

PROYECTO
Desarrollo Integral del Sector Artesanías en el Departamento del
Huila

Nov 2000

PRESENTACIÓN

El Departamento del Huila, cuenta con una riqueza cultural, de la cual forma parte la artesanía.

La artesanía trasciende las fronteras culturales y tiene un lenguaje propio que nos lleva de regreso a nuestras raíces y habla de nosotros mismos. Los diferentes oficios artesanales se han constituido progresivamente en actividades “refugio” que constituyen las únicas fuentes de ingreso y de vida para muchas personas.

Esta situación hace cada vez más compleja la caracterización del artesano en el Huila, el cual desarrolla su labor en condiciones generalmente difíciles, con limitados ingresos familiares, bajo nivel educativo y poca o ninguna capacitación y asesoría que le permita la producción y comercialización adecuada de sus productos.

A la anterior situación se suma el poco reconocimiento a la labor del artesano y de la artesanía en el seno de la sociedad, lo cual obedece entre otras razones a la falta de promoción de los distintos oficios, y a la cada vez menor transmisión de los conocimientos y técnicas inherentes al proceso de producción y comercialización, impidiendo la continuidad de los oficios y afectando directamente la productividad artesanal.

Dado el bajo nivel de desarrollo de las unidades económicas del sector de artesanías del departamento, se requiere su organización y fortalecimiento con un enfoque integral, en las dimensiones empresarial, tecnológica y de mercadeo que permitan superar las limitaciones existentes para la cualificación de la actividad y el mejoramiento de la calidad de vida del artesano, al tiempo que permita el posicionamiento tanto a nivel nacional como internacional de los productos por ellos elaborados. Con este propósito, la Cámara de Comercio de Neiva propone desarrollar el presente proyecto.

El proyecto cumple los lineamientos generales trazados por la Corporación para el Desarrollo de la Microempresa y con el objeto social establecido en los estatutos de la Cámara de Comercio de Neiva.

RESUMEN DEL PROYECTO

Nombre del Proyecto	Desarrollo Integral del Sector Artesanías en el Departamento del Huila	
Objetivo General	Fortalecer unidades económicas del sector artesanías del Departamento, con un enfoque integral en las dimensiones empresarial, organizativa, tecnológica y de mercadeo que permita la cualificación de la actividad y el mejoramiento del nivel de vida de los empresarios.	
Sector a atender	Artesanías	
Cobertura del Proyecto	San Agustín, Pitalito, Timaná, Garzón, Tello, Suaza, Acevedo, Campoalegre, La Plata, Neiva, Villavieja, Aipe, Yaguará, Palermo, Guadalupe, Altamira, Iquira, Nátaga, Isnos, Elías, Tarqui y La Argentina	
Duración	12 meses	
Componentes	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación • Empresarial • Comercialización y Mercadeo • Productividad • Organizativo 	
Metas Globales	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento de todas las empresas en funcionamiento • Posicionamiento de todos los productos en el mercado Regional y Nacional • Posicionamiento en el mercado Internacional de un producto • Aumento de la productividad y volúmenes de venta • Incremento de la capacidad instalada de las empresas • Mantenimiento del número de los trabajadores y generación de un puesto adicional de trabajo por cada unidad económica reactivado en el Centro Artesanal de Pitalito • Constituida y en funcionamiento, organización gremial del sector • Creada y en funcionamiento una comercializadora regional de doble vía • Constituida y en funcionamiento organización gremial que asocie por lo menos el 60% de las organizaciones municipales de artesanos del Departamento • Remodelado y en funcionamiento el Centro Artesanal de Pitalito como dinamizador de la actividad en la región. 	
Valor del Proyecto	\$442.847.926	
Cofinanciación del Proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos propios Cámara de Comercio • Artesanías de Colombia • Gobernación del Huila • Recursos Beneficiarios • Alcaldía de Pitalito • Cofinanciación CORPOMIXTA 	31.322.359 32.000.000 107.561.623 5.866.104 46.097.840 220.000.000

1. ANTECEDENTES

La Cámara de Comercio de Neiva, ha venido desarrollando diferentes proyectos para apoyo a las unidades económicas desde hace varios años. El primer convenio se suscribió entre SEDECOM - FUNDACIÓN SOCIAL - CAMARA DE COMERCIO DE NEIVA-, cuyo objeto fue desarrollar la promoción comercial para el sector confecciones en 6 municipios del Huila: Neiva, Garzón, Pitalito, La Plata, Palermo y Aipe.

En el año de 1.995, se suscribe un convenio entre la ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS -O.E.I.-, CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ - CAMARA DE COMERCIO DE NEIVA, cuyo objeto fue realizar actividades de consolidación y transferencia del programa SICME a otros municipios. Los sectores económicos vinculados fueron alimentos, confecciones y artesanías.

En el año 1997, se suscribe el convenio de cofinanciación entre la CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS - CAMARA DE COMERCIO DE NEIVA, cuyo objeto fue el fortalecimiento comercial para los sectores alimentos, madera, metalmecánica y artesanías en cuatro municipios: Neiva, Garzón, Pitalito y la Plata.

En el año de 1998 se da continuidad al convenio que se venía desarrollando, SEDECOM - CAMARA DE COMERCIO, fortaleciéndose los servicios de promoción comercial, servicio de asistencia técnica puntual y servicio financiero, para los empresarios de los grupos piloto en las actividades de confección, alimentos y madera.

La experiencia en el apoyo a las unidades económicas, adquirida por la Cámara de Comercio de Comercio de Neiva y los logros alcanzados, la motivan a continuar realizando y ejecutando proyectos que generen un impacto significativo en las empresas participantes.

2. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

En el Departamento del Huila existen cerca de 1.200 familias dedicadas a trabajar diferentes oficios artesanales, las cuales producen su sustento diario con la práctica de esta actividad. En este sentido, la artesanía en el Huila pertenece al sector secundario de la economía y genera empleo en todo el departamento. Por este motivo, hoy por hoy, este oficio ha perdido su esencia de ser un pasatiempo para convertirse en una actividad de carácter eminentemente económico.

2.1 Pitalito Centro Artesanal del Departamento del Huila

Pitalito es el municipio de mayor actividad artesanal en el departamento. Por este motivo, ha sido seleccionado como eje para el desarrollo del proyecto. Hace parte de una microregión natural, la del alto Magdalena, con una vida cultural y económica propia; pertenece administrativamente al Corpes Centro-oriente y es polo de desarrollo del subsistema sur del departamento del Huila. Su población total para 1997 es 80.672. habitantes, de los cuales 53.244 se encuentran ubicados en el sector urbano y 27.428 en el área rural. Pitalito es un epicentro regional destacado en la red urbana huilense. Por esta vía se hace la conexión con Neiva que se encuentra a 188 Km, el municipio turístico de San Agustín y el resto del país. Así mismo, se proyecta como el corredor vial que comunica al país con la Amazonía Colombiana.

La temperatura media es de 21° C. Sus límites territoriales son: Al norte con los municipios de Saladoblanco, Elías y Timana. Al sur con los Departamentos de Caqueta y Cauca y el municipio de Palestina. Al oriente con el municipio de Acevedo y al occidente con los municipios de San Agustín e Isnos.

La vida municipal depende en gran parte del comercio y de servicios; su función como centro urbano es de gestión y distribución; la industria es artesanal y se desarrolla principalmente a través de los microempresarios, quienes adelantan diferentes programas con fines productivos, ocupando el segundo lugar en el departamento en este tipo de actividad, después de Neiva.. La actividad económica se centra en el sector primario de la economía; es productora de frijol, habichuela, tomate, maíz, yuca plátano, caña panelera, cítricos, guayaba, mora etc; utilizando los frutales como materia prima, producen vinos y bocadillos, especialmente de guayaba; la actividad pecuaria está representada en ganado vacuno y equino. En el sector manufacturero la participación es baja, esta limitada a la producción artesanal y micoempresarial, se confecciona ropa para niños y adultos y otras actividades poco generadoras de valor agregado, lo que hace que sea un municipio que depende de su actividad agrícola y de servicios. En cuanto al sector de las artesanías, alrededor de 102 familias del municipio están dedicadas a esta actividad; de ellas, 30 lo hacen de

manera independiente y 70 se encuentran asociadas, bien sea en clubes de amas de casa o en organizaciones de carácter gremial generalmente en asociaciones de artesanos; el municipio cuenta con 4 de ellas, todas de primer grado.

Los ingresos corrientes del municipio ascienden 5.509.652.000 millones pesos según información de 1.995 de los cuales 584.881.300 corresponden a ingresos tributarios, su mayor participación esta representada por los ingresos no tributarios cuya mas alta participación la tiene el recaudo del IVA, seguido por los aportes y auxilios del gobierno central y las rentas ocasionales. La distribución de los ingresos del municipio esta dada por la siguiente relación:

Educación 535.623.000 millones de pesos.
Salud . 446.353.300 millones de pesos.
Saneamiento básico 357.082.600 millones de pesos
Deporte cultura y recreación 89.270.700 millones de pesos.
Para otros sectores 357.082.600
Para libre asignación 765.177.000.

La población Económicamente activa del municipio asciende a 21.622 habitantes: distribuidos de la siguiente manera

Empleados asalariados:	1.548
Cuenta propia:	7.041
Servicio Doméstico	640
Trabajadores sin remuneración	806

Por lo tanto podemos establecer una tasa de desempleo superior al 30%

2.2 Las unidades económicas del sector de artesanías en el Huila:

Las unidades económicas del sector de artesanías en el Huila, no obstante la presencia institucional del Estado durante más de diez años, no han podido edificar una estructura sólida de producción organizada que permita producir no solo artículos de la mejor calidad, sino, además, grandes volúmenes de artesanía, con los que se pueda abastecer el mercado dentro del país y especialmente en el exterior. Esta situación hace que los productos nuestros no tengan la demanda necesaria para generar los ingresos que motiven cambios en la economía particular de los artesanos para mejorar su nivel de vida.

Sin embargo, la actividad productiva y comercializadora de la artesanía en el Huila, como en el resto del país y del mundo, debe enfrentarse a una competencia en la cual solamente los mejores productos logran el favor de la decisión de compra de los clientes. Para que un producto artesanal sea competente en el mercado debe conjugar

tres aspectos a saber: la más apropiada técnica en la producción; el precio acorde con las circunstancias del mercado y una notable carga de arraigo cultural en su diseño.

Esta realidad, indica tanto a los artesanos huilenses como a las entidades que coordinan, asesoran, dirigen y apoyan las unidades económicas del sector, que se deben realizar programas tendientes a la capacitación y brindar la asesoría que permita la obtención de un producto de alta calidad, con asistencia técnica en desarrollo tecnológico, investigación, formación empresarial, comercialización y formas de organización gremial y empresarial.

La situación descrita nos permite plantear que se hace necesario diseñar las estrategias para el fortalecimiento de las unidades económicas del sector artesanías en el Huila, con un enfoque integral, ejecutando acciones que conduzcan hacia la generación de productos altamente competitivos en los mercados regionales, nacionales e internacionales.

3. JUSTIFICACIÓN

La causa principal del problema descrito anteriormente, se centra en los escasos conocimientos en prácticas, técnicas y tecnologías para la producción, organización y comercialización de los productos artesanales.

