



Artesanías de Colombia e Instituto Huilense de Cultura
convenio CNV 99047

**INVESTIGACION Y ANALISIS SOBRE EL MERCADO ARTESANAL EN
COLOMBIA**

**PRESENTADO A: SR. REINEL SALAS VARGAS.
DIRECTOR DEL INSTITUTO HUILENSE DE CULTURA**

**PRESENTADO POR: OLGA PATRICIA LAMILLA RINCON.
DISEÑADORA INDUSTRIAL**

ESTUDIO SOBRE EL MERCADO ARTESANAL EN EL HUILA

INTRODUCCION

El análisis que se presenta a continuación es un diagnóstico general del mercado artesanal colombiano dentro del contexto internacional, Con el fin de elaborar una propuesta general de mercadeo para los artesanos del Huila.

Este análisis pretende presentar un panorama de los principales productos del sector artesanal en el mercado internacional, y su participación en el total de las importaciones de los principales mercados, para identificar cuales son las mayores posibilidades para los productos artesanales huilenses y a que mercados potenciales se podría penetrar.

Dicho informe comprende aspectos generales del sector artesanal, informes estadísticos de los principales mercados de exportación, esquemas preferenciales, clientes actuales y potenciales, canales de distribución, acuerdos comerciales con otros países o departamentos y entidades que ofrecen apoyo al sector artesanal.

La investigación se realizó teniendo en cuenta los principales productos de exportación, los principales mercados existentes y potenciales, y la problemática que afecta el proceso exportador.

2.2 CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE LOS SISTEMAS DE EMPAQUE Y EMBALAJE PARA PRODUCTOS DE EXPORTACION.

2.2.1 GENERALIDADES.

2.2.2 PARAMETROS PARA OBTENCION DE UN ADECUADO SISTEMA DE EMPAQUE Y EMBALAJE.

2.2.3 SISTEMAS DE EMPAQUE Y EMBALAJE PARA EL SECTOR DE ARTESANIAS.

2.3 SELECCIÓN GENERAL DE MERCADOS.

2.3.1 EN COLOMBIA.

2.3.2 EN EL EXTERIOR.

2.3.3 APOYO DE PROEXPORT AL SECTOR ARTESANAL.

3. CONCLUSIONES GENERALES: ESTRATEGIA DE MERCADEO.

3.1 SELECCIÓN DE PRODUCTOS.

3.2 SELECCIÓN DE MERCADOS.

3.3 ESTRATEGIA GENERAL DE MERCADEO.

ESTUDIO SOBRE EL MERCADO ARTESANAL EN EL HUILA

1. INVESTIGACION Y ANALISIS SOBRE EL MERCADO ARTESANAL EN COLOMBIA

Se inició teniendo en cuenta los estudios realizados por instituciones especializadas en el tema como PROEXPORT, y estadísticas de exportación de fuentes nacionales como el DANE, DIAN, INCOMEX entre otros.

1.1 ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR

Para unificar la información y con el fin de analizar el comportamiento de los productos que conforman el sector artesanal, se toma como referencia la división que se tiene a nivel general para exportación y que PROEXPORT COLOMBIA considera como productos del sector. Este sector se subdivide en 4 subsectores:

- **SUBSECTOR ADORNOS:** Adornos de cerámica, madera, plástico y otros materiales.

| SUBSECTOR ADORNOS | |
|-------------------|--|
| POSICION | DESCRIPCION |
| 442010-0000 | ESTATUILLAS Y DEMAS OBJETOS DE ADORNO DE MADERA |
| 691390-0000 | DEMAS ESTATUILLAS Y DEMAS OBJETOS DE ADORNO DE CERAMICA NO PORCELANA |
| 960190-0000 | DEMAS MATERIAS ANIMALES PARA TALLAR, TRABAJADAS Y SUS MANUFACTURAS |
| 960200-9000 | DEMAS MATERIAS VEGETALES O MINERALES PARA TALLAR, Y SUS MANUFACTURAS |

CUADRO No.1

- **SUBSECTOR ARTICULOS DE CESTERIA:** Productos de cestería y otros materiales trenzables.

| SUBSECTOR CESTERIA | |
|--------------------|---|
| POSICION | DESCRIPCION |
| 140190-1000 | MIMBRE UTILIZADO PRINCIPALMENTE EN CESTERIA O ESPARTERIA |
| 140190-9000 | DEMAS MATERIAS VEGETALES DE ESPECIES UTILIZADAS EN CESTERIA O ESPARTERIA |
| 460110-0000 | TRENZAS Y ARTICULOS SIMILARES DE MATERIALES TRENZABLES INCLUIDO ENSAMBLE EN BANDA |
| 460120-0000 | ESTERILLAS ESTERAS Y CANIZOS DE MATERIAS VEGETALES |
| 460191-0000 | TRENZAS Y ARTICULOS SIMILARES DE MATERIAS VEGETALES INCLUIDO ENSAMBLE EN BANDAS |
| 460210-0000 | ARTICULOS DE CESTERIA DE MATERIAS VEGETALES OBTENIDAS DIRECTAMENTE O EN S |
| 460290-0000 | DEMAS ARTICULOS DE CESTERIA DE MATERIAS TRENZABLES (INCLUIDO MANUFACTURA DE LIFA) |

CUADRO No.2

- **SUBSECTOR BISUTERIA**

| SUBSECTOR BISUTERIA | |
|----------------------------|------------------------------------|
| POSICION | DESCRIPCION |
| 711719-0000 | DEMÁS BISUTERIA DE METALES COMUNES |
| 711790-0000 | DEMÁS BISUTERIA |

CUADRO No. 3

- **SUBSECTOR OBRAS DE ARTE.**

| SUBSECTOR OBRAS DE ARTE | |
|--------------------------------|---|
| POSICION | DESCRIPCION |
| 970110-0000 | CUADROS, PINTURAS Y DIBUJOS |
| 970110-0010 | CUADROS, PINTURAS Y DIBUJOS DE PRODUCCIÓN COMERCIAL |
| 970110-0090 | DEMÁS CUADROS Y PINTURAS Y DIBUJOS |
| 970190-0090 | DEMÁS "COLLAGES" Y CUADROS SIMILARES |
| 970200-0000 | GRABADOS, ESTAMPADOS Y LITOGRAFIA ORIGINALES |
| 970300-0000 | OBRAS ORIGINALES DE ESTATUARIA O ESCULTURA DE CUALQUIER MATERIAL |
| 970300-0010 | OBRAS ORIGINALES DE ESTATUARIA O ESCULTURA DE CUALQUIER MATERIAL DE PRODUCCIÓN COMERCIAL |
| 970300-0090 | DEMÁS OBRAS ORIGINALES DE ESTATUARIA O ESCULTURA DE CUALQUIER MATERIAL |
| 970500-0010 | COLECCIÓN Y ESPECIALES PARA COLECCIÓN DE INTERES HISTORICO ARQUEOLÓGICO DE PRODUCCIÓN COMERCIAL |
| 970600-0090 | DEMÁS ANTIGUEDADES DE MAS DE 100 AÑOS |

CUADRO No. 4

De los anteriores se seleccionaron los más representativos, de acuerdo con los siguientes criterios:

- Productos que registraron exportaciones en los años analizados, y que a través de ellas presentaron una tendencia descendente, pero que en el pasado han demostrado ser productos con los cuales Colombia se puede posicionar en los mercados internacionales.
- Productos que han tenido un comportamiento estable en sus exportaciones, con una ligera tasa de crecimiento y que a pesar del potencial, todavía no tienen una participación significativa en los mercados internacionales.
- Productos con comportamiento ascendente y con participación significativa en algunos de los mercados.
- El Sistema Armonizado (Hace referencia a la clasificación arancelaria de los productos de exportación, el cual tiene 10 dígitos, de los cuáles los 6 primeros dígitos corresponden a la posición arancelaria internacional y los 4 dígitos siguientes a la posición arancelaria nacional. Ver cuadros 1, 2, 3, 4. Para el sector Artesanías) de Clasificación Arancelaria no permite hacer una distinción, para ciertas partidas, de cuales productos son elaborados artesanalmente y cuales no. Por esta razón es imposible determinar el valor exacto de las exportaciones de este sector. Sin embargo se han tenido en cuenta las posiciones de productos fácilmente identificables como regalos o como artesanías, con el propósito de obtener datos estadísticos más confiables.

1.2 INCIDENCIA DEL SECTOR DENTRO DE LA ECONOMIA DEL PAIS

El sector de la artesanía en Colombia, tiene una participación del 5% de la población trabajadora nacional está dedicada a la labor artesanal. De esto, el 74% de dicha población es femenina y el 80% de la población esta localizada en el sector rural.

Para una mayor cobertura nacional y una eficiencia en la inversión para desarrollar proyectos, Artesanías de Colombia, hizo una sectorización tomada, la hecha por el CORPES, quedando de la siguiente manera:

- **COSTA ATLANTICA:** Conformada por los Departamentos de Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, Guajira, Magdalena, Sucre, San Andrés y Providencia.
- **OCCIDENTE:** Antioquía, Caldas, Cauca, Choco, Nariño, Quindio, Risaralda y Valle.
- **CENTRO OCCIDENTE:** Boyacá, Cundinamarca, Huila, Norte de Santander, Santander y Tolima.
- **ORINOQUIA:** Meta, Arauca, Casanare, Guainia, Guaviare, Vaupés y Vichada.
- **SANTA FE DE BOGOTA:** Se le ha dado un tratamiento especial, por las características que presenta, manejándose como una región independiente.

