



**INFORME ARTESANAL OPERATIVO NARIÑO
PERIODO - JULIO 1998 A JULIO 2000**

**Ec. OMAR ESCOBAR
Coordinador Convenio Interinstitucional**

**CONVENIO INTERINSTITUCIONAL:
Artecol - Convenio Marco Departamental
Cámara de Comercio de Ipiales - Asoobando
Ipiales, 2000**

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. INTRODUCCION	1
2. ANTECEDENTES	2
3. METODOLOGIA	3
4. ANALISIS DEL OBJETIVO GENERAL	5
5. DESCRIPCION DE ACTIVIDADES	7
5.1 SEGUIMIENTO, EVALUACION Y COORDINACION	7
5.2 INVERSION DIRECTA	7
5.2.1 ACTIVIDADES DE APOYO	8
5.2.2 COFINANCIACION DE PROYECTOS ARTESANALES	8
5.2.3 CAPACITACION EN GESTION EMPRESARIAL Y DESARROLLO DE PRODUCTOS	10
5.2.3.1 Capacitación en Gestión Empresarial	10
5.2.3.2 Diagnóstico y Capacitación en Desarrollo de Productos	12
6. LOGROS	16
6.1 NIVEL CULTURAL Y ASPECTO PRODUCTIVO	16
6.2 ASPECTO COMERCIAL	17
7. LIMITACIONES ENCONTRADAS	25
7.1 VARIABLES EXOGENAS	25
7.2 VARIABLES ENDOGENAS	25
8. CONCLUSIONES Y PROYECCIONES	28
9. INFORME FINANCIERO	30
10. INVENTARIO	34

ANEXOS :

Anexo 1 : INFORME DE ACTIVIDADES (Julio 1998 - Agosto 2000)

Anexo 2 : POBLACION TOTAL DE ARTESANOS

Anexo 3 : POBLACION ARTESANAL ATENDIDA POR EL CONVENIO

Anexo 4 : RELACION GRUPOS ARTESANALES INTEGRANTES DE ARTESUR

Anexo 5 : RESUMEN DE PROYECTOS RECEPCIONADOS (2000)

Anexo 6 : RELACION DE ARTESANOS POR MUNICIPIO Y GRUPO

Anexo 7 : LOCALIZACION GEOGRAFICA

INDICE DE CUADROS

	Pág.
CUADRO 1 COFINANCIACION POR ASOCIACION ARTESANAL	9
CUADRO 2 CAPACITACION POR AREAS ACADEMICAS	14
CUADRO 2.1 RESUMEN CAPACITACION	15
CUADRO 3 EVENTOS COMERCIALES	19
CUADRO 4 RELACION DE LOGROS	20
CUADRO 5 CLASIFICACION DE LOS GRUPOS ARTESANALES	21
CUADRO 6 LIMITACIONES DE TIPO ENDOGENO Y EXOGENO	27
CUADRO 7 PRESUPUESTO GENERAL : 1997 - 2000	30
CUADRO 8 EJECUCION BIMENSUAL	31
CUADRO 10 INVENTARIO	34
GRAFICAS :	
GRAFICA 1 EJECUCION BIMENSUAL	32
GRAFICA 2 EJECUCION ANUAL	33

INTRODUCCION

En virtud del Convenio Interinstitucional, suscrito entre Cámaras de Comercio de Ipiales y Pasto, corresponde al Coordinador, presentar el informe de las actividades realizadas durante el período comprendido entre agosto de 1998 y agosto del 2000.

El convenio, con recursos que ascienden a 82 millones de pesos, se orientó al desarrollo artesanal, mediante la cofinanciación de proyectos de capacitación, producción y comercialización de productos artesanales, logrando beneficiar al 56% de la población artesanal del sur de Nariño.

Se financiaron proyectos con base en las políticas de Artesanías de Colombia, como es la aplicación del Programa de Formación Integral del Artesano, orientado a la organización comunitaria, gestión para el desarrollo empresarial y comercial, logrando consolidar grupos autogestionarios en torno a una identidad, la cual, actualmente, se refleja en la constitución de la empresa asociativa para la comercialización de productos de los artesanos del sur de Nariño: ARTESUR, como mecanismo para posicionar el producto en el mercado.

El informe presenta una comparación entre las metas programadas y las efectivamente ejecutadas, posteriormente, se describen las actividades, los logros alcanzados, los limitantes encontrados. Se presenta como recomendación la necesidad de asesorar en fortalecimiento de canales de comercialización, como instrumento que permitirá desarrollar la actividad artesanal como una fuente potencial para la generación de valor agregado.