En el caso de la producción en las unidades económicas artesanales encontramos que la técnica se encuentra aún en un nivel relativamente bajo frente a los estándares de calidad exigidos por los mercados de distribución, especialmente los nacionales e internacionales. No obstante, la cualificación que el sector ha logrado en los últimos diez años, gracias al apoyo interinstitucional del Instituto Huilense de Cultura, hoy Secretaría de Cultura y Artesanías de Colombia y que le ha merecido el reconocimiento a nivel nacional e internacional, dicha cualificación solo la ha logrado el 20% del total de las unidades económicas en el Huila, existiendo aún mucho trabajo por realizar.

Esta inadecuada técnica de producción debe mejorarse, tanto en los procesos de investigación para el uso de materia prima e insumos sustitutos de aquellos que cada día se encuentran menos disponibles en la naturaleza como en la implementación de procesos de elaboración más eficientes, utilizando tiempos mínimos de producción, aumentando los volúmenes de producción y capacitando al artesano hasta lograr su cambio de actitud frente a la innovación y a la adopción de nuevas tecnologías.

En cuanto a la comercialización, se caracteriza por realizarse de manera individual, siendo presa fácil de la explotación por parte de comercializadores e intermediarios, situación que ocasiona, en algunos casos, pérdidas a la unidad económica. La comercialización se realiza desde el propio taller y, por esta vía sale aproximadamente el 70% de la producción. Solamente el 30% comercializa sus productos en las ferias de diversa naturaleza y, una mínima parte, cerca del 3% son exportadores, particularmente, la familia Vargas Muñoz en Pitalito. Otros artesanos, también de Pitalito envían artesanías de manera clandestina a países como Ecuador y Venezuela.

En la organización gremial del sector, encontramos cerca de 40 asociaciones de artesanos, de las cuales solo 27 están legalmente constituidas y el resto en proceso de consolidación; sin embargo, para producir y comercializar no han logrado integrarse armónicamente en una organización de carácter empresarial.

El no prestar atención debida a esta problemática y la escasa asesoría y apoyo interinstitucional a las unidades económicas para el desarrollo del sector podría conducir a que poco a poco las ventajas competitivas de otros departamentos en el concierto nacional y otros países en el comercio mundial, arrasen con la aún incipiente industria de la artesanía huilense y con ello, dejar sin posibilidades de trabajo a numerosas familias que derivan su sustento de este sector de la economía.

La Cámara de Comercio de Neiva, en cumplimiento de su objeto social de promover el desarrollo integral del sector privado de la región y el bienestar de la comunidad, con ánimo de aprovechar lo positivo del conocimiento acumulado de los artesanos del Huila y de brindar apoyo, capacitación y asesoría para impulsar el desarrollo integral de las unidades económicas, se plantea la necesidad de diseñar e implementar mecanismos y estrategias que conduzcan a potenciar su capacidad económica y de gestión para el logro de dicho objetivo. Para el caso específico del presente proyecto, a través de un acuerdo interinstitucional para la cofinanciación y ejecución con instituciones de carácter público y privado y la activa participación de los artesanos organizados, así como también con Artesanías de Colombia, la Corporación para el Desarrollo de la Microempresa, el Departamento del Huila, y el municipio de Pitalito.

4. POBLACIÓN OBJETIVO DEL PROYECTO

Como población objetivo del proyecto, se consideran aquellos huilenses pertenecientes a los municipios que presentan una marcada tradición artesanal y aquellos que han demostrado interés por el asunto artesanal y llevan por lo menos dos años de trabajo continuo en el sector, según estudio de la Secretaría Departamental de Cultura.

Los municipios de mayor tradición artesanal son: San Agustín, Pitalito, Timaná, Garzón, Tello, Suaza, Acevedo, Campoalegre y La Plata. A los que han demostrado vocación artesanal pertenecen: Neiva, Villavieja, Aipe, Yaguará, Palermo, Guadalupe, Altamira, Iquira, Nátaga, Isnos, Elías, Tarqui y La Argentina para un total de 22 municipios.

Este conjunto de municipios albergan aproximadamente 1.200 artesanos que con sus familias pueden ascender a la cifra de 4.200. Del total de estos 1.200 artesanos el 65% se ubica en el casco urbano y el 35% restante en el sector rural.

En estas unidades económicas se elaboran diversos productos, entre los que se destacan cerámica, tejeduría de fibras vegetales a base de plátano, fique. En esta categoría se incluye la cestería que utiliza materias primas como el bambú, bejucos diversos como el “chipalo”, árboles como el guácimo y la guadúa; la sombrería a base de pindo e iraca o palmicha, a partir de la cual se elabora el sombrero “suaseño”. Se contemplan otros oficios como los trabajos en madera, piedra, mármol, joyería, muñequería y bordados.

5. MATERIAS PRIMAS UTILIZADAS EN LA ACTIVIDAD ARTESANAL EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

El siguiente resumen muestra una síntesis relacionada de las materias primas utilizadas en la producción artesanal en el departamento del Huila, los principales productos terminados que comercializan los artesanos, así como las técnicas que éstos utilizan en los procesos de elaboración del producto.

El presente capítulo muestra también el origen de las materias primas utilizadas, los lugares en el departamento donde se extraen y su forma de utilización, según la clasificación de los oficios artesanales elaborada por el Instituto Huilense de Cultura.

5.1 CERÁMICA

5.1.1 Productos artesanales

Las chivas
Los ranchos
Réplicas de las estatuas de San Agustín
Paisajes
Buhos
Lozas
Tiestos
Mollos
Vajillas
Casuelas entre otros.

Estos productos cumplen funciones utilitarias y ornamentales. Las piezas salen al mercado en cerámica esmaltada o al natural.

5.1.2 Municipio

Pitalito

5.1.3 Materia Prima

En Pitalito se le ha dado uso a todo tipo de arcilla, desde las plásticas, pasando por las semiduras, arenosas hasta llegar a las más blandas. La riqueza en volumen, variedad, color y calidad ha contribuido a la excelente calidad de esta producción artesanal.

Además de las arcillas, los artesanos utilizan también esmaltes cerámicos de origen industrial y fuente química, con funciones básicas y complementarias de teñido y color de los productos.

5.1.4 Procedencia de la materia prima

Son varios los lugares de extracción de la arcilla que abastece a los artesanos de Pitalito. Estos son: La vereda La Honda, ubicada a 4 km de la cabecera municipal; vereda Palmarito a 15 kms; vereda Girasol a 12 kms; vereda El Maco a 1 km; vereda Guachicos a 8 kms y la vereda Salesiano a 2 kms. Estas veredas no solamente proveen a los artesanos de Pitalito sino también a los alfareros y ceramistas ubicados en San Agustín, Garzón, Neiva y Timaná principalmente. Por ser este un recurso no renovable se prevee para el futuro crítica la consecución de la materia prima.

La materia prima de origen industrial (esmaltes) es comprada en almacenes en la ciudad de Bogotá.

5.1.5 Tecnología utilizada para la extracción

Las palas, picas y barretones hacen parte de la tecnología con la cual se saca la materia prima de las minas existentes en Pitalito.

5.1.6 Comercialización

El costo de explotación para el artesano es mínimo. El costo más alto a pagar es el del transporte.

La intermediación es un fenómeno que se presenta tanto en la compra de la materia prima como en la venta de los productos artesanales. La venta directa se efectúa muchas veces a través de las ferias artesanales.

5.1.7 Desperdicios

Los desperdicios surgen en dos momentos: El primero durante la fase de extracción y limpieza de la arcilla (antes del cocimiento). El segundo momento se da en el proceso de elaboración cuando sobra material arcilloso antes de la cocción. Este vuelve a ser reutilizado.

5.1.8 Incidencias ambientales

El primer efecto ambiental se ve reflejado en el agotamiento y explotación poco tecnificada de un recurso que es no renovable. También en la iniciación y propagación de procesos erosivos de los suelos.

Aquí también es importante contemplar los altos volúmenes de madera utilizados como combustible para los hornos en la fase de cocimiento de las piezas.

En la región no existen medidas tendientes a dirigir de manera racional y técnica la explotación de este recurso mineral.

5.1.9 Observaciones y recomendaciones

Además de la capacitación y asesoría sobre fuentes de financiación para mejorar la diversidad, calidad y comercialización del producto se debe:

- Tecnificar la explotación de la arcilla, con controles y proyecciones de los ciclos de vida de las fuentes arcillosas.
- Realizar estudios de la calidad de la arcilla para mejorar la calidad de la producción a nivel de porcelanizado, esmaltes y pastas para la construcción.

5.2. CESTERÍA

5.2.1 Productos artesanales

Canastos con funciones utilitarias y decorativas

Portamateras

Materas

Abanicos

Bolsillos en esterilla

Cofres

Mesas para centro

Bolsos

5.2.2 Municipio

Tello

5.2.3 Materia prima

Dentro de la materia prima de origen vegetal utilizada encontramos: La guadua macana, la guadua cebolla, la guadua carrizo, la guadua chusque, el junco totora, el bejuco chipalo, el bejuco adorote, el bejuco algodón, el totuma, la palma chonta y la madera, obtenida entre otros árboles y arbustos como el chicalá, el achotiyo, el molo, el amargoso, el tachuelo, arrayán, el arenillo y el laurel-comino.

Las materias primas de origen industrial utilizadas en el proceso de elaboración y acabado son: puntillas, colbón, anilinas, laca transparente, pintura gold toner, brea, bisagras, gasolina, tiner.

5.2.4 Procedencia de la materia prima vegetal

La guadua se trae de las orillas de los ríos y de fincas localizadas en área rural del municipio. El totumo se extrae de los municipios de Tello, Baraya, Villavieja y Aipe, en donde abunda en las casas y fincas, siendo los dueños de estas los principales proveedores. Los bejucos adorote, chipalo y algodón se encuentran en las riveras de los ríos Baraya, Las Ceibas,, Magdalena, Guaruco y las quebradas Bateas, Cuisinde, Malpaso, Arenosa y La Lindosa. Por sus características silvestres y ribereñas son cada día más escasos al disminuir los recursos hídricos de la región. La madera es recogida entre los predios de Aipe y Praga, con excepción del Arenillo y el Laurel-Comino que se compran en los depósitos de madera en Neiva.

5.2.5 Tecnología utilizada para la extracción

El totumo se extrae de dos formas: una separando el fruto con el cuchillo, y la otra cogiéndolo directamente con la mano, dándole vueltas al fruto hasta separarlo del tallo.

Para extraer los bejucos y juncos, son empleados cuchillos, peinilla, media lunas cortantes, tijeras de podar, lazos para amarrar los jotos y alambre dulce para pelar.

En la guadua se usa la cegueta manual y el cuchillo o peinilla para cortar las ramas.

Los palos decorativos de madera se obtienen haciendo uso de ceguetas manuales, cuchillos y peinillas para extraerlos.

5.2.6 Desperdicios

Hay dos etapas donde se presentan desperdicios. La primera durante el proceso de extracción y tratamiento de la materia prima, y la segunda durante la elaboración del producto

El 90% de estos desechos son abandonados en el sitio donde se recoge la materia prima, únicamente el totumo y el calabazo se limpian en el taller.

5.2.7 Incidencias ambientales

Una de las principales incidencias ambientales es la desaparición de bosques primarios y secundarios, en especial los guaduales. Esta situación se agrava por la explotación irracional y poco tecnificada de los guaduales y otras especies por parte de los artesanos o quienes los proveen de materia prima y las medidas limitadas y poco efectivas que se toman para frenar la explotación ilimitada de los recursos.

5.2.8 Observaciones y recomendaciones

Además de las acciones contempladas en el proyecto de capacitación, y concientización en la explotación adecuada de los recursos y la formación empresarial, es necesario buscar la forma de establecer nuevos cultivos de especies de bambú, no solo buscando mantener la artesanía, sino, también, para preservar los recursos hídricos en proceso de extinción.