Los productos artesanales que se desarrollan en cada una de las anteriores regiones son:

- **ATLANTICO:** Tejeduría en fibras naturales
Hilazas en algodón
Talla en madera
Cerámica
- **OCCIDENTE:** Tejeduría en fibras naturales
Cerámica
Guadua-Bambú
- **ORIENTE:** Tejeduría en fibra natural
Cerámica
- **ORINOCO:** Tejeduría en fibra natural
Cerámica
Talla en madera
Elaboración de telas con corteza de árbol

- SANTA FE DE BOGOTÁ: Cerámica
Talla en madera
Vidrio
Juguetería

1.3 ENTIDADES QUE OFRECEN APOYO AL SECTOR

1.3.1 ARTESANIAS DE COLOMBIA

La presencia del Estado en el sector artesanal la ejerce Artesanías de Colombia, organismo que adelanta programas de comercialización, fomento y desarrollo, encaminados a solucionar las dificultades de la producción y a fortalecer el sector.

Artesanías de Colombia, comprometida con los artesanos del país, permanecen en una constante búsqueda de iniciativas, estrategias, experiencias y métodos de trabajo, basada en procesos de planeamiento a mediano y largo plazo, con el fin de acelerar el fortalecimiento de la producción artesanal, en todos sus niveles. Estas actividades se llevan a cabo con el consenso y la concertación con las autoridades públicas y privadas del orden local, municipal y departamental, así como con los gremios y grupos de artesanos.

1.3.2 ANALDEX

La Asociación Nacional de Exportadores-Analdex es una entidad privada que reúne a las empresas exportadoras de Colombia, bajo el propósito común de fomentar y fortalecer la actividad exportadora nacional y promover la imagen de Colombia en el exterior.

El gremio exportador, representado por Analdex, está siempre presente en el diseño de las políticas de comercio exterior, como intermediario entre los sectores público y privado.

Así mismo, actúa como asesor de los organismos nacionales e internacionales, en la identificación de nuevos bienes y servicios competitivos, con el fin de ampliar la base exportadora del país.

1.3.3 INSTITUTO DE FOMENTO INDUSTRIAL IFI

Fue creado con el Decreto 1157 de Junio 18 de 1940, que adoptó un plan general para el desarrollo de actividades económicas del país dividido en tres partes: Plan de Fomento Agrícola, de Fomento Ganadero y de Fomento Manufacturero.

De este Decreto nació el Instituto de Fomento Industrial (IFI) con el propósito de promover la fundación de empresas que se dediquen a promover la conformación de industrias básicas y de primera transformación de materias primas nacionales, que sin la iniciativa y el capital particular no se hubieran podido desarrollar satisfactoriamente por sí solas. El IFI se creó como herramienta indispensable para apoyar la política de sustitución de importaciones, que se inició por aquella época, filosofía que hoy se refuerza con una alta promoción de las exportaciones.

El IFI es una sociedad de economía mixta del orden nacional, vinculada al Ministerio de Desarrollo Económico, sometida al régimen de las empresas industriales y comerciales del Estado. Perteneció al sector financiero estatal, por ende está sujeta a las disposiciones contenidas en el Decreto 663 de 1993 que contiene el estatuto Orgánico del Sistema Financiero.

1.4 EXPORTACIONES DEL SECTOR ARTESANAL

1.4.1 PRODUCTOS DE EXPORTACION

Para 1997, las exportaciones del subsector Adornos, con su producto "Demás estatuillas y demás objetos de cerámica no porcelana" fueron las más altas en cuanto a volumen, y los principales rubros los obtuvo el subsector de Bisutería, con su producto "Demás bisutería de metales comunes", siendo el principal mercado en estos últimos años, Estados Unidos y México. Para este año el primer subsector de importancia es el subsector Bisutería, ocupando el segundo lugar el subsector Adornos, y los principales mercados de destino son: Venezuela, España, México, Francia y Alemania occidental. El tercer lugar lo ocupa el subsector obras de arte, con su producto principal "Obras originales de estatuaria o escultura de cualquier material de producción comercial".

En estos últimos años las exportaciones colombianas del del sector artesanías lograron su mayor nivel, logrando exportar otros productos como: "Estatuillas y demás objetos de adorno de madera", "Artículos de Cestería de materiales vegetales obtenidos directamente", "Estatuillas y demás objetos de adorno de cerámica" y "Obras originales de estatuaria o escultura de cualquier material".

1.4.2 IMPORTACIONES DEL SECTOR

Entre los principales mercados de los cuales importamos artesanías, encontramos a Italia como el más importante, siendo productos como: "Obras originales de estatuaria o escultura de cualquier material" y "Demás bisutería" los productos con mayor mercado en nuestro país.

Otras importaciones de importancia son: Cuadros, pinturas y dibujos procedentes de los Estados Unidos y la importación de Bisutería del Perú.

Durante los últimos años las importaciones de artesanías han tenido un comportamiento muy variado, pues ascienden y descienden con frecuencia. Los principales productos importados por Colombia durante

Durante los últimos años las importaciones de artesanías han tenido un comportamiento muy variado, pues ascienden y descienden con frecuencia. Los principales productos importados por Colombia durante estos años han sido: "Obras originales de estatuaria o escultura de cualquier material", "Demás Bisutería de metales comunes", "Demás Bisutería" y "Estatuillas de porcelana".

Los principales países de donde provienen los artículos de artesanía y regalos son: Italia, Estados Unidos, Perú, Argentina, Panamá, Hong Kong, China, Venezuela, México, España y Brasil entre otros.

1.4.3 COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE LOS SUBSECTORES DEL SECTOR ARTESANIAS.

De los cuatro subsectores, Artículos de Bisutería y Adornos fueron los que sobresalieron en las exportaciones de 1997, seguido por Cestería y Obras de Arte.

En los siguientes cuadros solo encontramos los principales productos y destinos.

SUBSECTOR ADORNOS

El principal producto exportado en 1997 fue "Demás estatuillas y demás objetos de adorno de cerámica no porcelana" y su principal mercado fue Estados Unidos. Ver cuadro resumen del sector para 1997.

| ITEM | POSICION | PRODUCTO | DESTINOS | PESO BRUTO | PESO NETO | FOB US\$ |
|------|------------|--|---|------------|-----------|-----------|
| 1 | 6913900000 | DEMÁS ESTATUILLAS Y DEMÁS OBJETOS DE ADORNO DE CERÁMICA NO PORCELANA | ESTADOS UNIDOS REP. DOMINICANA BELGICA-LUXEMBURGO MEXICO FRANCIA... | 265,318 | 229,933 | 1,419,751 |
| 2 | 4420100000 | ESTATUILLAS Y DEMÁS OBJETOS DE ADORNO DE MADERA | ARUBA AUSTRALIA ESTADOS UNIDOS REP. DOMINICANA ANTILLAS HOLANDESAS | 38,891 | 36,103 | 171,645 |
| 3 | 9601900000 | DEMÁS MATERIAS ANIMALES PARA TALLAR, TRABAJADAS Y SUS MANUFACTURAS | ALEMANIA OCCIDENTAL ESTADOS UNIDOS | 518,052 | 512,051 | 146,776 |
| 4 | 9602009000 | DEMÁS MATERIAS VEGETALES O MINERALES PARA TALLAR Y SUS MANUFACTURAS | ESTADOS UNIDOS PANAMA ARUBA ITALIA MARTINICA | 2,135 | 1,559 | 62,407 |

CUADRO No.5

SUBSECTOR CESTERIA

El principal producto exportado del subsector Cestería en 1997 fue "Artículos de cestería de materias vegetales obtenidas directamente o en s" y su principal destino y mercado fue Estados Unidos y España.

| ITEM | POSICION | PRODUCTO | DESTINOS | PESO BRUTO | PESO NETO | FOB US\$ |
|------|------------|--|--|------------|-----------|----------|
| 1 | 4602100000 | ARTICULOS DE CESTERIA DE MATERIAS VEGETALES OBTENIDAS DIRECTAMENTE | ESTADOS UNIDOS ITALIA IRLANDA DEL SUR REINO UNIDO JAMAICA... | 8,622 | 5,869 | 56,049 |
| 2 | 4420100000 | TRENZAS Y ARTICULOS SIMILARES DE MATERIAS VEGETALES INCLUIDO ENSAMBLE EN BANDAS | ESTADOS UNIDOS JAPON ESPAÑA | 499 | 365 | 31,409 |
| 3 | 4602900000 | DEMAS ARTICULOS DE CESTERIA DE MATERIAS TRENZABLES | ESPAÑA BOLIVIA ESTADOS UNIDOS FRANCIA CUBA | 360 | 311 | 12,325 |
| 4 | 4601100000 | TRENZAS Y ARTICULOS SIMILARES DE MATERIALES TRENZABLES INCLUIDO ENSAMBLE EN BANDAS | BARBADOS FRANCIA REP. DOMINICANA CANADA ESTADOS UNIDOS | 1,260 | 926 | 6,238 |

CUADRO No. 6

SUBSECTOR BISUTERIA

El principal producto exportado del subsector Bisutería en 1997 fue "Demás Bisutería de metales comunes" y su principal destino fue Estados Unidos, Venezuela y México.

| ITEM | POSICION | PRODUCTO | DESTINO | PESO BRUTO | PESO NETO | FOB US\$ |
|------|------------|------------------------------------|---|------------|-----------|----------|
| 1 | 7117190000 | DEMAS BISUTERIA DE METALES COMUNES | MEXICO ESPAÑA ESTADOS UNIDOS ALEMANIA OCCIDENTAL PERU | 10,793 | 9,473 | 1,285,81 |
| 2 | 7117900000 | DEMAS BISUTERIA | VENEZUELA ESTADOS UNIDOS FRANCIA ESPAÑA ECUADOR | 21,678 | 19,760 | 1,030,63 |

