. Por eso trabajan con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el desarrollo de marcas de certificación y marcas colectivas que les permitan proteger los productos artesanales colombianos.”

El TLC es una oportunidad en la medida que Colombia puede continuar aprovechando las preferencias arancelarias, que hoy por hoy, tiene en el mercado de los Estados Unidos, es decir, los productos ingresan sin arancel.

Sin embargo, existe el riesgo que productos que hoy por hoy, vende los países asiáticos al mercado de Estados Unidos, puedan ingresar al país vía triangulación ejemplo, en el caso de la cerámica, la China puede exportar el bizcocho a Estados Unidos y a su vez ese país pintarla a mano y hornear, con el resultado final de productos a precios más bajos que los colombianos, o en el caso de las hamacas donde el 50% de la importación de Estados Unidos es de la China, en ese país se podrían terminar elaborando el cabezote y posteriormente reexportar al mercado colombiano.



7. Sabemos que hay muchas comunidades de artesanos que solicitan la presencia y ayuda de Artesanías de Colombia para avanzar en su trabajo y la empresa no les llega, por qué?

Artesanías de Colombia, S.A. recibe un gran volumen de solicitudes de apoyo (cerca de 480 entre enero y septiembre de 2004), tanto de comunidades artesanas organizadas como de personas individuales, de todo el país. También, son numerosas las remitidas por los Alcaldes, Gobernadores, directamente o a través de diversas dependencias; de comunidades religiosas y ONGs. Algunas de ellas son dirigidas a la Empresa y otras más las dirigen al Señor Presidente, a la Primera Dama y a sus hijos, a los Ministerios del Interior, de Cultura, de Comercio Industria y Turismo, de Protección Social, de Agricultura, del Ambiente, de la Red de Solidaridad Social, de la Defensoría del Pueblo; de estas dependencias son redireccionadas a Artesanías de Colombia, solicitando que se estudien y de respuesta.

Con frecuencia, las solicitudes recibidas son iniciativas imprecisas y con muy precaria elaboración; en muy pocas ocasiones vienen acompañadas de un proyecto mediana o adecuadamente formulado. Algunas, inclusive, no traen dirección y son escritas en forma ilegible. Todo esto se entiende por cuanto muchas de ellas son remitidas por personas individuales y comunidades indígenas, afrocolombianas, campesinas y, también, de comunidades urbanas con ninguno o muy bajos niveles de escolaridad.

En términos generales, y en su mayoría, las solicitudes plantean requerimientos del siguiente orden:

- 1- Dinero para financiar compra de materia prima, herramientas y equipos
- 2- Adquisición de su producción
- 3- Apoyo para la comercialización de sus productos
- 4- Apoyo para exportar sus productos
- 5- Apoyo para participar en ferias artesanales y otros eventos comerciales, locales, regionales e internacionales
- 6- Patrocinio para eventos artesanales, concursos, premios, giras, etc.



- 7- Admisión a las Ferias artesanales que organiza la Empresa, sin tener en cuenta los criterios de selección que se aplican en tales eventos.
- 8- Recursos para construcción de infraestructuras donde puedan instalar talleres artesanales
- 9- Asistencia técnica para apoyar la cualificación en el oficio
- 10- Realización de estudios de mercado para diversos productos y apoyo para colocación de sus productos en ellos
- 11- Realización de diagnósticos locales y regionales, de planes de desarrollo estratégico sobre el sector artesanal.
- 12- Apoyo para repoblamiento de especies naturales utilizadas en artesanía
- 13- Apoyo para formular proyectos y gestionar financiación para lograr su ejecución
- 14- Apoyo para acceder al crédito a pesar de no contar con las garantías que exigen los Bancos.

Todas las iniciativas presentadas enfatizan las condiciones de pobreza en que se encuentran y la importancia de recibir el apoyo solicitado para su trabajo artesanal, como un medio para generarse ingresos y con ellos aliviar sus condiciones de vida y de su familia. Afirman así mismo su deseo de contribuir al rescate y preservaciones de oficios artesanales que hacen parte de su tradición cultural.

Todas las solicitudes recibidas son respondidas. Infortunadamente, la mayoría no pueden ser atendidas satisfactoriamente por cuanto la empresa no cuenta con recursos que le permitan hacerlo.