5.3 ALFARERÍA

5.3.1 Productos artesanales

Jarrones decorados
Casuelas soperas
Materas
Tiestos con oreja
Ollitas
Tinajas

5.3.2 Municipio.

Campoalegre

5.3.3 Materia Prima

EL “barro”, como lo llaman los artesanos de La Vega, es la única fuente de abastecimiento para estos productos artesanales. Esta arcilla no tiene la calidad ni la plasticidad de la existente en Pitalito, por su bajo punto de fusión, pero no es un factor limitante para su utilización.

Junto a la arcilla, se emplea la tierra colorada, de origen mineral, con funciones complementarias de acabado y engobe.

5.3.4 Procedencia de la materia prima

La arcilla se extrae de la mina El Chircal, ubicada a una distancia de la vivienda del artesano de 1 a 4 km. Y a una profundidad de 50 a 100 cms.

La tierra colorada se extrae de la vereda Chía, distante 5 km de El Chircal.

Estas minas tienen una buena capacidad y volumen de materia prima, lo que se constituye en un recurso no renovable con excelentes proyecciones de suministro para el futuro

5.3.5 Tecnología utilizada para la extracción

Las palas, picas y barretones son las herramientas utilizadas para la extracción de la arcilla de las minas de Chía y El Chircal, mediante el proceso de cavar con las herramientas hasta encontrar la arcilla y extraerla.

5.3.6 Desperdicios

Los desperdicios aparecen en tres momentos. El primero sucede en la fase de extracción, limpieza y pilado del barro (antes del horneado). El segundo momento se da en el proceso de elaboración al dar pulimento a las vasijas. El tercero después de haber sido expuesto el producto al horneado.

5.3.7 Incidencias ambientales

El principal efecto ambiental se refleja en el agotamiento de un recurso que no es renovable, también en la iniciación y propagación de procesos erosivos de los suelos.

En este punto es importante también tener en cuenta los volúmenes de madera utilizada como combustible para los hornos en la fase de cocimiento de las vasijas.

En la región no existen medidas tendientes a dirigir de manera racional y técnica la explotación de los recursos minerales.

5.3.8 Observaciones y recomendaciones

Además de las acciones contempladas en el proyecto de fortalecimiento como agremiación y uso de fuentes de financiación se debe tener en cuenta:

- Ante la no utilización del barro cocido por parte de los artesanos de La Vega en la capacitación se puede tener en cuenta el proceso del CHAMOTE.
- Es necesario buscar otras fuentes minerales de arcilla distintas a las empleadas en la actualidad, pues, por tratarse de un recurso que se encuentra en propiedades privadas, depende de los dueños para la continuidad de la explotación.

5.3.9 Municipio

Acevedo (Vereda Llanitos)

5.3.10 Productos artesanales

Lozas
Ollas
Tiestos
Mollos
Vajillas
Cazuelas

Van desde miniaturas hasta trabajos de gran proporción, algunos de carácter utilitario y otros decorativos.

5.3.11 Materia Prima

También se utiliza como única materia prima la arcilla pero de condiciones más adecuadas para lograr productos de gran diversidad y calidad.

5.3.12 Procedencia de la materia prima

la arcilla se extrae de los bordes de la carretera que recorre la vereda Llanitos, específicamente frente al centro docente de la vereda. Al igual que en La Vega, hay abundante materia prima, pero son los dueños de la tierra quienes deciden su explotación o no.

5.3.13 Tecnología utilizada para la extracción

La materia prima se extrae con palas, picas y barretones de los bordes de la carretera, espacios edafológicos que colindan con las grandes propiedades.

5.3.14 Desperdicios

Los desperdicios surgen en tres momentos: El primero en la fase de extracción, limpieza y pilado del barro (antes del cocimiento). El segundo momento se da en el proceso de elaboración, al sobrar material arcilloso antes de la cocción: este material vuelve a ser reutilizado. Y el tercer momento cuando queda material después de haber sido expuesto el producto al horneado.

5.3.15 Incidencias ambientales

El principal efecto ambiental se da en el agotamiento de un recurso natural no renovable. También en la iniciación y propagación de procesos erosivos de los suelos que se empieza a constituir en el principal problema, pues ya se han afectado las cercas y terrenos de algunos propietarios.

Aquí también se debe contemplar los volúmenes de madera utilizados utilizados como combustible para los hornos, factor que ocasiona la explotación desproporcionada del recurso forestal de la zona.

En la región no existen medidas tendientes a explotar de manera racional y técnica los recursos minerales.

5.3.16 Observaciones y recomendaciones

Es necesario encontrar nuevas fuentes de arcilla en la región, o facilitar financiación para la compra del predio donde existe la arcilla.

5.4 SOMBRERERÍA

5.4.1 Productos artesanales

Sombreros (borsalino o gardeliano, llanero, de quiebre y pavas)

Cintas

Individuales

Miniaturas

Cinturones

Su función es tanto utilitaria como decorativa.

5.4.2 Municipio

Suaza

5.4.3 Materia Prima

Predomina el uso de la palma de IRACA, porque permanece vigente la tradición del oficio y la técnica se ha legado de generación en generación.

5.4.4 Procedencia de la materia prima

La iraca se reproduce en forma silvestre en las veredas Montagua, Picuma, Horizonte, Gallardo y Guayabal. La recolección se realiza básicamente por los hombres.

Los principales sitios de consumo de la materia prima se ubican no solo en las viviendas del área rural y urbana de Suaza, sino que también se lleva a los municipios de Acevedo y Guadalupe donde también se elabora el sombrero suaseño.

5.4.5 Tecnología utilizada para la extracción

El cogollo de iraca se extrae usando como herramienta el cuchillo o el machete. Una vez transportado a la vivienda y desplegado el cogollo, se somete a un instrumento denominado rpiador que consiste en un hueso de perro con dos puntas sobresalientes, destinado a rasgar las venas más blancas y finas del cogollo.

La materia prima vegetal se obtiene en estado viche y para su utilización cambia a condiciones secas de la fibra, teniendo que humedecerse levemente con agua durante el tejido para el mejor manejo y manipulación de la fibra.

5.4.6 Desperdicios

Los únicos desperdicios son el corazón del cogollo y las venas sobrantes del proceso del rpiado. Todo el conjunto se utiliza como base dentro de la olla para colocar la fibra vegetal seleccionada para el tejido y hervir. Posteriormente se le dan otros usos como abono, limpia polvo, escobas, etc.

5.4.7 Incidencias ambientales

La principal incidencia ambiental está dada por la explotación continua de la planta, sumada a la prolongada deforestación por parte de los propietarios de la tierra. Además, la palma iraca retiene la humedad del suelo, ayudando a la desertificación del mismo.

Se han presentado proyectos que proponen medidas tendientes a fomentar el cultivo de iraca de manera racional y técnica pero no han contado con el apoyo económico.

5.4.8 Observaciones y recomendaciones

Además de la capacitación y la asesoría técnica, se deben hacer estudios para el uso de nuevas materias primas y propiciar la siembra y preservación del cultivo de iraca por parte de los artesanos.

5.5 TEJIDOS EN FIQUE

5.5.1 Productos artesanales

Bolsos
Morrales
Carteras
Chuspas
Costales

Empaques de diferentes tamaños
Miniaturas
Individuales
Adornos de pared
Tapetes
Cortinas
Carpetas

5.5.2 Municipio

Garzón (Inspección de la Jagua)

5.5.3 Materia Prima

Esta actividad se apoya principalmente en el uso del fique, materia prima en vía de extinción.

5.5.4. Procedencia de la materia prima

El fique se produce en forma silvestre en las veredas de San Pedro, Caguán, San Antonio del pescado y las montañas de los municipios de San Agustín y San José de Isnos, siendo los dos últimos lugares los que mayor materia prima proveen a los artesanos de La jagua y especialmente a la Pre-Cooperativa de fique El Embrujado, ubicada en el área urbana de la inspección.

5.5.5 Tecnología utilizada para la extracción

Para la extracción de la fibra se utiliza inicialmente el cuchillo o el machete para cortar la penca. Posteriormente pasa a la desfibradora eléctrica y, en otros casos, a los raspadores de macana afilada para separar la fibra de la pulpa.

5.5.6 Desperdicios

Los únicos desechos generados en los procesos de extracción y elaboración del producto artesanal, son la pulpa de la penca y la fibra seca. La fibra que no se puede hilar es usada para colchones en el municipio de San José de Isnos o para hacer tapetes y flores.

5.5.7 Incidencias ambientales

La principal incidencia ambiental se relaciona con la sobre-explotación del recurso forestal tanto en San Agustín como en San José de Isnos. La extracción y procesamiento afecta a otras especies existentes en el recurso hídrico.

La CAM -Corporación Autónoma del Alto Magdalena-, tiene programas de atención para la siembra y preservación del fique.

5.6 MUÑEQUERÍA

5.6.1 Productos artesanales

Pequeños muñecos que representan diferentes profesiones

Brujas

Tejedoras

Variedad de carros

5.6.2 Municipio

Garzón (Inspección de La Jagua)

5.6.3 Materia prima

Se utiliza la madera, empleando como base principal el pino, el romero, el guayabo, el naranjo, el nogal y el fique.

Como complemento en los terminados se utiliza entre la materia prima industrial el colbón, lacas, vinilos y acrílicos.

5.6.4 Procedencia de la materia prima vegetal

Los productores de este tipo de artesanía no extraen directamente la materia prima, sino que la compran por bloques en los depósitos de Garzón, los cuales son traídos entre otros lugares, de Planadas (Tolima), Caquetá y montañas de las cercanías de la región.

5.6.5 Tecnología utilizada para la extracción

La extracción de materia prima implica un uso variado de tecnología. Inicialmente se emplean motosierras, hachas, peinillas y lazos; el proceso lo continúan los cargadores y remolques y los transformadores finales de la materia son las máquinas sinfin y los tornos

5.6.6 Desperdicios

Los mayores desechos se presentan durante el proceso de extracción y tratamiento de la materia prima, pues tanto las ramas sobrantes como la corteza de los árboles explotados no tienen otra utilidad diferente a la de combustible. En el proceso de elaboración artesanal el único desecho es el retal sobrante.

5.6.7 Incidencias ambientales

La utilización de la madera en la industria artesanal es en pequeños volúmenes.

demanda parece centrarse en la construcción y en el sector industrial del municipio.

Los planes y programas tendientes a preservar y proyectar los recursos forestales son muy limitados. Las vías legales y controles estatales se reducen a medidas policivas que favorecen la ilegalidad.

5.7 BISUTERÍA

5.7.1 Productos artesanales

Porta-espejos

Cuadros

Marcos

Collares

Aretes

Manillas

Variedad de accesorios

5.7.2 Municipio

San Agustín

5.7.3 Materia Prima

la materia prima principal que se usa es el cobre, la que se combina con otra serie de materias primas de origen industrial (oxiacetileno, ácido nítrico y óxidos varios), necesarios dentro del proceso de elaboración y acabado de los objetos artesanales.

5.7.4 Fuente y sitio de suministro de materia prima

La materia prima, tanto mineral como industrial, proviene de la ciudad de Bogotá, de empresas que la importan de Chile y Estados Unidos como EQUIMEC.

5.7.5 Tecnología utilizada para la extracción

La extracción del cobre implica el uso de maquinaria pesada, pero la elaboración de la artesanía utiliza las técnicas de calado, chorreado, martillado, embutido, montaje y engaste empleando en la tecnología los sopletes a gas propano, pulidoras, pinzas, esmeril, martillo y piedras básicamente.