CUADRO No.7

SUBSECTOR OBRAS DE ARTE

El principal producto exportado del subsector Obras de Arte en 1997 fue "Obras originales de estatuaria o escultura de cualquier material de producción comercial" y su principal destino fue Estados Unidos, España y Ecuador.

| ITEM | POSICION | PRODUCTO | DESTINO | PESO BRUTO | PESON NETO | FOB US\$ |
|------|------------|---|------------------------------------|------------|------------|----------|
| 1 | 9703000000 | OBRAS ORIGINALES DE ESTATUARIA O ESCULTURA DE CUALQUIER MATERIAL DE PROD. COMERCIAL | ESTADOS UNIDOS ESPAÑA CANADA | 5,575 | 4,693 | 35,962 |
| 2 | 9702000000 | OBRAS ORIGINALES DE ESTATUARIA O ESCULTURA DE CUALQUIER MATERIAL | ESTADOS UNIDOS ECUADOR | 6,598 | 3,821 | 15,222 |

CUADRO No.8

1.4.4 EXPORTACIONES POR DEPARTAMENTO.

Los departamentos que durante 1997 tuvieron una participación importante dentro de las exportaciones de artesanías a los mercados exteriores fueron en su orden: Cundinamarca - Santa Fé de Bogotá, el segundo departamento de importancia en las exportaciones de productos de este sector, fue Atlántico, y Antioquia, por su parte, tuvo el tercer lugar como departamento más importante dentro de las exportaciones de este sector.

1.4.5 ASPECTOS GENERALES DEL SECTOR

Dadas las características del sector, de sus métodos de producción y de los productos mismos, no existen regulaciones especiales a nivel mundial.

1.4.6 PREFERENCIALES ARANCELARIAS PARA COLOMBIA

Los productos del sector son beneficiados del ATPA, Ley de Preferencias Arancelarias Andinas, ingresando con franquicia arancelaria a ese mercado.

La zona de libre comercio que opera en el marco del Grupo Andino le otorga a los productos del sector una total preferencia ingresando con arancel 0% a Venezuela y Ecuador, mercados de importancia significativa para el sector artesanal.

En el caso de la Unión Europea, Los productos pertenecientes al sector regalos y artesanías, tienen un ingreso de libre de arancel. Esto nos da una clara preferencia en este mercado, incluso ante países beneficiarios de otros programas preferenciales como el SGP (Sistema Generalizado de Preferencias), aplicable a los países en vía de desarrollo. Este tratamiento también es aplicable a Antillas Holandesas.

1.4.7 EXIGENCIAS DE ENTRADA

Los productos estudiados no están sujetos a normas referentes a la calidad del producto, su empaque, etiquetado, entre otros. Sin embargo es importante tener estos aspectos muy presentes, pues por tratarse de bienes suntuarios, el nivel de exigencia del consumidor en los mercados externos es bastante alto. Además de bellos, los objetos deben llamar requisitos de utilidad y funcionalidad, lo cual se logra en gran medida a partir de la organización de la producción para que sea competitiva y sostenida.

2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN COLOMBIA Y EL EXTERIOR

2.1 DISTRIBUCIÓN FÍSICA

El precio del producto al consumidor extranjero lo constituye la suma de los costos de producción, comercialización y distribución, siendo éste último el que representa mayor valor para algunos productos.

La Distribución Física Internacional, es la herramienta que permite conocer las operaciones y costos en que incurre un producto, una vez producido, hasta colocarlo en el sitio señalado por el comprador en condiciones óptimas de calidad, tiempo y precio.

La gestión de Distribución Física involucra el conocimiento y control de un sin número de actividades, muchas de las cuales, deben estar bajo control directo del exportador y otras, como son las deficiencias en infraestructura, normas controles administrativos y de seguridad etc. que escapan a la directa inferencia del empresario, pero que deben conocerse y afrontarse de la mejor manera para minimizar el impacto en los precios de venta internacional.

El transporte interno e internacional, los sistemas de empaque, los manejos y almacenamiento, la seguridad son elementos que tienen una incidencia importante en los precios de venta, y en el aseguramiento de la calidad, por lo que deben ser permanentemente evaluados por el exportador.

2.1.1 DISTRIBUCIÓN FÍSICA EN EL SECTOR DE ARTESANÍAS

La heterogeneidad de las mercancías que conforman el sector artesanías, determina como primera necesidad conocer las características de cada uno de los productos, en aspectos tales como: sitios de producción, materiales, costo del transporte y seguros, relación peso/volumen, entre otros.

Otro de los aspectos importantes a considerar en la distribución física de las artesanías es el sistema de empaque. Un empaque inadecuado, incapaz de proteger el producto, o satisfacer las necesidades del comprador, podrá significar la demora en la penetración del mercado o la pérdida de este.

Otro de los aspectos importantes a considerar en la distribución física de las artesanías es el sistema de empaque. Un empaque inadecuado, incapaz de proteger el producto, o satisfacer las necesidades del comprador, podrá significar la demora en la penetración del mercado o la pérdida de este.

2.1.2 PRINCIPALES DESTINOS Y MODALIDADES DE TRANSPORTE

Para tener una aproximación sobre las diferentes modalidades de transporte que utilizan los productos del sector, los términos de venta en que se consigna la negociación, los volúmenes que se manejan por destino, el valor y los fletes promedios registrados, se ha efectuado un análisis con base en las estadísticas de la Dian, teniendo en cuenta los principales productos de exportación a los mercados más importantes, ellos son:

PRINCIPALES PRODUCTOS, PAISES DE DESTINO, MODALIDAD DE TRANSPORTE Y TERMINOS DE VENTA

| ITEM | POSICION | PRODUCTO | DESTINOS | MODALIDAD | VOLUMEN Kg. Brutos | TERMINO VENTA |
|------|------------|--|--------------------|-----------|-----------------------|------------------|
| 1 | 4601100000 | TRENZAS Y ARTICULOS SIMILARES DE MATERIAL TRENZABLE INCLUIDO ENSAMBLE EN BANDAS | ESTADOS UNIDOS | A | 90 | FOA |
| | | | FRANCIA | M | 192 | FOB |
| | | | FRANCIA | A | 313 | FOA |
| | | | ITALIA | M | 300 | FOB |
| 2 | 4601200000 | ESTERILLAS ESTERAS Y CANIZOS DE MATERIAL VEGETAL | VENEZUELA | T | 901 | FOB |
| 3 | 4601010000 | TRENZAS Y ARTICULOS SIMILARES DE MATERIAL VEGETALES INCLUIDO ENSAMBLE EN BANDAS | ESPAÑA | A | 90 | FOA |
| | | | ESTADOS UNIDOS | A | 15 | FOA |
| | | | REINO UNIDO | M | 35 | FOB |
| | | | VENEZUELA | A | 63 | FOA |
| | | | VENEZUELA | T | 1.700 | FOB |
| 4 | 4601990000 | DEMÁS TRENZAS Y ARTICULOS SIMILARES DE MATERIAL VEGETAL OBTENIDOS DIRECTAMENTE O EN S. | VENEZUELA | T | 501 | FOB |
| 5 | 4602100000 | ARTICULOS DE CESTERIA DE MATERIAS VEGETALES OBTENIDAS DIRECTAMENTE O EN S. | ANTILLAS HOLANDESA | A | 157 | CF |
| | | | ECUADOR | A | 247 | FOA |
| | | | ESPAÑA | M | 105 | FOB |
| | | | ESPAÑA | A | 732 | FOB |
| | | | ESTADOS UNIDOS | M | 510 | CF |
| | | | ESTADOS UNIDOS | A | 2.103 | FOA |
| | | | FRANCIA | A | 21 | FOA |
| | | | ITALIA | A | 101 | FOA |
| | | | REINO UNIDO | M | 107 | FOB |
| | | | REINO UNIDO | A | 1.422 | FOA |
| | | | VENEZUELA | A | 73 | FOA |
| | | | VENEZUELA | T | 10.440 | FOB |
| 6 | 4602900000 | DEMÁS ARTICULOS DE CESTERIA DE MATERIAL TRENZABLES (INCLUIDO MANUFACTURA DE LUF A) | ESTADOS UNIDOS | A | 192 | FOA |
| | | | FRANCIA | A | 90 | FOA |
| | | | ITALIA | A | 2 | FOA |
| | | | ITALIA | M | 2.648 | CF |
| | | | PANAMA | A | 4 | FOA |
| | | | VENEZUELA | T | 10.700 | FOB |
| | | SUBTOTAL | | | 44.246 | |
| 1 | 6913100000 | ESTATUILLAS Y DEMÁS | ESTADOS UNIDOS | M | 120 | FOB |
| | | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---------------------|--|--|--|--|--|
| | | OBJETOS DE ADORNO DE PORCELANA | ESTADOS UNIDOS VENEZUELA | A T | 410 62 | ECA FOB |
| 2 | 4420100000 | ESTATUILLAS Y DEMAS OBJETOS DE ADORNO DE MADERA | ANTILLAS HOLANDESA ECUADOR ESPAÑA ESTADOS UNIDOS FRANCIA ITALIA PANAMA REINO UNIDO VENEZUELA VENEZUELA | A A A A A A A M A T | 610 701 274 2.540 70 39 122 12 3 522 | ECA ECA ECA ECA ECA ECA ECA FOB FOB CF |
| 3 | 9602000000 | DEMÁS MATERIAS VEGETALES O MINERALES PARA TALLAR, SUS MANUFACTURAS | ANTILLAS HOLANDESA ECUADOR ESTADOS UNIDOS ESTADOS UNIDOS FRANCIA HONG KONG PANAMA REINO UNIDO VENEZUELA VENEZUELA | A A M A M M A M A T | 34 203 10 2.290 2 17.622 2 10 52 102 | CF ECA FOB ECA FOB FOB ECA ECA ECA FOB |
| 4 | 6919900000 | DEMÁS ESTATUILLAS Y DEMÁS OBJETOS DE ADORNO DE CERAMICA NO PORCELANA | ANTILLAS HOLANDESA ECUADOR ECUADOR ESPAÑA ESPAÑA ESTADOS UNIDOS ESTADOS UNIDOS FRANCIA FRANCIA ITALIA ITALIA PANAMA REINO UNIDO REINO UNIDO VENEZUELA VENEZUELA | A T M M A M A A A M A A M A A T | 7.000 101 441 1.003 4.701 16.110 22.172 707 7.054 2.850 2.830 2.201 2.221 7.211 620 173.212 | CF CF CF FOB ECA CF CF FOB ECA ECA FOB ECA CF ECA ECA FOB |
| 5 | 9601000000 | MARFIL TRABAJADO Y SUS MANUFACTURAS | PANAMA | A | 44 | ECA |
| 6 | 9601900000 | DEMÁS MATERIALES ANIMALES PARA TALLAR, TRABAJADAS Y SUS MANUFACTURAS | ESTADOS UNIDOS ITALIA PANAMA | M A A | 3.522 1.550 2 | FOB ECA ECA |
| | | | SUBTOTAL | | 202.277 | |
| | SUBSECTOR BISUTERIA | | | | | |
| 1 | 7117100000 | BISUTERIA DE METALES COMUNES CEMFLOS Y SIMILARES | PANAMA ECUADOR ESTADOS UNIDOS ESTADOS UNIDOS | A A M A | 15 7 25 216 | CF ECA FOB CF |
| 2 | 7117190000 | DEMÁS BISUTERIA DE METALES COMUNES | PANAMA ECUADOR VENEZUELA VENEZUELA ESTADOS UNIDOS ESTADOS UNIDOS PERU | A A A T M A A | 454 24 250 505 7 451 302 | ECA ECA ECA DAF ECA CF CF |
| 3 | 7117900000 | DEMÁS BISUTERIA | PANAMA ECUADOR VENEZUELA VENEZUELA ESTADOS UNIDOS PERU | A A A T A A | 1.071 290 241 12.174 1.500 1.614 | CF CF ECA DAF CF ECA |
| | | | SUBTOTAL | | 20.411 | |
| | SUBSECTOR ARTE | | | | | |