2. ANTECEDENTES

Teniendo en cuenta que el Departamento de Nariño, posee una alta población artesanal, la más alta a nivel nacional (8.438 artesanos), y considerando necesario atender el sector para potencializar su productividad, Artesanías de Colombia S.A, suscribió un convenio, con la Cámara de Comercio de Ipiales, en 1997, por un valor de \$38.000.000, Posteriormente, en junio de 1998, se firma un segundo convenio, directamente con el Convenio Marco Departamental - Nariño, por un valor de \$68.000.000, con base en un proyecto que permitió no solo rescatar las tradiciones artesanales indígenas, sino preparar académicamente al artesano para consolidar entes microempresariales capaces de contribuir al Producto Nacional. Para ello, fue necesario implementar un programa de formación integral, el cual abarca dos aspectos: Gestión Empresarial y, Diagnóstico y desarrollo de Productos.

En la zona cubierta por el Convenio Interinstitucional, se ha logrado identificar a 359 artesanos, agrupados en 28 organizaciones, de las cuales, nueve no poseen personería jurídica y el resto (15) están registradas ante la Cámara de Comercio de Ipiales. El Plan aprobado por el Comité Técnico Interinstitucional, permitió atender solamente al 56% de la población artesanal (19 grupos), logrando su consolidación, incrementar los inventarios, mejorar la capacidad de producción con calidad, el tiempo de trabajo y la participación en eventos feriales. Igualmente con el fin de aprovechar las ventajas respecto a la organización, la calidad del producto y la ubicación de la ciudad de Ipiales, como puerto fronterizo con sitios turísticos, como el *Santuario de las Lajas*, los representantes de 14 grupos artesanales constituyen legalmente la Empresa Asociativa de Trabajo Artesanos del Sur "ARTESUR", y abren un punto de venta en dicha ciudad.

3. METODOLOGIA

Las actividades realizadas obedecen a un proceso, el cual busca la eficiencia en el gasto, la productividad de la inversión y la preparación del artesano frente al mercado actual. Por tanto, el Comité Técnico Interinstitucional, establece un proceso cuidadoso para la aprobación de proyectos y asignación de recursos a los artesanos. La coordinación diseña mecanismos contables periódicos que permiten un seguimiento no solo a la inversión financiera sino también a las metas del proyecto. La confrontación de los informes mediante el contacto directo y permanente entre artesano y coordinador, ha contribuido para garantizar el cumplimiento de los objetivos suscritos en el convenio respectivo que se firma con cada asociación artesanal.

Para ejecutar el Programa de Formación Artesanal, el Comité Técnico Interinstitucional, aprobó el presupuesto respectivo y la forma de contratación; las capacitaciones y asesorías se realizaron mediante la contratación de instructores certificados por el SENA, o en su defecto con profesionales recomendados por los entes miembros del CONVENIO INTERINSTITUCIONAL o de otras entidades legalmente reconocidas. En el caso de instructores referentes al área de Diseño, el Convenio contrata con el Laboratorio Colombiano de Diseño o profesionales recomendados por éste organismo, pues tiene el reconocimiento y la autorización de Artesanías de Colombia S.A.

La metodología de aprendizaje responde a una política de amplia participación, desarrollo de casos prácticos relacionados con el entorno del artesano, talleres que permiten experimentar, promover y perfeccionar las habilidades y destrezas. Cada instructor presenta el contenido, el cual se basa en la programación de cursos específicos del SENA, ARTECOL o Laboratorio de Diseño, quien además

lleva un registro de asistencia y programación ejecutada con las respectivas horas ejecutadas en las fechas respectivas. La información es reportada al coordinador del Convenio, a través de informes parciales y final. Los artesanos capacitados han sido certificados por el SENA y el Convenio Interinstitucional.

Los mecanismos contables de control, las metodologías utilizadas por los capacitadores, se han constituido en herramientas necesarias en el proceso aprendizaje de las diferentes temáticas de tipo técnico, económico, cultural y de organización comunitaria.

Con el propósito de ejecutar el programa de formación, se tiene como base tres modalidades, las cuales se aplican de acuerdo al área a desarrollar y la fase de desarrollo de la organización artesanal.

ASESORIA: Consiste en dar pautas, guías y orientaciones específicas sobre aspectos inherentes al producto, tales como: diseño, organización, producción y comercialización.