5.7.6 Comercialización

Mensualmente el artesano debe disponer de los recursos para comprar tanto la materia prima de origen mineral como de origen industrial, que le permita lograr la producción necesaria para compensar los gastos realizados y lograr las ganancias respectivas

5.7.7 Desperdicios

Los únicos desechos existentes son aquellos provenientes de la fase de la elaboración del producto. El retal sobrante es fundido nuevamente y reutilizado en los productos artesanales, en otros casos, dicho retal se vende para el reciclaje.

5.7.7 Observaciones y recomendaciones

La divulgación de este oficio y capacitación en nuevas técnicas, que involucren el uso de *materiales más económicos, al alcance del artesano, podría aumentar la posibilidad de nuevos elementos e ingredientes dando variedad y calidad en los productos.*

5.8 MARROQUINERÍA

5.8.1 Productos artesanales

Maletas
Zapatos
Bolsos
Botas
Estuches
Cinturones
Correas
Morrales
Tulas
Papeleras
Sandalias
Carrieles
Portaherramientas, entre otros.

5.8.2 Municipio

San Agustín

5.8.3 Materia Prima

El ganado vacuno provee la única materia prima con la que los artesanos del cuero realizan su oficio.

5.8.4 Procedencia de la materia prima

Las reses traídas para el sacrificio provienen de las diferentes veredas del municipio de San Agustín, siendo el principal proveedor de cueros curtidos las curtiembres existentes en la misma localidad, aunque también provienen de Pitalito, Neiva y Bogotá.

5.8.5 Tecnología utilizada para la extracción

La tecnología aún sigue siendo poco tecnificada, teniendo en cuenta que el cuchillo es el único instrumento utilizado tanto por los curtidores como por los marroquineros en cada uno de sus oficios.

El poco desarrollo tecnológico también se nota en el proceso de curtimiento de los cueros, donde la cáscara de mondey, la cal y la panela hacen parte del tratamiento aún artesanal con que se arreglan los cueros.

5.8.6 Comercialización

El marroquiner no asume el costo de explotación del cuero curtido, pero sí le representa un costo el transporte y compra de los cueros.

5.8.7 Desperdicios

Los desechos que se presentan en el trabajo y tratamiento de los cueros, tiene como fuentes la tenería y los talleres de marroquinería y son depositados en los basureros directamente.

5.8.8 Incidencias ambientales

Una de las principales incidencias ambientales tiene que ver con el agua de desecho que sale de la tenería y que cae directamente a la quebrada El Chulo, sin pasar por la planta de tratamiento de agua, contaminando este recurso hídrico.

5.8.9 Observaciones y recomendaciones

Una de las mayores limitantes que los artesanos del cuero tienen en el municipio de San Agustín es la dificultad para acceder al crédito, situación que les ha impedido organizarse como empresa y como organización gremial.

5.9 TALLA EN PIEDRA

5.9.1 Productos artesanales

Máscaras en piedra
Réplicas de las estatuas de San Agustín e Isnos
Materas con formas zoomorfas
Soportes de mesa para centro
Animales y creaciones particulares

5.9.2 Municipios

San Agustín e Isnos

5.9.3 Materia prima

La materia prima es la piedra volcánica, la cual abunda en el sur del Huila, por su gran actividad volcánica en el pasado.

5.9.4 Procedencia de la materia prima

La materia prima es traída de los ríos Naranjo, Magdalena, finca La Guaca, vereda La Sevilla, alrededores de La Chaquira, Bruselas (Pitalito).

5.9.5 Tecnología utilizada para la extracción

La tecnología consta de el empleo de barretones, picas, estacas, palancas o barras de hierro, cinceles, mazetas, mazos y buzarda.

5.9.6 Estado de la materia prima

La materia prima se trabaja siempre en condiciones naturales.

5.9.7 Comercialización

Para el tallador de piedra no existe costo de explotación de la materia prima pero si del transporte.

5.9.8 Desperdicios

Los desechos que se presentan en el trabajo de la piedra, casi siempre quedan depositados en los terrenos o lugar de origen de la materia prima.

No se ha encontrado incidencia alguna sobre el ambiente

5.10 INSTRUMENTOS MUSICALES

5.10.1 Productos artesanales

Los productos son en su mayoría de viento. Se destacan

La zampoña

La flauta traversa

Sonajeros de calabazo

El arpiño, de creación personal

5.10.3 Materia prima

Para la fabricación de los instrumentos musicales utilizan la caña de carrizo y el calabazo, complementados con materia prima de distinto origen como la piola, lana procesada, cáñamo, hilo poliéster, pegante (colbón), alambre y ACPM (inmunizante)

5.10.4 Procedencia de la materia prima

La materia prima de origen vegetal proviene de las estribaciones del Macizo colombiano, del Paletará y lugares templados circunvecinos del municipio de San Agustín.

5.10.5 Tecnología utilizada para la extracción

La tecnología utilizada para la extracción de la materia prima es rudimentaria, teniendo en cuenta que el principal instrumento utilizado es el cuchillo. De vez en cuando se acude a la cegueta e implementos para perforar.

5.10.6 Desperdicios

Los desperdicios que se presentan en el trabajo y tratamiento del carrizo y el calabazo, en su mayoría culminan en los basureros y solares, reutilizándose muy poco material proveniente de los cortes de caña del carrizo.

5.10.7 Observaciones y recomendaciones

Los instrumentos musicales se vienen elaborando en diversos tamaños según lo solicite el cliente. A pesar de que la mayoría de los instrumentos musicales tienen una tradición indígena, los artesanos han venido plasmando su creatividad e innovación en la elaboración de nuevos instrumentos que se salen de lo tradicional en la región.

5.11 TEJEDURÍA

5.11.1 Productos artesanales

Individuales

Bolsos

Morrales

Esterillas en calceta de plátano

Carteras

Mochilas
Cinturones
Lechados
Muñecas
Cofres
Sombreros
Bolsas
Billeteras
Hebillas ó pinzas

5.11.2 Municipio

San Agustín

5.11.3 Materia Prima

Las tejedoras, tanto del Estrecho como de la planada de Obando, vienen apoyando su oficio en dos materias primas básicas: el fique y la fibra de calceta de plátano

5.11.4 Procedencia de la materia prima

La materia prima se produce y extrae en la misma localidad y región de San Agustín

5.11.5 Tecnología utilizada para la extracción

La tecnología empleada se basa , en los dos casos, en el uso del machete, tabla de bolso para apoyar el proceso de raspado y macana de tres filos con un pedazo de machete. También se acude, cuando no se realiza el raspado, al uso de máquinas desfibradoras.

5.11.6 Comercialización

El costo de explotación es muy bajo teniendo en cuenta que algunos artesanos extraen por sí mismos la materia prima. No hay costo por transporte.

5.11.7 Desperdicios

Los desechos provienen principalmente del proceso de obtención de la fibra. Básicamente queda como sobrante, sin utilizar, la pulpa de la penca de fique y de la calceta de plátano.

5.11.8 Incidencias ambientales

Las fuentes de materia prima en la región se están agotando, debido a la presencia del piojo blanco que ataca las matas de plátano en la región, motivo por el cual cada día es más difícil adquirir la materia prima a bajo costo. Por otra parte, estas especies cada día se están reemplazando más por otras plantas de mayor rentabilidad como la caña de azúcar.

5.11.9 Observaciones y recomendaciones

Es necesario apoyar la comercialización de este tipo de productos, ya que sus ventas se realizan en mercados y lugares particulares. De igual manera se deben adelantar programas y proyectos de cultivo y propagación de esta planta en la zona, dado que no son suficientes para cubrir la demanda futura.

6. PRODUCTOS ARTESANALES POR OFICIOS.

Las materias primas básicas utilizadas por los artesanos del Huila son de origen animal, vegetal, mineral e industrial (barro, guadua, bejucos, iraca, fique, pindo, plátano, maderas, cueros, mármol, entre otros), obtenidas directa e indirectamente del entorno:

Los productos finales del sector artesanal en el departamento del Huila están clasificados por el oficio y el origen de las materias primas obteniendo la siguiente clasificación:

1. Cerámica
2. Alfarería.
3. Bambú.
4. Bisutería.
5. Bordados.
6. Carpintería.
7. Cestería.
8. Instrumentos musicales.
9. Juguetería.
10. Marroquinería.
11. Sombrerería.
12. Talla en piedra.
13. Tejeduría.
14. Talla en mármol.

Los principales productos finales elaborados por los artesanos se clasifican según el oficio:

6.1 CERÁMICA

Producto	Técnica	Municipio
1. Calambuco	Moldeado	San Agustín
2. Alcarraza antropomorfa	Moldeado	San Agustín
3. Poporopo "Gritón"	Moldeado	San Agustín
4. Botellón	Moldeado y engobes	San Agustín
5. Juego de te	Brunido sobre pasta y moldeado	San Agustín
6. Flauta transversa	Bruñido	San Agustín
7. Baldosa	Arcilla prensada	San Agustín
8. Licorera	Torno	Pitalito
9. Jarra para mesa de noche	Vidriado	Pitalito
10. Gallina	Moldeado	Neiva
11. Grupo de rajaleñas	Moldeado directo y en rollo	Neiva
12. Payaso	Moldeado directo	Pitalito
13. Tienda artesanal	Moldeado	Pitalito
14. Arca de Noe	Moldeado directo prensado	Pitalito
15. Chiva en Carretera	Prensado	Pitalito
16. Chiva Navideña	Moldeado directo vaciado	Pitalito
17. Balcón	Moldeado directo vaciado	Pitalito
18. Jeep renegado	Vaciado en molde	Pitalito
19. Reyes magos	Moldeado directo	Pitalito

6.1.1 Proceso de elaboración:

Se recolecta y prepara la arcilla. Se seca y se tritura, luego se disuelve en agua para formar barbotina o arcilla líquida, con la que se llenan los moldes, se moldean las piezas y después se retocan, para lograr el acabado de la pieza. Después se aplican los engobes coloreados en forma líquida. El bruñido se da por frotación con semillas y piedras semipreciosas (agata, Jaspe), Posteriormente se queman en horno de ladrillo, utilizando como combustible carbón vegetal para calentamiento y la leña para la

cocción que alcance de 800 a 850° C. Las piezas que se trabajan son moldes preconcebidos inspirados en cerámica precolombina. Las chivas e instrumentos musicales se pintan a mano una vez realizada la cocción.

6.2 ALFARERÍA

Producto	Técnica	Municipio
1. Tiesto de barro.	Rollo	Campoalegre
2. Jarrón con relieve.	Manual	Campoalegre.

6.2.1 Proceso de elaboración :

Se extrae la arcilla, se humedece y se pila o machaca hasta obtener la plasticidad deseada, se forman arepas según el tamaño del producto uniendo los rollos de arcilla con base en espiral y se moldea con los dedos, se pule y se alisa la pieza, posteriormente sobre un molde se colocan la pieza para el secado bajo sombra, cuando ya esta a punto se raspa la superficie y se empapa con papilla de color rojo o negro se bruñe y se coloca al horno para su "cochura" una vez fría se ya esta lista para la venta.