| | | | | | | |
|---|------------|---|-----------------------------|--------|-----------|------------|
| 1 | 9701100000 | CUADROS, PINTURAS Y DIBUJOS | ESTADOS UNIDOS | A | 115 | FCA |
| 2 | 9701900000 | DEMÁS CUADROS, PINTURAS Y DIBUJOS | ESPAÑA VENEZUELA | A T | 97 126 | FCA FOB |
| 3 | 9702000000 | GRABADOS, ESTAMPADO Y LITOGRAFÍAS ORIGINALES | ESTADOS UNIDOS VENEZUELA | A T | 124 89 | FCA FOB |
| 4 | 9703000000 | OBRA ORIGINAL DE ESTATUARIA O ESCULTURA DE CUALQUIER MATERIAL | VENEZUELA | A | 320 | FCA |
| | | SUBTOTAL | | | 311 | |
| | | TOTAL | | | 368.742 | |

CUADRO No.9

La exportación de productos seleccionados fue de 368.742 Kg de los cuales el 57.83% se realizó por vía terrestre (T), en razón de las exportaciones con destino a Venezuela, el 26% por vía aérea (A) y el 6% por vía marítima (M).

| | AEREO | MARITIMO | TERRESTRE |
|-----------|--------|----------|-----------|
| CESTERIA | 14.234 | 7.772 | 31.681 |
| ADORNOS | 76.406 | 52.715 | 174.156 |
| BISUTERIA | 7.700 | 32 | 12.679 |
| ARTE | 596 | | 212 |
| TOTAL | 98.936 | 60.519 | 218.728 |

CUADRO No.10

De acuerdo con los análisis el transporte aéreo se utiliza para productos de alto valor, o los que corresponden a bajo volumen por embarque, es el caso de la bisutería, y el de los productos de cerámica.

2.1.3 TERMINOS DE VENTA

De acuerdo de la Dian, basada en la información consignada en el DEX, se puede establecer para cada producto el término de venta, por cuánto en estos registros se procesa el valor de los fletes, induciendo en estos casos a estimar que cuando allí se consigna el flete, la exportación se realiza, mínimo en términos de C&F (Cotización Internacional, que incluye: seguro, flete y costo de los productos).

Se observa en términos generales, que los exportadores, prefieren vender, en condiciones que no involucren el pago de flete por su cuenta, dejando en manos del comprador ésta acción. En promedio el 66.5% de las exportaciones se realiza en términos FOB (Free on board, Puesto a bordo de la nave: hasta ese momento llega la responsabilidad del exportador) FCA (Franco al transportista, puesto en fábrica, se conviene un punto de entrega) o DAF (Delivery at Frontier, señalando el lugar de la frontera).

Para los productos clasificados como cestería, solamente se reportan exportaciones CIF para Antillas Holandesas e Italia. Para los adornos y bisutería, con destino a los Estados Unidos, el 92% y 98% de las exportaciones se efectúa en términos C&F.

Ecuador y Panamá son países hacia los cuales se observan ventas con fletes incluidos, es Ecuador, especialmente para la bisutería.

Una consideración importante a este respecto es, siempre que se pueda, se debe exportar C&F y no FOB, por cuanto vale la pena generar KNOW HOW (reconocimiento a través de un producto o imagen a nivel internacional) en los fletes, que constituye una parte importante del valor del producto exportado y por ende, una fuente potencial de contribución marginal para la empresa. En las ventas FOB, los compradores podrán adecuar las fechas de embarque a sus propias necesidades, en perjuicio del exportador, por cuanto desconocen las condiciones de transporte que se presentan en el país proveedor.

2.1.4 CARACTERISTICAS DEL SECTOR PARA DISTRIBUCION FISICA

Para lograr una planeación adecuada es necesario conocer aquellas características de los productos que van a incidir en la Distribución Física y por tanto en los costos de exportación. De los 4 sectores analizados se puede llegar a la siguiente aproximación:

| | |
|---|--|
| <p>CESTERIA</p> <p>ADORNOS (CERAMICA-TEXTILES-FIBRAS NATU.)</p> | <p>BAJO VALOR</p> <p>ALTA RELACION PESO VOLUMEN</p> <p>DISPERSION SITIOS DE PRODUCCION</p> <p>DIVERSAS TECNICAS DE EMPAQUE</p> |
|---|--|

CUADRO No.11

Dentro de los principales problemas detectados para la exportación de productos artesanales se encuentran:

- Reclamaciones por deficiente empaque
- Inadecuado manejo en el transporte y puntos de transferencia
- Controles aduaneros y de narcóticos
- Elevados costos de transporte (generados por deficiente empaque y estiba del contenedor)
- Inadecuada selección del transportador y/o agentes
- Desconocimiento de las condiciones de entrada en el país de destino

2.1.5 TRANSPORTE INTERNACIONAL

El mercado, el destino y el producto, determinaran la modalidad de transporte que se ha de utilizar. Se observa que los productos del sector utilizan todas las modalidades de transporte.

Considerando la ubicación de los principales mercados para los productos y la modalidad de transporte más utilizada, se referirá primero al transporte terrestre internacional.

- **TRANSPORTE TERRESTRE**

Los servicios de transporte terrestre para Ecuador y Venezuela, se enmarcan dentro de las disposiciones emanadas de la Junta del Acuerdo en Cartagena. Decisiones 257, 358 y 331.

Si el acuerdo con el comprador andino establece que la venta se realiza C&F; el exportador deberá contratar el servicio con empresas de transporte autorizado. En la actualidad existen 71 empresas habilitadas por el Ministerio de Transporte para el servicio terrestre Internacional de carga. Sin embargo no todas presentan las condiciones y calidad de servicio que se requiere para efectuar este transporte.

Las mayorías de las exportaciones que se realizan al Ecuador, aún se tiene que sujetar a transbordo en frontera, no obstante ahora, algunas empresas han logrado implementar, el transbordo mediante el cambio de cabezote. Para Venezuela, ha sido superada esta modalidad en especial, para los despachos que se realizan por Paraguachon.

Una dificultad generalizada en el transporte andino, es la poca opción que tienen los exportadores de pequeños volúmenes de carga, por cuanto para la mayoría de los transportadores autorizados no resulta atractivo embarques inferiores a la capacidad de un camión. Para superar esta situación, han surgido algunas empresas consolidadoras de transporte terrestre que programan despachos con frecuencias preestablecidas.

Las tarifas para transporte terrestre, se enmarcan más dentro del mercado de libre competencia, por lo tanto cada transportador ofrece los fletes de su mejor conveniencia.

- **TRANSPORTE AEREO**

Por lo general las tarifas de transporte aéreo, se basan en el volumen del producto, la distancia recorrida y las cargas de compensación que se generen en una ruta determinada, hoy en día dada la competencia de servicios, se presenta un nuevo ingrediente para la fijación de las tarifas, el del poder de negociación del dueño de la carga.

Las tarifas de transporte aéreo de las exportaciones de productos considerados como artesanías tienen un tratamiento preferencial, para la mayoría de los tráficos se considera el producto como "commodity".