Como política, la Empresa trabaja preferencialmente con aquellas iniciativas que:

1. Benefician a comunidades artesanas o grupos amplios de artesanos
2. Plantean la posibilidad de lograr apoyo de las mismas comunidades y de entidades locales y regionales
3. Se relacionan con oficios y productos artesanales que tienen alguna posibilidad en el mercado
4. Se localizan en zonas del país que requieran especial apoyo y representen la posibilidad de llegar en forma equitativa a regiones especialmente necesitadas.

A partir de las solicitudes recibidas que mejor responden a los criterios antes señalados, se avanza en la formulación de proyectos, en consulta permanente con quienes formulan las solicitudes, y luego en la gestión de financiación ante entidades regionales, nacionales e internacionales, de



diverso orden. De este modo, en el primer semestre de 2004 se han formulado cerca de 50 proyectos que han sido presentados, en busca de financiación, a la ACCI, OEI, SECAB, Comunidades y ayuntamientos españoles, al SENA, a diversas Alcaldías, Gobernaciones, etc.

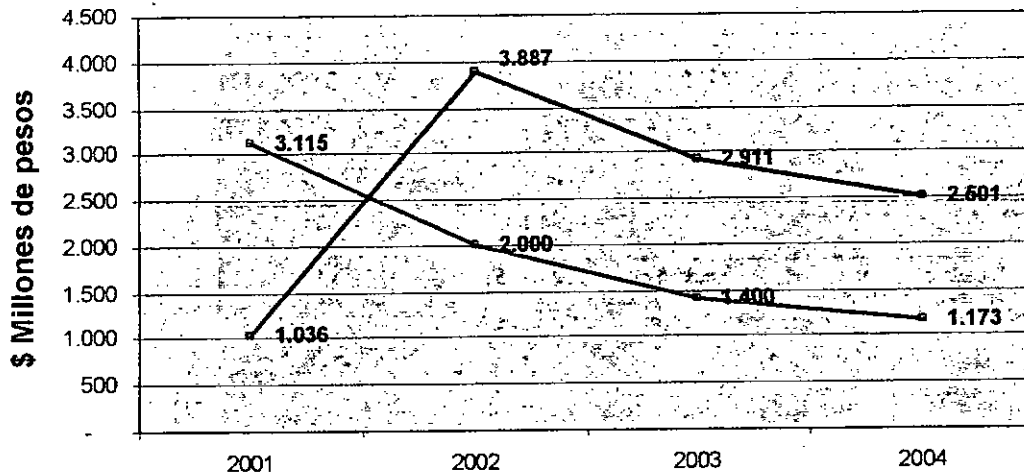
Adicionalmente, Artesanías de Colombia, explora en forma permanente las convocatorias formuladas por agencias nacionales e internacionales e invita a empresas públicas y privadas a cofinanciar proyectos. De este modo, se han desarrollado y se desarrollan proyectos con recursos aportados por FOMIPYME, el SENA, FAO, OIT, MINERCOL, Fundación Arturo Calle, Cámaras de Comercio, ONUDI, Actuar Antioquia, FONADE, Alcaldías de Teusaquillo y Rafael Uribe Uribe, Departamento Administrativo de Acción Comunal Distrital, DAACD.

En conclusión, la gestión que se desarrolla en intensa y son significativos los proyectos que se han logrado desarrollado, pero, es cierto, que la mayoría de las solicitudes quedan sin atender, a pesar del mérito y del beneficio que pudiera aportar a comunidades que lo requieren para mejorar su condiciones de vida.

Los datos sobre el presupuesto de inversión asignados a la Empresa en los últimos años que se presentan a continuación ayudan a entender por qué no es posible llegar a tantas comunidades y personas que solicitan nuestra presencia y servicios. Se destaca también la ingente gestión desarrollada por la Empresa que ha permitido complementar, con recursos de entidades públicas y privadas, nacionales e internacionales, los magros recursos del Estado.



Inversión 2001 -2004



8. ¿Qué debe hacer el Gobierno colombiano para responder mejor a las necesidades de apoyo del sector artesanal ?