6.3 BAMBÚ

Producto	Técnica	Municipio
1. Sillas	China	Pitalito
2. Bolsos en guadua	Manual	Pitalito

6.3.1 Proceso de elaboración:

Se corta el bambú o la guadua, se deja a la interperie por espacio de 20 días, se aplica soplete a gasolina, se enderezan las varas para que queden rectas, se perforan los nudos, se le echa arena fina para doblar con soplete al calor, a medida que se calienta se va doblando y se aplica agua para lograr firmeza. La guadua no se calienta. Se hacen las cajillas, se dobla y se empieza armar el mueble, empezando por su estructura y según el diseño se arma, se le da pulimiento y se aplica laca transparente, los bolsos de guadua van pegados con colbón y estos se les aplica sellador.

6.4 BISUTERÍA

Producto	Técnica	Municipio
1. Espejo	Grabado con ácido nítrico	San Agustín
2. Aretes	Laminado, grabado e hilado	San Agustín

6.4.1 Proceso de elaboración:

Se dispone la lámina de cobre de acuerdo al diseño y tamaño deseado, sobre la lámina se dibujan los motivos decorativos y las zonas a proteger del ácido mediante el sistema de termosecado durante unos minutos. Se deja secar el barniz, luego se sumerge la lámina en una cubeta con ácido nítrico el tiempo requerido para que el “mordiente” actúe sobre las zonas desprotegidas. Se retira el barniz con disolventes se recortan con un soplete autógeno los recuadros según el producto a elaborar y posteriormente se insertan piedras semipreciosas y se le da el acabado.

6.5 BORDADOS A MANO

Primero se busca el motivo, se hace el dibujo en un papel, se pasa el dibujo a la tela y se empieza a bordarlo, utilizando las puntas de acuerdo a los que se borda para darle la autenticidad del bordado, los colores utilizados dependen del motivo que se quiera dibujar, las puntas utilizadas en la mayoría de los bordados son: margarita, rococo, comino, pasado, cadeneta, largo y corto, y los hilos anchos angelinos en diferentes tonos de acuerdo a la necesidad; la tela base es madre selva, una tela burda y gruesa, el marco de los cuadros es en madera para observar lo artesanal del bordado.

6.6 CARPINTERÍA

Las maderas utilizadas para la elaboración de productos artesanales en madera son guayabo, naranjo y nogal, la madera se corta en trozos, en forma cilíndrica para ajustarlos al torno, donde se monta la madera y allí se tornea en serie las partes correspondientes, luego se hace corte para separar cada parte y se le da movimiento a la pieza de acuerdo a lo requerido en cada caso, se utilizan serruchos y ceguetas, se efectúa el lijado y la pulida de cada pieza, manualmente y con la misma máquina si es necesario, luego se pinta a mano cada parte para después pegarlas entre sí, efectuando

el ensamblaje correspondiente. El pegante utilizado es colbón madera, para cabellos se utiliza el fique, tela para los vestuarios y las pinturas son vinilos

6.7 TEJEDURÍA

Producto	Técnica	Municipio
1. Buho en macrané	Macrané	La Jagua – Garzón
2. Bolso sobre	Telar	La Jagua – Garzón
3. Bolso Tula	Telar	La Jagua – Garzón
4. Bolso recogido	Telar	La Jagua – Garzón
5. Bolso rectangular	Telar	La Jagua – Garzón
6. Lechado caracol	Manual	La Jagua – Garzón
7. Moral de cabuya	Tejido en 3 singas	Obando – San Agustín
8. Bolso rústico	Tejido 2n 3 singas	Obando- San Agustín
9. Bolso cartera	Telar manual	San Agustín
10. Cartera cofre	Telar manual	San Agustín
11. Individual circular	Croche (telar manual)	San Agustín
12. Cartera de fique	Telar manual	San Agustín
13. Bolso de fique	Telar manual	San Agustín
14. Bolsa o mochila	Tejido a mano	Obando – San Agustín
15. Bolso de pindo	Manual	Palermo

6.7.1 Proceso de elaboración

Para el macrané se temple una hebra de cabuya, se cortan tiras de un metro de largo y se unen a la otra hebra con nudos, luego se enrolla hebra por hebra, de lado a lado, se cruzan y se siguen enrollando hacia abajo, se sueltan las hebras dejando un espacio de 3cm. Y se anudan a un palo de madera, se abren las hebras y se peinan para formar el fleco.

Para la técnica del telar, una vez está lista la fibra de fique para tejer se coloca sobre un palo de pindo. Se arma la tela de 3 hilos anudando sobre el armador hasta llegar al tamaño de la tela deseada. Luego con una macana se saca la traba, se coge la SINGA cuya función es coger hebra por hebra para hacer la trama del tejido. Se realiza el tejido y se afirma con una macana hasta la medida deseada; se saca la tela, se tusa o se pule sobre una superficie plana, se alisa con un caracol o piedra para darle brillo y se realiza el producto de acuerdo al diseño preconcebido del bolso, los cuales se diferencian también por el grosor del hilo.

En el caso del lechado de caracol, una vez obtenida la tela del telar y cortada al tamaño indicado, manualmente se le hacen los acabados dejando el borde inferior en hilachas y se le pega la decoración.

En el tejido en 3 singas, para elaborar el tejido, se deben ubicar en los extremos del tejido 1. un palo que une los bordes del tejido; 2. dos palos: uno que es bajador y otro que es singuero; 3. una regla llamada macano para cintar el tejido; 4. un palo en horqueta en sus extremos tramados. Se corta la hoja en penca de fique verde, se raspa manualmente, se lava, se pringa en agua hirviendo durante 3 minutos y luego se teje.

Teniendo el tejido, se ubican los colores deseados, se hacen los bordados, y se hacen los tejidos que se requieran. En los individuales y los bolsos o mochilas, el tejido se realiza en crochet hasta el tamaño deseado. Para el bolso de pindo se elabora el tejido en forma de palto ovalado de 8 o 10 vueltas.

6.8 CESTERÍA

Producto	Técnica	Municipio
1. Frutero copa	Trenzado	Tello
2. Canasto ropero	Trenzado	Tello
3. Petaca	Trenzado	Tello
4. Canasto de campo	Doble U	Tello

6.8.1 Proceso de elaboración

El trenzado consiste en elaborar calibres diferentes de trenza de 2, 3, 4, 5, 6 fibra, de guadua o fique que se entrelazan. Se rajan por la mitad y se sacan las tiras del tamaño adecuado para el producto requerido. Se inicia el trenzado hasta llegar al tamaño deseado. El tejido debe hacerse con guadua “biche”, para evitar que se apolille.

Para la técnica de doble U, se sigue el mismo proceso, pero la guadua se envarilla por los cuatro lados para dar consistencia al tejido que se ha elaborado.

6.9 INSTRUMENTOS MUSICALES

Producto	Técnica	Municipio
1. Quena	Manual	San Agustín

6.9.1 Proceso de elaboración

Se corta el carrizo en luna llena, se inmuniza, se ahuma y se trabaja manualmente; se toman medidas, se buscan los sonidos y se van calibrando en un afinador electrónico.

6.10 JUGUETERÍA

Producto	TÉCNICA	MUNICIPIO
1. Micos	Mixta	Teruel
2. Despulpadora	Mixta	Teruel

6.10.1 Proceso de elaboración

Para la elaboración de los micos se trabaja el coco, separando la almendra del capacho y se elabora el tronco, las extremidades y el cráneo; luego, se elaboran las manos, patas y cara en cerámica. Se ponen a secar, se dan acabados y se realiza el vestuario; paralelamente se elaboran los demás accesorios en yeso, cartón, madera e icopor.

La despulpadora se arma pieza por pieza, primero la despulpadora y después se le coloca todo el engranaje (piñones, volantes, bajantes, el rayo, la tolva, canastas, la canoa y el café) Se pinta cuidadosamente y se pule.

6.11 MARROQUINERÍA

Producto	Técnica	Municipio
1. Morral para estudiante	Manual	San Agustín
2. Bolso mochila	Manual	San Agustín

6.11.1 Proceso de elaboración

Se saca el molde en papel y se pasa al cuero, se corta y se comienza a elaborar con el forro; se cose en máquina, se ubican los bolsillos y se le da el terminado colocando de base una plancha de triplex. Se colocan los herrajes correspondientes.

Al bolso mochila adicionalmente se le coloca una platina de hierro para la forma.

6.12. SOMBRERERÍA

Producto	Técnica	Municipio
1. Sombrero llanero	Tejido común y manual	Suaza
2. Sombrero corrosco		

6.12.1 Proceso de elaboración

Se prepara la paja con el cogollo de iraca en forma de cintas plegadas color amarillo claro y verde en las uniones. El rpiado se hace con un hueso de perro rasgando a lo largo de la cinta, seleccionándose la tira central. La parte rpiada se tuerce y enrolla en manojos de a docenas y se cocina en agua durante dos horas. Luego se deja enfriar, se desenrollan y se sacuden los manojos y se cuelgan en un sitio sombreado sin viento.

El sombrero consta de : EMPIEZO, es el inicio del tejido y es diferente según el tamaño y el estilo del sombrero. PLATO Dos o cuatro vueltas después del crecido de empieza se adiciona otra vuelta, ahora de plato, hasta obtener el plato del tamaño en relación al estilo y medida. ALA, su anchura depende del estilo .

6.13 TALLA EN PIEDRA

Producto	Técnica	Municipio
1. Máscara en piedra	Manual	San Agustín
2. Doble yo	Percusión o cincelado	San José de Isnos

6.13.1 Proceso de elaboración

Después de tener la piedra volcánica, se hace el trazo de la cara y se comienzan a vaciar los ojos y la boca, se abren los orificios ayudado del martillo y cincales de varios tamaños, quedando un trabajo rústico, imitando esculturas antiguas.

En la percusión o cincelado se trabaja con base en un modelo fotográfico teniendo en cuenta el modelo original. De acuerdo a esto se da mayor o menor profundidad y se da el toque final lavándose la piedra para que suelte los residuos que hayan quedado; luego se aplica una capa de barro amarillo que resalta la figura y da la impresión de una pieza

7. OBJETIVOS

7.1 OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO

Fortalecer unidades económicas, del sector artesanías del departamento, con un enfoque integral en las dimensiones empresarial, organizativa, tecnológica de mercadeo que permita la cualificación de la actividad y el mejoramiento de nivel de vida de los empresarios.

7.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas que propendan por el desarrollo y fortalecimiento empresarial, del sector artesanías para el fortalecimiento de las unidades económicas.
- Ejecutar el proyecto de remodelación y habilitación del centro artesanal de Pitalito, como eje dinamizador de la actividad en el departamento para mejorar las condiciones productivas del sector en la región.
- Aumentar los volúmenes de producción de artesanías dirigiendo acciones al mejoramiento de la calidad, diseño y tecnología apropiadas para desarrollar un sector competitivo a nivel regional.
- Facilitar a los empresarios herramientas de gestión y conocimientos técnicos y empresariales para que los productos respondan a las exigencias de los mercados nacionales e internacionales.
- Articular las unidades económicas a los clusters de los bienes y servicios del sector, que permita aunar esfuerzos frente a las dificultades de producción y de mercado.
- Vincular las unidades económicas a procesos organizados de comercialización y promover la creación de una comercializadora regional que permita la integración de la oferta regional, para responder competitivamente a demandas de volumen con estándares de calidad, homogeneidad y cumplimiento.

- Incrementar los niveles de rentabilidad de las unidades económicas con el diseño de estrategias de competitividad y productividad de tal forma que represente beneficios a empresarios productores, a los distribuidores, trabajadores y consumidor final
- Fomentar la organización gremial de los artesanos del departamento para generar una mayor capacidad propositiva y de participación en instancias de decisión articuladas al desarrollo regional.
- Generar conciencia sobre la importancia de proteger, recuperar y conservar los recursos naturales, para garantizar el desarrollo sostenible.