Los denominados commodities, son fijados bien por el organismo gubernamental, por la IATA o por las aerolíneas.

Las artesanías se pueden embarcar bajo el Commodity No. 9516 para algunos tráficos, para otros. La tarifa corresponde a las de carga general, como es el caso de Venezuela, Ecuador y Panamá.

El commodity es aplicable en la mayoría de los casos para embarques superiores a 300 kg. La diferencia entre la tarifa commodity y la general puede llegar a ser hasta el 300 %, por esto es importante, que antes de concretar cualquier tipo de negociación, se verifique la tarifa commodity, a fin de establecer en lo posible la negociación, teniendo en cuenta embarques mínimos.

A este respecto cabe señalar, que no todos los productos del sector se pueden describir para su transporte como artesanía, en el caso de la bisutería, y las obras de arte, las tarifas de transporte aéreo podrían llegar a clasificarse como productos de valor, circunstancia que determinara recargos y condiciones especiales para el transporte.

Un aspecto importante a considerar para el transporte aéreo de artesanías en especial para aquellas que cuentan con una relación peso/volumen elevada, es el que para esta modalidad de transporte se admite una relación de 1 a 6, es decir que por una tonelada, se aceptan hasta 6 metros cúbicos, en tanto que para el transporte marítimo, por lo general la relación aceptada es de 1 a 1.

Adicionales a la tarifa de transporte, los embarques por vía aérea están sujetos a cargos adicionales en Colombia. Estos cargos se denominan Due Agent (gastos de agente) y Due Carrier (gastos de transportador), su valor depende muchas veces de la aerolínea y de las condiciones que se pacten con los agentes de carga.

Los servicios de transporte aéreo, para los Estados Unidos, Panamá, Países de la Unión Europea, Venezuela y Ecuador, puede considerarse que no existen dificultades en lograr el cupo para la exportación por cuanto cuentan con frecuencias y capacidad dada en vuelos cargueros, Sin embargo en la denominada alta temporada, deberán planificarse los embarques con la adecuada anticipación, por cuanto se dará prioridad a productos de mayor perecibilidad y flete como las flores.

- TRANSPORTE MARITIMO

De acuerdo con los análisis efectuados, actualmente se efectúan exportaciones de artesanías por vía marítima a Estados Unidos, Hong Kong, España, Reino Unido e Italia.

La creciente tendencia de a la containerización, ha ido reduciendo las opciones de transporte marítimo para embarques pequeños. Son pocas las rutas hacia las cuales las líneas navieras presentan opciones de carga suelta, o bien, si las ofrecen, se sujetan a que estas logren copar la capacidad de un contenedor, lo cual implica muchas veces demora en los embarques.

No obstante lo anterior, debe señalarse que como consecuencia de la desregulación de transporte marítimo, y del mejoramiento sustancial de los puertos, se ha generado mayor eficiencia, traduciéndose esto en mayores frecuencias, mejores servicios y menores costos, en algunos tráficos, lo que ha permitido que esta modalidad de transporte, minimice un poco las ventajas que en frecuencias y tiempos de tránsito ofrece el avión.

A pesar de que existen unos rangos promedios en el nivel de fletes para cada ruta, al igual que sucede con el transporte aéreo, las tarifas de transporte marítimo hoy son producto de negociación entre usuario-transportador.

Aspecto importante que se debe considerar para cuantificar el costo del transporte marítimo, es el determinar el factor de estiba. Este va ligado directamente al empaque que se utilice. Para las artesanías dada la diversidad de materiales, no se puede establecer con precisión el factor de estiba, por ejemplo, para las figuras en madera, bronce la relación peso/volumen podría llegar hasta 3, en tanto que para productos de cestería, cerámica esta relación podría llegar hasta 10.

2.1.6 SEGUROS DE TRANSPORTE

Dentro de los costos de Distribución Física, el seguro de transporte es un elemento que se debe considerar, si bien del contrato de transporte se desprende la responsabilidad del transportador por la pérdida o daño de la mercancía, se recomienda que el exportador tome la póliza con una compañía de seguros, asegurando los riesgos inherentes a las eventualidades que se pueden presentar en la ruta, modalidad de transporte, y a las susceptibilidades del producto.

La liberación del mercado de seguros, determina que las primas se filen de acuerdo entre las partes, basadas en diferentes circunstancias.

El valor de las primas de seguros, también es un costo susceptible de negociarse.

2.1.7 SISTEMAS DE APOYO EN TRANSPORTE POR PARTE DE PROEXPORT COLOMBIA

Proexport-Colombia mantiene el mecanismo de compensación al transporte, para países hacia los cuales no exista un transporte directo regular e idóneo. Para los mercados seleccionados en el presente análisis no se cumplen estas condiciones, sin embargo vale la pena mencionar que mercados potenciales como pueden ser Arabia Saudita, Sud Africa, Australia, El Salvador, Honduras, puntos del Caribe y otros países no cuenten con servicios directos o idóneos desde Colombia, son susceptibles de beneficio.

La compensación se otorga a los exportadores colombianos, por un periodo de cinco años. El monto por los primeros años, equivale al 26% del flete total, y por los dos años restantes el 13%.

Dentro de las condiciones para otorgar el beneficio se encuentran: que las ventas como mínimo se realicen en términos C&F; que el transporte se realice con empresas autorizadas por Proexport; se traslade al comprador la compensación disminuyendo el flete; las tarifas autorizadas por Proexport.

Las normas que rigen el mecanismo de compensación, se encuentran estipuladas, en las Resoluciones No. 03 y 04 de 1993 y en las circulares externas No. 02 de 1993 y No. 9075 de 1994.

Las exportaciones de artesanías con destino a Australia, se han beneficiado del incentivo de Proexport, durante 1994, para este país se registraron exportaciones con mecanismo por valor de US\$ 90.000 compensándose para minimizar el impacto del flete US\$ 5.000.00.

2.2 CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE LOS SISTEMAS DE EMPAQUE Y DE EMBALAJE PARA PRODUCTOS DE EXPORTACION

2.2.1 GENERALIDADES

Todo SISTEMA DE EMPAQUE tiene como OBJETIVO unico, LOGRAR QUE EL PRODUCTO LLEGUE HASTA EL CONSUMIDOR FINAL EN ÓPTIMAS CONDICIONES, es decir como si este se acabara de producir, cosechar o capturar.

Para ello, el sistema de empaque debe desarrollar mínimo tres funciones básicas, como son:

FUNCIÓN DE PROTECCIÓN, que indica favorecer al producto de toda clase de riesgos como la disminución o ganancia de volumen, cambio o pérdida de color o transparencia, variación de su densidad, hidratación o deshidratación no deseadas, pérdida de peso debido a disminución de humedad, deterioro de su textura y presentación.

De igual manera el producto debe protegerse de la compresión, tracción, de fuerzas axiales, de la vibración, de golpes, de fricción, que entre otros efectos pueden generar roturas, ralladuras sumideros o fisuras, no solo en si mismos, sino que sise presentan en el empaque, también puede conducir a su rechazo, por parte del comprador.

Las reacciones químicas no programadas, como ganancia o pérdidas de sabor u olor, de pigmentaciones, positivas o negativas, la contaminación con microorganismos, oxidaciones.

Los efectos eléctricos o electrónicos debidos a exposiciones a la energía eléctrica o las radiaciones, a la electrostática, corrientes de fuga, a manera de ejemplo.

Los riesgos por efecto de la tecnología de producción, del proceso de empaçado, del proceso de manipulación, del sistema requerido de almacenamiento, en fin, en cualquier momento pueden ocurrir.

La exposición comercial, por la exhibición en los puntos e venta, la pérdida de productos, el deterioro causado por la manipulación de los clientes, la adulteración de los contenidos y su calidad, el plagio, el ataque de la competencia, entre otros factores.

Cuando un sistema adecuado de empaque logra proteger efectivamente al producto de los anteriores riesgos, está de similar forma, protegiendo al consumidor, quien ha pagado para recibir la cantidad justa, en las condiciones ideales, en el momento preciso, la calidad exceptuada. Está protegiendo la integridad física y sociológica del cliente, la economía y su tiempo.

El mismo productor o exportador, estará siendo protegido, toda vez que, podrá llegar con el producto en las condiciones prometidas al cliente, vendiendo la totalidad del producto despachado ya que no tendrá reclamaciones, no gastará tiempo ni dinero en reposiciones, permitiéndole una excelente imagen ante su cliente y obteniendo un mejor posicionamiento en el mercado de destino.

Lo anterior le llevará a lograr más clientes, mayor respeto ante sus competidores y por consiguiente una mayor rentabilidad de su operación empresarial.

Los adecuados sistemas de empaque le permitirán a los transportistas, un ahorro considerable en la utilización de equipos, ya que podrá ejecutar las labores de cargue y descargue con mayor rendimiento, sus equipos no estarán expuestos a eventualidades y entonces podrá manejar con mayor seguridad, obteniendo óptima eficiencia y mejores utilidades.

Las compañías aseguradoras, evitarán pagos por siniestros reclamados por sus asegurados, podrán ofrecerles mejores beneficios y obtener mas clientes y mejor rentabilidad empresarial.

El Estado obtendrá mayor entrada por impuestos directos e indirectos generados por el mayor volumen de transacciones industriales y comerciales, logrará un mayor y mejor nivel y calidad de vida de sus conciudadanos.

La **FUNCIÓN COMERCIAL** que desarrollan los sistemas de empaque, tiene como fin facilitar la exhibición del producto, de tal manera que estimule la sensibilidad directa y subliminalmente en el consumidor, logrando que sus características y beneficios lleven al comprador a tomar su decisión a favor de nuestro producto, en fracción de segundos.