Se requiere mayor apropiación de recursos para fortalecer el desarrollo socioeconómico del sector artesanal y la solidez de Artesanías de Colombia que, con enormes limitaciones presupuestales sobre todo en los últimos cuatro años, ha logrado posicionar la artesanía en el ámbito nacional e internacional. En la tabla siguiente se presenta una propuesta de las apropiaciones requeridas para la ejecución de los proyectos prioritarios que se relacionan.



**Proyectos prioritarios orientados a avanzar en el fortalecimiento del sector artesanal
 Requerimiento de recursos 2005 - 2008**

#	Programas y Proyectos Prioritarios	Años / inversión requerida (Col \$ millones)				
		2005	2006	2007	2008	Total
A	Organización de la producción para la competitividad					
1.	Programa Nacional de Cadenas Productivas	3.000	3.250	3.500	4.250	14.000
2.	Programa Nacional de Joyería	2.500	2.500	2.500	2.500	10.000
3.	Investigación de materias primas, técnicas y equipos para la producción de artesanía	1.000	1.500	2.000	2.500	7.000
4.	Capacitación y formación empresarial con énfasis en competencias para el trabajo. Formulación de proyectos	500	750	1.000	1.250	3.500
B	Innovación, diseño y desarrollo de producto Adecuación tecnológica para la producción					
1.	Innovación, desarrollo y diseño de producto con estándares internacionales.	7.000	9.000	9.000	9.000	34.000
2.	Adecuación tecnológica para la producción	1.000	1.000	500	500	3.000
3.	Concurso nacional e internacional de diseño para la artesanía.	100	120	150	170	540
C	Comercialización e internacionalización de las artesanías					
1.	Gestión comercial internacional: Ferias, ruedas de negocios, show rooms, etc.	4.000	2.000	2.000	2.000	10.000
2.	Fortalecimiento de la Plaza de los Artesanos	1000	700	700	500	2.900
3.	Portal de Internet para los artesanos	500	500	500	500	2.000
4.	Promoción y divulgación del sector artesanal					
	Identidad Colombia: diseñadores y artesanos: comercialización	300	300	300	300	1.200
	Campañas de promoción del sector para aumentar los ingresos de los artesanos.	500	500	500	500	2.000
D.	Proyectos especiales					
1.	Proyecto productivo de artesanías para madres cabeza de familia en zonas desplazadas	2.500	2.500	3.000	3.500	11.500
2.	Proyecto productivo de artesanías para comunidades indígenas	1.000	1.200	1.500	1.800	5.500
	Total	24.900	25.820	27.150	29.270	107.140

Se considera indispensable dotar a Artesanías de Colombia de una fuente de recursos propia, la cual brindará autonomía y ampliará posibilidades para desarrollar programas en beneficio del sector artesanal colombiano. En este contexto se propone lo siguiente:



1. Destinar del impuesto de entrada al país, dos (2) dólares con destino al mejoramiento de la oferta artesanal orientada al comercio turístico.
2. Destinar un 5% de los programas que el Gobierno asigna a educación no formal para preparación y formación de capital humano en el sector artesano colombiano. Esto por cuanto un poco más del 15% de la población de la industria manufacturera está dedicada a la artesanía.
3. Destinar el 5% de los programas para investigación en asesoría y tecnología, ley 344 de 1996, para la investigación aplicada a la artesanía.

Es importante que el Gobierno reconozca al sector como un renglón importante de la economía nacional y, en consonancia, disponga los recursos, no sólo para hacerlo más productivo y competitivo, sino también para estudiarlo y documentarlo, puesto que es extremadamente difícil acceder a cifras precisas, que generalmente están implícitas en los datos que arrojan sectores como el de la manufactura.

Para establecer las metas a futuro del sector artesanal es necesario poder dimensionarlo. Este es un reto difícil de lograr sin unos recursos mínimos que sirvan de base para realizar alianzas estratégicas con otras entidades del país y del exterior.

Es importante mencionar cómo, antes, con la ley 55 de 1985 “por la cual se dictan normas tendientes al ordenamiento de las finanzas del Estado y se dictan otras disposiciones”, el artículo 11, señalaba: “La porción que se reasigna de los ingresos provenientes del impuesto de turismo destinado a la Corporación Nacional de Turismo, se utilizará exclusivamente para la preservación y restauración de monumentos nacionales y parques naturales, el fomento de las artesanías y el Certificado de Desarrollo Turístico CDT.”