8. METAS GLOBALES DEL PROYECTO

Las siguientes metas se hacen extensivas a las empresas seleccionadas que serán atendidas en el desarrollo del proyecto.

- Mantenimiento las empresas seleccionadas en operación.
- Posicionados por lo menos el 50% de los productos de las unidades económicas en 2 nuevos segmentos de mercado.
- Colocado en el mercado un nuevo producto artesanal en promedio por las unidades económicas.
- Incrementada por lo menos en un 20% la productividad del sector respecto a la misma en el período anterior.
- Aumento del 15% del volumen de ventas medidas con respecto al período anterior.
- Utilizada por lo menos el 60% de la capacidad instaladas de las unidades económicas seleccionadas.
- Creada y en funcionamiento una comercializadora regional de doble vía.
- Aumento en por lo menos el 15 % en las utilidades netas respecto al período anterior.
- Generado por lo menos un nuevo puesto de trabajo por cada una de las unidades económicas seleccionadas.
- Por lo menos el 50% de las unidades económicas seleccionadas accediendo a fuentes de financiamiento.
- Por lo menos el 70% de los trabajadores vinculados a las unidades económicas con mejores condiciones laborales.
- Constituida y en funcionamiento organización gremial que asocie por lo menos el 60% de las organizaciones municipales de artesanos del departamento.

- Remodelado y en funcionamiento el centro artesanal de Pitalito, en su primera etapa, como dinamizador de la actividad en la región.
- Concientizados el 100% de los empresarios sobre la importancia y uso adecuado de los recursos naturales renovables.

9. DEFINICIÓN DE LOS SECTORES A ATENDER E IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

9.1 MUNICIPIOS A ATENDER

Este proyecto atenderá 60 unidades económicas del sector de artesanías en los municipios de mayor tradición artesanal que son: San Agustín, Pitalito, Timaná, Garzón, Tello, Suaza, Acevedo, Campoalegre y La Plata y los que han demostrado según estudio de la Secretaría Departamental de Cultura vocación artesanal que son: Neiva, Villavieja, Aipe, Yaguará, Palermo, Guadalupe, Altamira, Iquira, Nátaga, Isnos, Elías, Tarqui y La Argentina para un total de 22 municipios.

9.2 PERFIL DE LOS BENEFICIARIOS

Los empresarios beneficiarios del presente proyecto son empresas con menos de 15 trabajadores y activos inferiores a cincuenta millones de pesos. (\$50.000.000).

9.3 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

Para definir la población objetivo se analizó la base de datos del SICME teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

- Número de empleados 1 a 15 personas
- Años de funcionamiento Los de mayor tradición artesanal: 15 años
 Los de vocación artesanal : 2 años
- Activos (\$) Inferiores a 100.000.000 ₪
- Actividad Artesanías

9.4 DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS POR MUNICIPIOS SEGÚN TRADICION ARTESANAL

TIPO DE EMPRESA	MUNICIPIOS	EMPRESAS BENEFICIADAS
MAYOR TRADICION ARTESANAL	SAN AGUSTIN, PITALITO, TIMANÁ, GARZÓN, TELLO, SUAZA, ACEVEDO, CAMPOALEGRE Y LA PLATA	40
MUNICIPIOS CON NUEVO VOCACION ARTESANAL	NEIVA, VILLAVIEJA, AIPE, YAGUARÁ, PALERMO, GUADALUPE, ALTAMIRA, IQUIRA, NÁTAGA, ISNOS, ELÍAS, TARQUI Y LA ARGENTINA	20

10. INFORMACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR ARTESANAL

El análisis de la información recolectada por la Gobernación del Huila durante cerca de 5 años, permite establecer La siguiente información económica:

1. El ingreso per cápita del artesano huilense es en promedio de \$200.000, según datos a diciembre 31 de 1.999. Tomando como base el total de 1.200 familias dedicadas a la actividad artesanal, con un promedio de 3 personas laboralmente activas por familia.
2. se tiene que por familia se genera anualmente el valor de \$7.200.000 y un Producto Interno Bruto (PIB) del sector equivalente a \$8.640.000.000.

10.1 IDENTIFICACION DE LA DEMANDA Y OFERTA Y DETERMINACION DEL DEFICIT

Según estudios realizados por la Secretaría Departamental de Cultura y proyectadas la oferta y la demanda hasta el año 2004 se obtiene los siguientes resultados estimados:

NOMBRE DEL BIEN O SERVICIO: Desarrollo Integral Sostenible del Sector Artesanal Huilense.

Unidad de Medida: Número de familias dedicadas a la artesanía dotadas del conocimiento sobre: 1. Técnicas de producción con alta calidad. 2. Capacidad para comercializar sus productos con obtención de utilidades suficientes para mejorar su nivel de vida y 3. Facultad de integrarse en grupos asociativos de trabajo.

AÑOS	DEMANDA (Cantidad anual)	OFERTA (Cantidad anual)	DEFICIT (Cantidad anual)
2001	1.200	700	500
2002	1.300	900	400
2003	1.400	1.200	200
2004	1.500	1.500	-0-

11. ESTUDIOS REGIONALES SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LAS UNIDADES ECONÓMICAS DEL SECTOR DE ARTESANIAS

La importancia de las unidades económicas, en la generación de empleo e ingresos para una gran parte de la población motivó la realización de estudios que permitan conocer la problemática de este sector, no solamente en la ciudad de Neiva, donde se concentra gran parte de las unidades económicas, sino a nivel regional por la dinámica económica que generan en otras zonas del Departamento.

Las conclusiones de estos estudios nos permiten direccionar de manera concreta los parámetros sobre los cuales se fundamenta la presentación de este proyecto.

11.1 ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO PARA LA CARACTERIZACIÓN DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS Y MICROEMPRESAS EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA

- Elaborado por **AUDITORES & CONSULTORES LTDA. A & C LTDA.**
- Contratado por **FUNDACION DEL ALTO MAGDALENA**
- Objetivo General “Elaborar un estudio de comercialización y mercadeo orientado a efectuar la caracterización de la microempresa en la empresas de Neiva, Garzón, La Plata, Campoalegre, Palermo, Baraya, Yaguará y Aipe, que permita diseñar líneas de acción para contribuir al desarrollo microempresarial del Huila y sus municipios de influencia.”
- Metodología del estudio. El trabajo se desarrollo en dos fases :

Fase I. Comprende la elaboración de un inventario de las unidades de negocio en los municipios en los cuales se aplicó el estudio, la caracterización de las microempresas en función de la ubicación, tipos de productos que ofrecen, número de empleados, tecnología utilizada, cobertura de mercados, fuentes de materias primas, experiencia, nivel de educación, requerimientos de capacitación, necesidades de financiación. Estos elementos permiten definir las actividades que ofrecen mayor perspectiva en cada municipio.

Fase II. Incluye el diseño de estrategias para ampliar mercados en las actividades consideradas prioritarias en la fase I tomando como mercados objetivos las ciudades de Neiva y Santafé de Bogotá.

- Importancia de estudio para el proyecto. Este estudio es importante porque :
 - Define y caracteriza la microempresa del Huila.
 - Trata la importancia de la microempresa como generadora de empleo en el Huila.
 - Define las actividades de mayor importancia en la generación de empleo.
 - Identifica sectores y municipios a atender.
 - Prioriza las líneas a atender en cada sector.
 - Presenta criterios de selección de sectores y productos de mayor potencialidad.

Las actividades y municipios de mayor importancia para direccionar las acciones del presente proyecto son

- Las actividades que generan mayor número de empleos en el departamento son Alimentos y Confecciones.
- Acciones y recomendaciones del estudio
 - Fortalecer el mercadeo y la comercialización orientando la producción a satisfacer las necesidades del mercado ; fortalecimiento de la promoción de los productos ; orientando a las empresas hacia los clientes.
 - Facilitar mecanismos de formación y capacitación técnica en las áreas administrativa, productiva y comercial tendientes a fortalecer la productividad empresarial.

11.2 PLAN DE MERCADEO TURÍSTICO DEL HUILA

- Elaborado por **HECTOR E. LÓPEZ BANDERA** *Consultor en Turismo*
- Contratado por **CORPES CENTRO ORIENTE – GOBERNACIÓN DEL HUILA**
- Importancia de estudio para el proyecto. Este estudio es importante porque :
 - Investiga las características del mercado turístico actual y potencial.
 - Posiciona en el mercado doméstico los más relevantes productos turísticos del Departamento y los dirige hacia los segmentos de demanda identificados en este estudio.

Conclusiones generales y recomendaciones.

- San Agustín e Isnos tienen las mayores posibilidades para el desarrollo del turismo.
- Tanto el mercado doméstico como receptivo identifican problemas en oferta de productos.
- Reorientar la promoción de los productos turísticos hacia nuevos mercados nacionales e internacionales.

11.3 INFORME ACTIVIDADES DEL SECTOR ARTESANAL DEL HUILA. 1999

Convenio Artesanías de Colombia - Gobernación del Huila - Secretaría de Cultura Departamental del Huila.

11.4 PROYECCION DESARROLLO ARTESANAL PERIODO 2001 - 2004

Secretaría Cultura Departamental del Huila.

12. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto “DESARROLLO INTEGRAL DEL SECTOR ARTESANIAS EN EL DEPARTAMENTO DEL HUILA”, tiene por objeto fortalecer las empresas de menor tamaño del sector artesanías del departamento con un enfoque integral en las dimensiones empresarial, organizativa, tecnológica y de mercadeo que permita la cualificación de la actividad y el mejoramiento del nivel de vida de los empresarios.

Como población objetivo del proyecto, se consideran aquellos huilenses pertenecientes a los municipios que presentan una marcada tradición artesanal y que son: San Agustín, Pitalito, Timaná, Garzón, Tello, Suaza, Acevedo, Campoalegre y La Plata y aquellos que han demostrado vocación artesanal y llevan por lo menos dos años de trabajo continuo en el sector, a los cuales pertenecen: Neiva, Villavieja, Aipe, Yaguará, Palermo, Guadalupe, Altamira, Iquira, Nátaga, Isnos, Elías, Tarqui y La Argentina para un total de 22 municipios.

Este conjunto de municipios albergan aproximadamente 1.200 artesanos que con sus familias pueden ascender a la cifra de 4.200. Del total de estos 1.200 artesanos el 65% se ubica en el casco urbano y el 35% restante en el sector rural.

Los empresarios beneficiarios del presente proyecto son empresas con menos de 15 trabajadores y activos inferiores a cincuenta millones de pesos. (\$50.000.000).

El desarrollo del proyecto tiene una duración de 12 meses y consta de dos partes: La primera tendrá en cuenta los componentes de capacitación, empresarial, comercialización y mercadeo, productividad y organizativo con unas metas globales a alcanzar las cuales son:

- Mantenimiento de todas las empresas en funcionamiento
- Posicionamiento de todos los productos en el mercado Regional y Nacional.
- Posicionamiento en el mercado Internacional de un producto.
- Aumento de la productividad y volúmenes de venta.
- Incremento de la capacidad instalada de las empresas.
- Mantenimiento del número de trabajadores y generación de un puesto adicional de trabajo por cada unidad económica reactivado en el centro artesanal de Pitalito
- Constituida y en funcionamiento, organización gremial del sector.
- Creada y en funcionamiento una comercializadora regional de doble vía
- Constituida y en funcionamiento organización gremial que asocie por lo menos el 60% de las organizaciones municipales de artesanos del departamento.