Debemos recordar que cliente no convencido rápidamente, será cliente entregado a la competencia.

El sistema de empaque debe activar la tarea de promoción, que se presenta cada vez mas deshumanizada debido al incremento de ventas por metodología del autoservicio en las hipercasas o hipermercados, en donde el empaque toma puesto del impulsador del producto y se convierte en el llamado **VENDEDOR SILENCIOSO**, pues será el encargado de presentar las características del producto, resaltando los satisfactores ofrecidos y sus ventajas sobre la competencia, para lograr finalizar la cadena de nuestro trabajo con la **VENTA**.

La tecnología y la calidad del sistema de empaque pueden indicar a un cliente la capacidad tecnológica y calidad con que fue elaborado el producto ofrecido.

FUNCIÓN SOCIAL (Humana y Medio Ambiente). Es conveniente aunque sea de breve manera, hacer mención de la participación de la calidad de vida en una sociedad, de su desarrollo económico.

De forma similar su participación en la protección al Medio Ambiente es indudable, pues de la óptima utilización de sus materiales, de un proceso responsable, del uso correcto de los empaques y de un post-uso correctamente planificado, dependerá en gran parte la conservación de la naturaleza, de tal manera que la utilización de los recursos naturales que se haga hoy en día, no comprometa la utilización que tienen derecho los habitantes del mañana, es decir **Desarrollo Sostenible**.

2.2.1 PARAMETROS PARA OBTENCIÓN DE UN ADECUADO SISTEMA DE EMPAQUE Y EMBALAJE PARA COMERCIO INTERNACIONAL

Un productor o exportador, debe ante todo tener en consideración este procedimiento destinado a obtener los más adecuados sistemas de empaque y embalaje, que dependiendo de su capacidad económica y deseo de hacer las cosas con calidad integral, dependerá la profundidad del trabajo y seguramente será la garantía del éxito en su gestión exportadora.

La experiencia capitalizada por otros colegas exportadores que han logrado un excelente posicionamiento, sin dejar de analizar a aquellos que también han encontrado fracasos, y por ello es necesario tener en cuenta los siguientes pasos:

A. CONOZCA MUY BIEN EL PRODUCTO QUE USTED MANEJA; es importante analizar todos y cada uno de los riesgos que pueden sufrir las características de los productos del sector, como su volumen debido a la compresión por otros productos u otras cargas que puedan en un momento colocarse encima, en el almacenamiento, en su manipulación o durante el transporte.

El diseño y las dimensiones de los productos nos iniciarán la modulación de los sistemas de empaque y por consiguiente los materiales y el diseño estructural más recomendados para cada uno de ellos, situación que ya hemos analizado para este sector específicamente.

Es conveniente realizar un análisis DOFA, en donde se puede conocer perfectamente las FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES del producto que el empaque pueda resaltar competitivamente y conocer las DEBILIDADES Y AMENAZAS que estratégicamente deban manejarse a través de su presentación.

B. ANALICE PERFECTAMENTE EL MERCADO DE DESTINO; el mercado es una relación entre personas, queremos decir que, el mercado son personas y entre cada una existen diferencias bien marcadas en sus hábitos de compra, de uso, de pensamiento de costumbres culturales, de poder adquisitivo, de composición familiar, de responsabilidad ante el medio ambiente.

La organización social del Estado es por lo general diferente entre un país y otro, entre los mismos estados o departamentos que les lleva a tener Normas técnicas y de comportamiento variados, legislando de maneras distintas ante los mismos problemas y con planificaciones futuras que nos generan actitudes en nuestra forma de penetrar esos mercados y para poder posicionarnos en ellos quizás algunas veces desplazando otros proveedores que ya se encontraban establecidos.

La anterior situación nos lleva a considerar la manera de presentar nos productos, a como podremos convencer a esos compradores finales, intermedios e importadores.

Que sistemas de empaque o de embalaje prefieren?, Qué tamaños o pesos desean o pueden manipular?, Qué materiales son deseados o permiten sus leyes que se comercialicen, o qué reglamentaciones presentan en su post-uso?, Qué compromisos adquiriremos con nuestros empaques?, **CÓMO PODREMOS SATISFACERLOS TOTALMENTE?**

Si analizamos los sistemas de empaque que presenta la competencia, seguramente podremos llegar con productos preferiblemente mejor empacados o por lo menos en condiciones similares, pero nunca en inferioridad de situación.

Podremos tener diseños de empaque o de embalaje que agraden más o incomoden menos al comprador, que cumplan a cabalidad con sus requerimientos. Nuestra inversión en estos sistemas puede llegar a ser inferiores, lo que de pronto nos permitirá ofrecer mejores precios a nuestros clientes.

Es de suma importancia investigar las Normas técnicas exigidas y la legislación vigente, para los sistemas de empaque y/o embalajes y su condición para el reciclaje respectivo.

También es importante conocer las rutas de acceso geográfico, estrategia que nos llevará a determinar las mejores estructuras en los sistemas de embalaje y por consiguiente en la inversión necesaria, haciéndola más eficiente.

C. ESTUDIO DE LOS MATERIALES QUE SEAN POSIBLES DE UTILIZAR; en referencia a disponibilidad y tecnología de proceso requerida, costos, permisibilidad en el mercado de destino de acuerdo a la legislación ecológica existente.

En nuestro caso son relevantes las características que deben tener los materiales de presentación, de barrera de envolver, los materiales de acondicionamiento y las estructuras de los empaques.

Los demás materiales de embalaje y/o acondicionamiento deben corresponder a materiales que se pueden reciclar fácilmente y que en los sistemas de exportación se permita su fácil identificación para el proceso de retorno y reciclaje.

DIMENSIONES Y CONTENIDOS

De acuerdo con la Organización Internacional de Estandarización (ISO), existen 2 Normas técnicas que son recomendables de cumplir, especialmente para los mercados de Europa, Canadá, Reino Unido, Centro y Sudamérica. Para el caso de Estados Unidos de Norteamérica, esta Norma se empieza a cumplir de acuerdo con los convenios suscritos con las Normas ISO, pero que lentamente se están empezando a exigir por homologación internacional; y 1 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Norma ISO 3394, referente a las dimensiones de las cajas master, de los pallets o plataformas y de las cargas paletizadas. Cabe anotar que en un principio esta Norma fue expedida únicamente para los empaques y embalajes destinados a los productos hortofrutícolas frescos, pero a partir del año /96 ha sido "RECOMENDADA" para toda clase de productos.

Las dimensiones de las bases de las cajas deben corresponder a un módulo de 60 x 40 cm de MEDIDA EXTERNA. La altura debe acondicionarse a las dimensiones de los productos comercializados. Este módulo puede multiplicarse y/o subdividirse y por consiguiente obtener otras dimensiones (múltiplos) que se adapten a cualquier necesidad.

Las medidas de las cajas individuales de los productos exportados deben acondicionarse internamente al módulo estipulado y siempre es posible encontrar la medida que permita este trabajo. Es bueno recordar que otros países oferentes de los mismos productos lo han podido cumplir.

Los pallets necesarios para la unitarización de la carga según la Norma 3394 deben corresponder de acuerdo al modal de transporte seleccionado, así:

Para vía aérea....120 x 80 cm

Para vía marítima 120 x 100 cm

En el caso de perfiles o elementos de dimensiones mayores, se puede utilizar múltiplos de estas medidas tratando de optimizar el espacio del contenedor utilizado.

MATERIALES DE EMBALAJE / UNITARIZACIÓN / PALETIZACIÓN

Pallets o plataformas elaboradas en madera, atendiendo el reglamento de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para la utilización de estos materiales, con diseño según Norma ISO 3394. Actualmente se consiguen en el mercado nacional, pallets elaborados en cartón corrugado que se pueden utilizar para productos de alto volumen y bajo peso. De igual manera se encuentran pallets en material plástico.

El proceso de arrumado de las cajas debe hacerse en forma de columna para aprovechar al máximo su resistencia estructural que se presenta en las esquinas y evitarán cargas de compresión que bien podrían deteriorar el diseño de los productos o su aspecto general.

Envoltura del paquete, unitarizado mediante el empleo de una malla plástica o de películas "stretch" en Polipropileno (pp) o Polietileno (PE).

Esquineros, convenientes para proteger las esquinas de las cajas en la paletización. Estos deben ser en cartón o en madera muy liviana. Están destinados a recibir los zunchos de amarre.

Amarre, realizado con zunchos plásticos en Polipropileno (PP) en lo posible de forma horizontal y vertical de tal manera que la carga unitarizada quede segura en todo aspecto, para su distribución física internacional, como una sola caja. Aquí vale de igual manera la misma recomendación realizada para el caso de las cintas de selle de las cajas master, que los zunchos podrían llevar estampado el nombre de COLOMBIA como medio de identidad del país de origen.

Rotulado, que debe hacerse con tinta indeleble, es decir resistente al agua, preferiblemente sobre un material ajeno al empleado para la envoltura del pallet, también protegido de la humedad y de otros posibles accidentes.

Este rotulado debe contener una información en idioma español y en el idioma del país de destino, que como mínimo debe decir lo siguiente:

-DEL PRODUCTOR O EXPORTADOR: Nombre, dirección, teléfono, fax, ciudad y país de origen, como HECHO EN COLOMBIA.

-DEL PRODUCTO: Referencia, cantidad, colores, número del documento de exportación. (Opcional).

-DEL IMPORTADOR: Nombre, dirección, Teléfono, fax.