En la segunda parte se adelantará la primera etapa de la remodelación y habilitación del centro artesanal de Pitalito, el cual se está utilizando actualmente solo como depósito de elementos de algunas agremiaciones de artesanos locales y que tiene un diseño arquitectónico adecuado, pero que por el deterioro ocasionado por el paso del tiempo y la falta de mantenimiento, no cuenta con las condiciones de seguridad ni locativas requeridas para una buena presentación ferial. Comprende la realización de las obras prioritarias que requiere la construcción y sus áreas circulantes, para la puesta en funcionamiento de las instalaciones, en las diferentes actividades de carácter cultural, recreación y de capacitación (Ver anexo proyecto Centro Artesanal de Pitalito).

La meta global para esta parte del proyecto es:

- Remodelado y en funcionamiento el centro artesanal de Pitalito como dinamizador de la actividad en la región.

El valor del proyecto asciende a la suma de \$302.970.611 y para su financiación se plantea la necesidad de diseñar e implementar mecanismos y estrategias que conduzcan a potenciar su capacidad económica y de gestión, a través de un acuerdo interinstitucional para la cofinanciación y ejecución con

instituciones de carácter público y privado, como la Cámara de Comercio, Artesanías de Colombia, Gobernación del Huila, Alcaldía de Pitalito, la Corporación para el Desarrollo de la Microempresa y los artesanos organizados, con la siguiente participación:

• Recursos propios Cámara de Comercio	\$31.322.359	7.07%
• Artesanías de Colombia	32.000.000	7.22%
• Gobernación del Huila	107.561.623	24.28%
• Recursos de Beneficiarios	5.866.104	1.32%
• Alcaldía de Pitalito	46.097.840	10.41%
• Cofinanciación solicitada Corporación	220.000.000	49.68%

13. ACCIONES A REALIZAR

El enfoque integral que se presenta en este proyecto está orientado a fortalecer el proceso productivo definido como una de las partes más importantes de la empresa, ya que formula y desarrolla los métodos más adecuados para la elaboración de los productos, al suministrar en forma coherente y organizada la interrelación entre mano de obra, equipo, instalaciones y materiales entre otros, y los canales de comercialización para los productos de los empresarios de las unidades económicas, como una alternativa de apertura y posicionamiento en nuevos mercados.

Las acciones a desarrollar, están encaminadas a solucionar la problemática planteada y las podemos identificar en los cuadros 1, 2 y 3 “PROBLEMAS Y ACCIONES A REALIZAR POR COMPONENTES” (Ver Cuadros 1 - 2 y 3)

16. DESCRIPCION Y CUANTIFICACION DE LOS PRINCIPALES BENEFICIOS DEL PROYECTO

Describa los principales beneficios obtenidos con el proyecto.

1. La producción artesanal huilense se desarrollará logrando mayores niveles de eficiencia con lo cual los costos deberán disminuir y las ganancias ser mayores.
2. El sector artesanal huilense se inscribirá en el concierto internacional de los negocios, dando lugar a un mayor posicionamiento de nuestros productos al tiempo que dará imagen al Departamento.
3. El desarrollo permanente de investigaciones sobre el sector y la implementación de tecnologías, se constituirá en una cultura de la calidad total en la actividad del artesano.
4. La obtención de mejores resultados económicos en su actividad productiva y comercial, permitirá que al artesano satisfacer de mejor forma sus necesidades no solo físicas sino de reconocimiento social y superación personal.
5. El departamento del Huila en virtud de sus logros en materia artesanal puede convertirse en un nodo de desarrollo regional que integre países con vocación artesanal a nivel de América Latina, para lo cual puede iniciar con aquellos miembros del Convenio Andrés Bello. Esto permitiría entrar con mayor fuerza en el ámbito de la consolidación de un bloque continental para enfrentar la competencia global que impera actualmente en el planeta.

**CUADRO 1
PROBLEMAS Y ACCIONES A REALIZAR POR COMPONENTE**

COMPONENTE 1: COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO		
VARIABLES	ESTADO ACTUAL	ACCIONES A REALIZAR
Conocimiento del mercado	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Conocimiento muy limitado y parcializado del mercado. ◆ Desde su posición centrada en la producción los empresarios introducen elementos subjetivos que no les permiten lograr una visión objetiva de las necesidades y requerimientos de los consumidores. ◆ La investigación y los sondeos de mercados son intuitivos. Los métodos son de "ensayo y error" que resultan ineficientes en el momento de la decisión de qué y cómo producir. 	Investigaciones de mercados por líneas de productos.
		Sondeo de mercados por productos.
Precio	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Desconocimiento o falta de aplicación de procedimientos para determinar los costos de producción y el precio de los productos. ◆ Falta de definición de políticas de precios de acuerdo con los volúmenes y condiciones de venta. ◆ Los altos fletes por las bajas cantidades comercializables, así como la falta de un costeo real de fabricación, los excluye de demandas competitivas. 	Capacitación y asesoría para el montaje de procedimientos de costos y de fijación de precios a los productos.
Marca	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Desconocimiento de la importancia de la marca como factor de mercadeo y comercialización. ◆ Falta de interés por mejorar la calidad del producto que sustente el posicionamiento de una marca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría para la adopción de una marca por cada unidad económica y la comercializadora. • Capacitación y asesoría a empresarios sobre beneficios y responsabilidad.

VARIABLES	ESTADO ACTUAL	ACCIONES A REALIZAR
Empaque	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Desconocimiento de la importancia actual de un empaque atractivo y funcional como variable importante del mercadeo y la comercialización. ◆ Deterioro de los productos por la carencia de un empaque adecuado a las características del mismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Capacitación sobre la importancia del empaque y en técnicas para selección y diseño de los mismos. ◆ Asesoría para el diseño de empaques atractivos, funcionales y económicos de acuerdo con las características del producto y las condiciones de comercialización de los mismos.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Por falta de planificación y múltiples problemas los empresarios de las unidades económicas generalmente no cumplen oportunamente con las fechas de entrega previstas en los contratos. ◆ Por falta de control de calidad en el proceso se ven obligados a atender muchas devoluciones o corregir fallas protuberantes en los productos. ◆ No se tiene una cultura de atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Capacitación en procesos de planeación y programación de la producción. ◆ Sensibilización sobre la importancia del cumplimiento, la atención de reclamos y devoluciones como factores para conservar y aumentar la clientela.
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Inapropiados e ineficientes sistemas de promoción. ◆ Baja asistencia o inadecuada participación en eventos de promoción comercial. ◆ Limitada difusión en los medios de comunicación de la oferta artesanal. ◆ Dificultad de promocionar los productos de las unidades económicas en otros mercados por problemas de: <ul style="list-style-type: none"> ■ Seguridad ■ Costos de desplazamiento ■ Manipulación del producto ■ Limitante capital de trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Asesoría para el diseño y aplicación de apropiadas estrategias de promoción. ◆ Capacitación y asesoría para participar en diversos eventos de promoción comercial: ferias, exhibiciones comerciales, ruedas de negocios, misiones comerciales. ◆ Capacitación y asesoría en técnicas de venta y servicio al cliente. ◆ Diseño de una estrategia comunicativa para la difusión y promoción de los productos artesanales.

VARIABLES	ESTADO ACTUAL	ACCIONES A REALIZAR
Canales de aprovisionamiento de Materia Prima	<ul style="list-style-type: none"> • Limitados canales de aprovisionamiento • Conformismo con proveedores habituales. • Temor a conocer y realizar negociación con proveedores nacionales e internacionales. • No existe una cultura de asociatividad para la compra de materia prima, equipos, herramientas e insumos. • Aprovisionamiento de materias primas en volúmenes no competitivos 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Identificar proveedores existentes en el mercado nacional e internacional. ◆ Asesorar y realizar eventos tendientes al conocimiento de nuevos proveedores. / ◆ Aprovisionamiento a través de la comercializadora regional de las materias primas necesarias para cumplir los contratos de producción.
Canales de distribución producto terminado	<ul style="list-style-type: none"> • La distribución de los productos operan en mercado de tipo local y regional. • Baja capacidad de negociación de los propietarios de las EMT. • Altos costos de comercialización • Deficientes sistemas de transporte • Inadecuados e insuficientes sitios de almacenamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ <u>Establecer procesos</u> de comercialización que permitan que los márgenes de utilidad al productor sean mayores. ◆ Realización de un estudio de mercado identificando clientes potenciales. ◆ Capacitación y asesoría en gestión comercial y de negocios. ◆ Capacitación y asesoría en la manipulación del producto.
Sistema de información comercial	Débil o inexistente sistema de información comercial.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Asesoría para el diseño y aplicación de un sistema apropiado de información comercial. ◆ Registro de proveedores y clientes.

**CUADRO 2
PROBLEMAS Y ACCIONES A REALIZAR POR COMPONENTE**

COMPONENTE 2: PRODUCTIVIDAD

VARIABLES	ESTADO ACTUAL	ACCIONES A REALIZAR
Diseño del producto o servicio	<ul style="list-style-type: none"> ◆ A Los empresarios de las EMT no hacen diseño, y en algunas ocasiones copian otros modelos. ◆ No hay novedad de impacto en el diseño. ◆ Los productos no se diseñan de acuerdo a las condiciones ergonómicas de trabajo y de disfrute de los bienes o servicios. 	Capacitar y asesorar en diseños de acuerdo a las perspectivas de negocio.
Calidad de las materias primas	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Difícil acceso a las materias primas de productos de moda. ◆ Costo mayor por compra de bajos volúmenes. 	Asesorar para la participación en negocios que permitan la compra de grandes volúmenes.
Programación de la producción	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Bajo nivel de capital y trabajo. ◆ Bajo nivel de inversión fija ◆ La programación no corresponde a un plan de ventas, por lo tanto es coyuntural, por pedido o al azar. ◆ Carencia de nuevos diseños para innovar producto final. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Capacitar los empresarios según necesidades en los procesos de programación de producción. ◆ Impulsar sistemas de comercialización conjuntas que garantice estabilidad en los pedidos. ◆ Capacitación e información sobre la oferta financiera institucional regional, nacional e internacional.
Maquinaria, equipos, herramientas y dispositivos.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ El sector no cuenta con niveles tecnológicos competitivos generalmente por limitaciones financieras. ◆ El sector posee dispositivos y herramientas manuales que se ajustan a necesidades actuales. ◆ Baja utilización, cuando se poseen máquinas y equipos especializados. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Asesorar a los empresarios para elaborar un plan de adquisición de maquinaria con base en las perspectivas del mercado y los recursos propios y de financiación. ◆ Procurar el aprovechamiento de los Centros de Desarrollo Productivo para alquiler de servicios de maquinado.

		<ul style="list-style-type: none"> ◆ Fomentar los servicios de maquinado entre las EMT y lograr por este medio, de un lado, un mayor aprovechamiento de las máquinas auxiliares especiales y de otro suplir las carencias de otros empresarios.
Espacio y distribución de planta.	<ul style="list-style-type: none"> ◆ No existen criterios adecuados para el manejo del espacio y distribución de planta. ◆ Las EMT generalmente funcionan en las casas de habitación del empresario limitando el aprovechamiento del espacio. 	Prestar asistencia técnica a la EMT en procesos de distribución de planta y manejo de espacios.
Proceso productivo	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Resistencia a cambiar los métodos tradicionales de trabajo. ◆ Actitud prevenida con relación a la asistencia técnica. En consecuencia poca demanda y receptividad de los servicios de capacitación y asistencia técnica. ◆ Protuberantes fallas y deficiencias en los procesos productivos debidas a : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desconocimiento del manejo apropiado de las materias primas. ▪ Falta de las máquinas, equipos, herramientas y dispositivos apropiados. ▪ Bajo rendimiento de los operarios, debido a su deficiente selección y orientación en el puesto de trabajo. La mayor parte de los operarios tienen una formación empírica que adolece de conocimientos tecnológicos. ▪ Inapropiada o nula división técnica del trabajo. ▪ Inestabilidad laboral. 	Capacitación y asistencia técnica con el diseño de estrategias pedagógicas y metodológicas acordes con la población objetivo.

Control de calidad en el proceso	<ul style="list-style-type: none"> • Control de calidad empírico y deficiente. • Desconocimiento de normas y procedimientos para el control de calidad. • Bajo nivel institucional de asesoría en el control de la calidad. • Falta de fichas técnicas que dificulta lograr normalización y homogeneidad en la producción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación y asistencia técnica para diseñar y aplicar un apropiado control de calidad, y para elaborar y utilizar fichas técnicas. • Concertar institucionalmente programas de capacitación y asesoría en el control de la calidad.
VARIABLES	ESTADO ACTUAL	ACCIONES A REALIZAR
Mantenimiento preventivo	Deficiente mantenimiento preventivo de máquinas y equipos, no se hace en forma periódica de acuerdo con las recomendaciones del fabricante.	Asistencia técnica para elaborar y ejecutar un programa periódico de mantenimiento preventivo.
Capacidad productiva	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Deficiencias en canales de comercialización. ♦ Bajo nivel de gestión de los propietarios EMT. ♦ Capacidad instalada subutilizada ♦ Limitantes en capital de trabajo ♦ Deficientes métodos de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación y asesoría para la optimización de la capacidad productiva de las EMT. • Asesoría en toma de decisiones • Asesoría para implementar adecuados canales de comercialización. • Las acciones encaminadas a mejorar la productividad de las empresas y mercabilidad de los productos debe conducir a realizar mayor cantidad de negocios y por lo tanto una mayor utilización de la capacidad instalada.

**CUADRO 3
PROBLEMAS Y ACCIONES A REALIZAR POR COMPONENTE**

COMPONENTE 3: GESTION EMPRESARIAL

VARIABLES	ESTADO ACTUAL	ACCIONES A REALIZAR
Conocimientos administrativos	<ul style="list-style-type: none"> • Deficientes conocimientos gerenciales por parte de los propietarios de las EMT. • Las tomas de decisión se realizan de forma empírica. • Buena disposición al cambio de actitud en temas gerenciales. 	Capacitación y asesoría para el desarrollo de las capacidades gerenciales
Gestión de personal	<ul style="list-style-type: none"> • Deficiencias en la selección, inducción y dirección del personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación y asesoría para mejorar los procesos de selección, inducción, dirección y control del personal.
Gestión del tiempo	<ul style="list-style-type: none"> • No se tiene definidos criterios para el manejo eficiente del tiempo. • Mutiplicidad de funciones hace que los procesos no tengan un tiempo bien definido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación y asesoría para mejorar el manejo del tiempo del gerente y la delegación de funciones. • Capacitación y asesoría en métodos y tiempos.
Manejo y utilización de información	<ul style="list-style-type: none"> • Limitada información relacionada con la actividad. • Poca importancia en el uso de la información para la toma de decisiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación y asesoría para la generación, selección, manejo y utilización de información acorde a las necesidades del empresario
Sistema de información contable	Inexistencia de un sistema de información contable	Capacitación, asesoría para el diseño e implementación de un sistema apropiado de información contable.
Liquidez	Frecuentes situaciones de iliquidez que obligan al empresario a recurrir a empréstitos a tasas de usura.	Capacitación y asesoría para el diseño y utilización de un sistema de flujo de fondos. Identificación de fuentes de recursos para resolver situaciones de iliquidez a menor costo.

VARIABLES	ESTADO ACTUAL	ACCIONES A REALIZAR
Solvencia	Desconocimiento de los indicadores de solvencia y su utilización como palanca de financiación	Capacitación y asesoría para el conocimiento y manejo de los indicadores de solvencia en el apalancamiento de la financiación.
Utilización de activos	Desconocimiento de los indicadores de rotación de activos y de su utilización para aumentar la liquidez y la rentabilidad.	Capacitación y asesoría para el conocimiento y manejo de los indicadores de rotación de activos para aumentar liquidez y rentabilidad.
Capacidad de pago y de endeudamiento	Desconocimiento de los indicadores capacidad de pago y de endeudamiento y su utilización para la financiación con recursos externos.	Capacitación y asesoría para el conocimiento y manejo de los indicadores de capacidad de pago y de endeudamiento para conseguir financiación externa.
Fuentes de financiación	Escasas fuentes de financiación externa	Capacitar y asesorar a los empresarios en la gestión para la obtención de financiación con base en negocios.
Ambiente laboral.	<ul style="list-style-type: none"> • La vinculación laboral empleada por las EMT en un alto porcentaje no cumple con las exigencias legales en EMT. • Alta rotación de la mano de obra. • Alta participación del grupo familiar en el proceso productivo. • Mano de obra no cualificada • Alta potencialidad para el trabajo en equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> ♦ Asesorar a los empresarios en las diferentes modalidades de contratación que contempla la ley. ♦ Diseño de estrategias orientadas a mejorar la remuneración y estímulos laborales. ♦ Concertar plan de formación para la cualificación de la mano de obra.

VARIABLES	ESTADO ACTUAL	ACCIONES A REALIZAR
Seguridad industrial e higiene ocupacional	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Falta de equipos de seguridad industrial o no uso cuando se poseen. ◆ Instalaciones eléctricas y/o térmicas con alto riesgo de accidentalidad. ◆ Estrechez de los sitios de trabajo. ◆ Deficiente iluminación y aireación. ◆ Deficiente disposición ergonómica de los puestos de trabajo. ◆ Carencia de extinguidores de acuerdo con los tipos de materiales utilizados en el proceso productivo. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Asistencia técnica para diseñar y aplicar un plan de seguridad industrial e higiene ocupacional. ◆ Educación ambiental para lograr procesos de producción limpia. ◆ Vincular las EMT con las aseguradoras de riesgos profesionales.
Sistema de información	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Carencia de una cultura de la información. ◆ Deficiente sistema de registro de inventarios. 	Capacitación y asistencia técnica para diseñar y aplicar sistemas apropiados de información en los aspectos señalados.

**CUADRO 4
PROBLEMAS Y ACCIONES A REALIZAR POR COMPONENTES**

COMPONENTE 4: ORGANIZATIVO

VARIABLES	ESTADO ACTUAL	ACCIONES A REALIZAR
Liderazgo	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de liderazgo • Las estructuras gerenciales de las EMT no corresponden a las necesidades del mercado. • Baja capacidad proposita • Baja participación en instancias de toma de decisiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación y asesoría para desarrollar la capacidad de liderazgo de los empresarios en función de una más eficaz y eficiente administración de sus empresas. • Asesoría para ajustes de las estructuras gerenciales. • Capacitación y asesoría en temas constitucionales. • Asesoría para la participación en la elaboración de planes de desarrollo.
Conocimientos técnicos	<ul style="list-style-type: none"> • Deficientes conocimientos en los avances tecnológicos y científicos. • No existen planes de actualización en procesos productivos. • buena disponibilidad para realizar ajustes técnicos y tecnológicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientación a los empresarios para buscar fuentes de información tecnológica que les permita superar sus limitaciones en este aspecto. • Asesoría giras tecnológicas. • Asesorías en innovaciones técnicas y tecnológicas.
Trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none"> • Baja concientización para el trabajo en equipo. • la actividad es apropiada para desarrollar trabajo en equipo. • Las operaciones se realizan de acuerdo a las habilidades de la persona. 	<p>Capacitación y asesoría para la integración y motivación de equipos de trabajo, de acuerdo con los tipos de tareas y operaciones del proceso productivo.</p>
Solución de conflictos	<p>Débil capacidad para solucionar de manera oportuna y constructiva los conflictos</p>	<p>Capacitación y asesoría para el manejo y solución constructiva de los conflictos.</p>

**CUADRO 5
INDICADORES DE GESTION RESULTADO E IMPACTO DEL PROYECTO**

INDICADORES COMPONENTES	GESTION	RESULTADOS	IMPACTO
EMPRESARIAL	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Puesta en práctica, procedimientos administrativos acordes a los requerimientos de las EMT. ◆ Generación, manejo y utilización oportuna y eficaz de la información. ◆ Innovación en los procesos productivos. ◆ Existencia y aplicabilidad de estados financieros actualizados. ◆ Acceso a fuentes de información ◆ Cambios corporativos en la EMT. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Capacidad del empresario para manejar los recursos de la empresa con eficacia y eficiencia. ◆ Capacidad de la empresa para manejar sus recursos con oportunidad y eficiencia. ◆ Mejores relaciones con el sector financiero. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Identidad y compromiso de los trabajadores con los objetivos y misión de la empresa. ◆ Capacidad económica y reconocimiento de la empresa en el sector financiero por su seriedad, responsabilidad, cumplimiento y capacidad de pago.
COMERCIALIZACION Y MERCADEO	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Diferenciación del producto frente a la competencia. ◆ Diseño y desarrollo de nuevos productos. ◆ Definida estructura de costos. ◆ Aplicabilidad de política de precios. ◆ Desarrollo de planes para el servicio al cliente. ◆ Desarrollo de estrategias de promoción. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Desarrollo de los productos de tal manera que satisfagan las necesidades y requerimientos de los consumidores. ◆ Mayor volumen de ventas. ◆ Mayor cantidad de proveedores y clientes. ◆ Menores plazos para pago de mercancías. ◆ Mayores garantías de pago. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ reconocimiento de la empresa por la calidad, diversidad y novedad de sus productos. ◆ Competitividad y prestigio

	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Selección de canales de aprovisionamiento eficiente. ◆ Selección de canales de distribución, eficacia y eficientes. ◆ Puesta en marcha sistema de información de proveedores y clientes. ◆ Ajustes en procesos productivos 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Clientes más cumplidos. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Productos de calidad y precios competitivos.
<p style="text-align: center;">PRODUCTIVIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Implementación de tecnologías y técnicas en los procesos. ◆ Ajustes en el espacio y distribución de planta. ◆ Cualificación de operarios. ◆ Diseño y aplicación de estrategias para la planeación, programación, dirección y control de la producción. ◆ Puesta en marcha plan de mantenimiento preventivo. ◆ En ejecución planes de seguridad industrial. ◆ Aplicación de medidas tendientes al mejoramiento del ambiente laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Productos de acuerdo con los estándares de calidad y precio exigidos por el mercado. ◆ Utilización plena de la capacidad instalada. 	

INDICADORES COMPONENTES	GESTION	RESULTADOS	IMPACTO
ORGANIZATIVO	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación, gestión y concertación de propuestas planes o proyectos. • Puesta en marcha, planes y/o programas de gestión de desarrollo humano • Generación de espacios para la concertación y manejo de conflictos. • Participación en eventos de promoción comercial. • Actitud positiva al cambio. ◆ Participación activa en procesos de formación. ◆ Participación en proyectos, actividades colectivas o de gremios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejores condiciones de aprovisionamiento y de comercialización de los productos. • Mejores condiciones de trabajo: Estabilidad laboral, cumplimiento de las normas laborales, capacitación laboral. • Aumento del ingreso de empresarios y trabajadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de negociación respecto a proveedores y distribuidores. • Realización y reconocimiento de la labor social de la empresa. • Mejores condiciones de bienestar.