RECOMENDACION ESPECIAL: La Norma técnica suministra esta modulación de los pallets, bajo la premisa de que los contenedores para vía marítima vienen estandarizados a 610 x 240 cm y de ahí hacia atrás desarrolla las dimensiones de los pallets y de los módulos base. Sin embargo en la práctica encontramos que estos contenedores vienen aproximadamente en medidas de 590 de largo (el de 20 pies) o de 11.90 de largo (el de 40 pies) x 235 cm de ancho, por consiguiente se debe ajustar toda la modulación de los pallets y de los módulos base a estas dimensiones, considerando las tolerancias necesarias para la manipulación de la carga paletizada.

Norma ISO 7000, corresponde a los iconos o símbolos que indican las condiciones de manipulación a la que pueden ser sometidos mis productos, deben ir impresos en las 4 caras laterales de las cajas master, en el lado superior izquierdo. Hay que tener en cuenta que para la ubicación de estos símbolos existen algunas pocas excepciones.

Es recomendable utilizar estos iconos, que por ser símbolos técnicos no deben sufrir modificaciones, como tampoco sustituirlos por textos. Si se desea colocar textos, estos deben ir como complementarios y además en el idioma del país de destino preferiblemente.

Para los productos seleccionados se recomiendan los siguientes iconos:

POSICIÓN DE LAS CAJAS



(este lado arriba)

TEMPERATURA DE ALMACENAMIENTO

(rango de temperatura)

Reglamento de la Organización Internacional del Trabajo O.I.T. por razones ergonómicas, ha estipulado que ninguna carga que requiera manipularse por fuerza humana en algún momento de su Distribución Física Internacional, podrá pesar en bruto más de 25 Kg

Legislación Ecológica: La renaciente preocupación de las sociedades actuales por la conservación de los recursos naturales ha despertado una serie de legislaciones que conlleva a tomar consciencia sobre la importancia de racionalizar y optimizar el uso de los materiales en su ciclo de vida, asunto que incumbe de manera directa a los sistemas de empaque y embalaje.

Reglamento Alemán: Alemania ha sido quizás el primer país en elaborar reglamento especial para tratar de solucionar el problema de los materiales utilizados en empaques y embalajes, que rápidamente fue adoptado por casi la totalidad de los países miembros de la Unión Europea, a manera de ejemplo.

Este reglamento determina tres objetivos:

1. Se debe minimizar la cantidad de materiales y la variedad de especies empleadas en cada sistema de empaque y embalaje.
2. Se debe procurar diseñar empaques que puedan reutilizarse o retornarse. Llamados "empaques inteligentes".
3. Desde su diseño debe planificarse y garantizarse el reciclaje de los sistemas de empaque y embalaje de tal forma que su proceso consuma el mínimo de energía y evite el menor riesgo ecológico.

Reglamento de la organización de las Naciones Unidas, para la utilización de las maderas provenientes de los países en vía de desarrollo: Este reglamento debe cumplirse para distribuir nuestros productos a cualquier país de destino, cuando se empleen los pallets, esquineros, cajas en madera.

1. Solamente se permite el uso de maderas industriales o especies renovables, como pinos o eucaliptos. No se permite el empleo de especies nativas.
2. La humedad debe ser inferior al 12%.
3. La densidad debe superar los 450 Kg por metro cúbico.
4. Debe estar totalmente libre de todo tipo de micro-organismo, hongos o insectos.
5. La dirección del corte con relación al sentido de la fibra no debe desviarse más de 10 grados. Debe estar exenta de cualquier clase de pigmentación o de olores que puedan contaminar al producto contenido o a cualquiera otro que se manipule, almacene o transporte simultáneamente.

2.2.3 SISTEMAS DE EMPAQUE Y EMBALAJE PARA EL SECTOR DE ARTESANIAS

Todo sistema de empaque y embalaje tiene como único objetivo, lograr que el producto llegue en óptimas condiciones al consumidor final como si se acabará de producir.

Los productores de artesanías, consideradas estas como artículos hechos a mano o utensilios diarios hechos por tradicionales métodos, debe tener en cuenta que sus empaques deben ser diseñados para ser distribuidos por sistemas modernos de transporte, manipulación y almacenamiento. De igual manera, que estas artesanías deben ser presentadas en las condiciones exigidas por los mercados de destino.

Las verdaderas artesanías son piezas únicas y que el más mínimo deterioro que se pueda presentar en sus características físicas o mecánicas produce el rechazo total en cualquier mercado internacional.

Cualquiera que sea su sistema de envase determinado, debe estar de acuerdo con las características del producto contenido, del mercado al cual esté destinado, de los intereses de la empresa, como por ejemplo:

- Deben suministrar absoluta protección físico-mecánica.
- Deben proveer una visibilidad, que motive al comprador para su adquisición.
- Deben ayudar en el control de inventarios durante la manipulación, el almacenamiento, el transporte y la exhibición.
- Deben proteger al producto de contaminación por la exposición al medio ambiente.
- Los materiales de envase y embalaje deben almacenarse en condiciones de higiene y protección ambiental.
- Deben proveer una codificación (código de barras) y la información mínima en su rotulado. Se recomienda consultar esta normalización, en el punto 2.2.2.

Los mercados de Europa, Norteamérica, el Caribe y Sudamérica están siendo atendidos en estos productos originados en muchos países del mundo que los presentan en perfectas condiciones de empaque con sistemas que los hacen bastante atractivos, de tal manera que los nuestros no deben ofrecerse en condiciones inferiores.

Algunas ventajas del empaque individual y bien presentado de las artesanías se pueden enumerar como:

- *Aumenta la conservación y el mantenimiento de la calidad en el producto.*
- *Mejora el aspecto comercial evitando el contacto con el aire, con la suciedad y con los consumidores.*
- *Disminuye las pérdidas por deterioro, por daños ocasionados en la manipulación o por hurto.*
- *Impulsa la compra por la atractividad e información del empaque.*
- *Permite la exhibición de la marca propia, el posicionamiento del producto, de la empresa y del país de origen.*

Existen algunos factores que merecen ser especialmente analizados para estos productos como son sus modos de manipulación en los diferentes puntos de transferencia comercial, a saber:

- *Estos productos requieren en la mayoría de veces, un manejo manual por lo que conviene facilitar los diseños con asas o huecos que permitan un buen agarre.*
- *Cuando se determine su manipulación por medios mecánicos o automáticos, sus sistemas de empaque deben estar provistos de estibas que permitan la entrada de los sujetadores o uñas sin deterioro del producto o de sus mismos empaques.*
- *Conviene dar algún estímulo y capacitación a aquellas personas que entran en la manipulación de estos productos a fin de disminuir su deterioro.*
- *Cuando se trate de unidades pequeñas, no diseñar sistemas de embalaje para capacidades mayores de 25 Kg (Ver reglamento).*

El empaque de la mayoría de los productos considerados como artesanías deben además tener en consideración los siguientes aspectos:

- *La fragilidad de la artesanía.*
- *Los requerimientos legales del país de destino.*
- *La organización de su distribución física.*
- *La rotación comercial en el punto de venta.*
- *La limitación de espacio para almacenamiento, exhibición y venta.*
- *Precio de venta en su mercado de destino, costos y financiamiento.*
- *Presentación exigida por el comprador.*
- *Sistemas y diseños de la competencia.*
- *Reutilización y reciclajes permitidos.*

Una de estas condiciones puede estar en la implantación del código de barras, para estos productos de acuerdo con las normas y tecnologías para el control de inventarios en el mercado de destino.

Condiciones técnicas en cuanto a materiales y procesos:

Las artesanías colombianas son muy apreciadas por los mercados externos, pero en su gran mayoría adolecen del sistema de empaque adecuado por lo que pierden sus características antes de llegar a manos de los compradores.

Productos artesanales como tallas y demás objetos en madera, de porcelana o de cerámica, que en un considerable porcentaje son de materiales naturales altamente sensibles a la humedad, al igual que la cestería y materiales trenzados, esterillas, esteras y canizos en material vegetal. La protección ante vibraciones, golpes, compresión va a depender del tipo de material, peso, volumen y terminados de cada pieza a empaquetar.

La organización de las Naciones Unidas O.N.U., ha estado pendiente de este sector de la producción en los diferentes países del mundo y ha estandarizado algunos requerimientos para estos productos que se presentan en la siguiente tabla:

| CLASIFICACION DE LAS ARTESANIAS Y LOS PRINCIPALES PUNTOS A CONSIDERAR EN EMBALAJE | | | |
|---|--|---|--|
| CLASIFICACION | EJEMPLOS | PREPARACION PARA EMPACADO | FACTORES A CONSIDERAR |
| TEXTILES | Pinura en fajas, muñecas | Limpiárlas y secárlas bien. | Protección de mugre, moño y decoloración por la luz. |
| MADERA | Estatuillas talla, otros pintados... | Limpiárlas y secárlas bien. | Protección de rompimiento, fricción, humedad... |
| FIBRAS NATURALES | Cestería, trenzados, esterillas... | Limpiárlas y secárlas bien. | Protección de humedad, luz, compresión, temperatura. |
| CERAMICA, PORCELANA, VIDRIO Y OTROS... | Estatuillas, tallas, copas, adornos... | Limpia huellas, desengasar, secar bien. | Protección de golpes, vibración y compresión. |

CUADRO No. 12

| FUNCION Y LISTA DE MATERIALES DE ACUERDO A LA SECUENCIA DEL USO EN EL PROCESO DE EMPACADO | |
|---|--|
| SECUENCIA EN EL PROCESO | FUNCION Y MATERIAL USADO |
| 1 | Barrera a la humedad |
| 2 | Material de envoltura |
| 3 | Material de amortiguación suave |
| 4 | Material de acondicionamiento fuerte |
| 5 | Cajas de material liviano - plegadizas |
| 6 | Cajas de material mediano - cartón corrugado |
| 7 | Cajas de material fuerte, cartón corrugado |

CUADRO No. 13

Los productos para venta por unidades de consumo, deben cumplir con la reglamentación 87 (R 87) de la Organización Internacional de Metrología Legal O.I.M.L. en lo relacionado con las unidades empleadas en la descripción del contenido en cada envase. Esta R87 se puede consultar en PROEXPORT COLOMBIA.

- **Materiales de barrera**
Los productos sensibles a la humedad, como las artesanías en madera, fibras naturales y sus textiles, en metal o en papel, las pinturas o los cuadros, deben estar envueltos inicialmente en películas o bolsas plásticas de alta impermeabilidad. MATERIAL No.1.
- **Materiales para envoltura o empaque final**
Para productos muy delicados por su fragilidad mecánica como las estatuillas o decoraciones en cerámica, porcelana o vidrio, deben ser envueltos en papeles suaves, que les protejan del polvo y además le provean de una buena presentación. Estos materiales corresponden al No. 2 y puede ser papel seda, papel tissué o algún plástico espumado. MATERIAL No.2.
- **Materiales de separación o acondicionamiento suave**
Para el empaqueo de piezas pequeñas y en series, cerámicas, porcelanas o en vidrio, cuadros, pinturas y dibujos, es conveniente utilizar a modo de separadores entre sí, materiales de amortiguación suave como cartón ondulado, cartón corrugado de una sola cara o películas plásticas espumadas, o del tipo burbu-pack. En estos productos es necesario que sus partes sobresalientes como sus extremidades, elementos delgados y frágiles de control, sean aseguradas suficientemente evitando golpes o pérdidas durante su etapa de distribución física. MATERIAL No.3.
- **Materiales de amortiguamiento fuerte**
Aquellas artesanías elaboradas en madera, cerámica, porcelana o cualquier otro material pesado, De tamaños mayores, requieren de elementos que absorban fuertes fuerzas de compresión o impacto, como esquineros o bordes en cartón corrugado estructurado, madera o en plásticos expandidos. MATERIAL No.4.
- **Cajas en materiales ligeros, plegadizas**
Son los sistemas de empaque individual o unitarios, para piezas que requieran una presentación de esta manera y que por su poco tamaño y peso liviano, pueden ser cajas de tipo plegadiza en cartulina o en cartón microcorrugado. MATERIAL No.5.
- **Materiales de estructura exterior, colectivos o cajas master**
Correspondientes a cajas en cartón corrugado de una o de doble pared, de tipo regular de una sola o varias piezas o en bandejas autoarmables y que en lo posible no utilicen grapas plásticas metálicas. Es conveniente la utilización de minicontenedores que permitan el manejo de varios empaques individuales o bandejas para un total de 25kg como lo ordena la Organización Internacional del Trabajo O.I.T. MATERIAL No 6 y 7.

Su sellamiento debe ejecutarse con zuncho plástico y cintas adhesivas de pegantes y sustratos diferentes a materiales vinílicos(PVC) o en lo posible estampadas con la marca del producto.

Para el diseño especial de cada unidad se recomienda observar el documento No.13 "Notas técnicas sobre el uso de cajas de cartón corrugado" del Centro de Comercio Internacional UNCTAD/GATT, disponible en Proexport Colombia.

Ver el anterior punto No.2.2.2 Parámetros para obtención de un adecuado sistema de empaque y embalaje para comercio internacional.

2.3 SELECCION GENERAL DE MERCADOS

2.3.1 EN COLOMBIA

Es necesario tener en cuenta, que productos se van a seleccionar para comercializar, puesto que de esta selección depende, qué mercados se van a penetrar, y qué canales de distribución y estrategias de lanzamiento se van a utilizar.

En general, los mercados que se pueden intentar penetrar serían:

-Mercados existentes: *Almacenes de artesanías (En Santa fé de Bogotá, y en las principales ciudades del país) , *Almacenes de Artesanías en sitios turísticos, y *Almacenes de Artesanías en Terminales de transporte y Aeropuertos.

-Mercados potenciales: *Creación de nuevos espacios en sitios específicos para comercializar (sitios turísticos de la región del Huila), * Ubicación de nuevos espacios en la región Huila: por ejemplo, lugares culturales- Institutos Culturales, Gobernación, Alcaldías entre otros, y ubicación de stands en Ferias y Misiones Nacionales e Internacionales.

-Mercados domésticos: En los mismos talleres de los artesanos.

-Mercados comerciales: Con compradores puntuales, exportadores de artesanías, y clientes internacionales.

2.3.2 EN EL EXTERIOR

Exportación de artesanías con países como: Estados Unidos, España, México, Venezuela, Francia, Australia, Ecuador, Italia, Alemania occidental, Reino Unido, Japón, Perú, Rep. Dominicana, Aruba, Antillas Holandesas, Canadá, Martinica, Guadalupe, Suiza, Austria, Hong Kong, Cuba, Panamá, Argentina, Costa Rica, Irlanda del sur, Bolivia, Barbados, Guyana Francesa, Chile, Dinamarca entre otros. Con quienes ya se tiene acuerdos de exportación y el mercado artesanal colombiano ya está posicionado.

2.3.3 APOYO DE PROEXPORT AL SECTOR ARTESANAL

Proexport Colombia apoya al empresario colombiano, actual o potencial exportador, en el proceso de comercialización de sus productos o servicios. Para ello ha diseñado una serie de servicios, entre ellos, el

Programa de Unidades Exportadoras, el cual pone a disposición un equipo humano que le suministre asesoría y servicios integrados facilitando así el acceso a los mercados internacionales. Otro de los servicios son las Ferias Internacionales con las cuales el exportador tiene la oportunidad de promover productos en el exterior, realizar negocios, estudiar la competencia, detectar tendencias en el mercado y conocer la aceptación de éstos a nivel internacional. Además tiene el servicio de Misiones Comerciales que consiste en visitas colectivas o individuales planificadas a uno o varios países en el exterior y/o en Colombia que, dependiendo del objetivo, pueden ser de tres tipos: Misiones de Estudio, Misiones de Vendedores, Misiones de Compradores.

3. CONCLUSIONES GENERALES: ESTRATEGIA DE MERCADEO

3.1 SELECCION DE PRODUCTOS

Se realizará, teniendo en cuenta los parámetros de Comercialización Internacional analizados en este documento (Por ejemplo, teniendo en cuenta que productos de nuestra región se encuentran posicionados en el mercado internacional) y realizando una revisión de los productos existentes, su calidad, sus procesos, sus técnicas, y los artesanos que puedan cumplir con la capacidad requerida para exportar el mismo.

Es importante mencionar que los productos artesanales huilenses, tienen problemas técnicos (procesos, técnicas, materiales industriales) y comerciales, que en un futuro tendrían una excelente calidad, producción y comercialización, si se les dan las pautas para su desarrollo, puesto que la mayoría de nuestros artesanos poseen mano de obra calificada y sus productos son los que están vigentes en el mercado internacional.

3.2 SELECCION DE MERCADOS

Teniendo en cuenta los anteriores datos estadísticos, se puede concluir que: La artesanía huilense, posee productos que en este momento tienen a nivel internacional, la mayor cobertura y son los que ya están posicionados en los mercados extranjeros como Estados Unidos, Venezuela, México, Antillas Holandesas, Francia, España, entre otros.

En el documento podemos ver en los Cuadros Nos. 5, 6, 7, 8 la cantidad de exportación (volumen-pesos- rubros) de los subsectores para 1997, y en el cuadro No. 9 vemos la evolución de los mismos en los últimos años.

3.3 ESTRATEGIA GENERAL DE MERCADEO

Las estrategias que se adopten para lograr los objetivos (considerando fortalezas y debilidades internas y oportunidades y amenazas externas), pueden ser clasificadas en dos grandes categorías: las que mantienen su campo de acción en el mercado actual y las que se diseñan para entrar en nuevos

mercados, en otras palabras mismos productos y mercados pero mejor, o nuevos mercados y/o productos.

| | | |
|---------------------|-------------------------|------------------|
| | | NUEVOS PRODUCTOS |
| MERCADOS EXISTENTES | PENETRACIÓN DEL MERCADO | |
| | | DIVERSIFICACIÓN |

CUADRO No. 14
Matriz de análisis estratégico.

BIBLIOGRAFIA

- Guía de Exportación. Proexport-Colombia.
- Aproximación Inicial al Sector de Artesanías. Proexport-Colombia.
- Ciro Villamizar. Consultor en Empaques.
- Nuevo Producto. Alejandro Schnarch. Mc Graw Hill.

BASES DE DATOS

- Estadísticas, síntesis y cuentas nacionales proyección a 1.997, DANE.
- Estadísticas de Comercio Exterior de Colombia según empresas: DIAN. 1.995.
- Estadísticas de Comercio Exterior de la Unión Europea: EUROSTAT. 1.995.
- Estadísticas de Comercio Exterior de Estados Unidos: NTDB (National Trade Data Bank. Departamento de Comercio de los Estados Unidos). 1.995.
- Estadísticas de Comercio Exterior de Países ALADI, 1.994.
- Estadísticas de Comercio Exterior de PROEXPORT-COLOMBIA.1.997.

ARANCELES

- Decisión 370 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena 1994
- Ley de Preferencias Andinas ATPA (Harmonized Tariff Schedule of The United States), 1.995.
- Programa Especial de Cooperación PEC (Arancel de Aduanas de la Unión Europea), 1.995.