CURSO TALLER: Es una modalidad de capacitación que permite el intercambio creativo de conocimientos con el fin de ampliar y mejorar la calidad del proceso productivo en todas sus fases, perfecciona las técnicas, los diseños y cualifica la gestión administrativa.

ASISTENCIA TECNICA: Permite brindar conocimientos especializados a los artesanos, en todas y/o cada unas de las fases; sean del proceso productivo o del desarrollo empresarial, con el fin de lograr resultados óptimos.

4. ANALISIS DEL OBJETIVO GENERAL PLANTEADO

Impulsar el desarrollo artesanal en la región del sur occidente de Nariño, mediante la cofinanciación de actividades de capacitación, productivas y comerciales.

OBJETIVOS ESPECIFICOS PLANTEADOS	OBJETIVOS ALCANZADOS
<p>1. Destinar 1.760 horas para capacitar a 681 artesanos. (2.6H/artesano).</p>	<p>1. Se destinaron 2.034 horas para capacitar a 823 artesanos.</p> <p>INDICADORES:</p> <p>Incremento % Población Captda: = 20,85%</p> <p>Incremento % Horas ejecutadas: = 15,56%</p> <p>Capacitación/artesano: = 2,4 Horas/artesano</p>
<p>2. Capacitar y asesorar, a 427 artesanos, en Gestión Empresarial: 1040 horas. (2.43H/artesano)</p>	<p>2. Se capacitó a 645 artesanos, en Gestión Empresarial, y se ejecutaron 1.113 horas.</p> <p>INDICADORES:</p> <p>Incremento % Población Captda: = 51,05%</p> <p>Incremento % Horas ejecutadas: = 7,02%</p> <p>Capacitación/artesano: = 1,7 Horas/artesano</p>

<p>3. Capacitar en diseño, a 254 artesanos, con una intensidad mínima de 720 horas. (2.83H/artesano)</p>	<p>3. Se capacitó a 178 artesanos, en Diagnóstico y Desarrollo de Productos y se ejecutaron 921 horas.</p> <p>INDICADORES:</p> <p>Incremento % Población Captada: = -29,92%</p> <p>Incremento % Horas ejecutadas: = 27,9%</p> <p>Capacitación/artesano: = 5.17</p> <p>Horas/artesano</p>
<p>4. Lograr la venta del 60% de la producción</p>	<p>4. Se cuenta con un suministro permanente a locales comerciales y se participa en ferias, lo que ha permitido vender al totalidad de la producción. Ventas 1999: \$60.000.000</p>
<p>5. Lograr utilidades del 30% en la producción</p>	<p>5. Las utilidades sobre los costos de producción fueron del 26% en 1997 y del 28% en 1999.</p>
<p>6. Participar con tres oficios artesanales en Expoartesánias 1998</p>	<p>6. Se participó con cinco oficios artesanales en cuatro ferias de tipo departamental y nacional.</p> <p>7. Organización y constitución formal de las asociaciones artesanales y la conformación de un ente comercializador de productos artesanales: La Empresa Asociativa de Trabajo "ARTESUR".</p> <p>8. Apertura de dos puntos de venta en la ciudad de Ipiales y San Juan de Pasto.</p>

5. DESCRIPCION DE ACTIVIDADES

Para el desarrollo de las actividades, el Comité Interinstitucional Artesanal, considero conveniente desarrollar el proyecto teniendo en cuenta dos áreas fundamentales; El Seguimiento, Evaluación, Coordinación y, la Inversión Directa, a través, de la cofinanciación de proyectos y la contratación de un equipo profesional para llevar a acabo el programa de formación integral del artesano.

Las actividades se financiaron con un presupuesto que ascienden a OCHENTA Y DOS MILLONES OCHOCIENTOS DOS MIL QUINIENTOS VEINTISEIS PESOS (\$82.802.526 M.L), de los cuales, el 82% (\$68.000.00) corresponden a recursos financieros provenientes del Convenio Marco Departamental - Pasto - y, el 18% (\$14.802.526) a rendimientos financieros, los cuales permitieron financiar todo el rubro de contratación para capacitación a los artesanos.

A continuación se describen las principales actividades que se financiaron:

5.1 SEGUIMIENTO, EVALUACION Y COORDINACION

Con el propósito de garantizar el cumplimiento del objetivo del convenio, se invirtió el 37% (\$30.705.226) de los recursos financieros en la contratación del coordinador del convenio interinstitucional para efectuar el seguimiento, asesoría y evaluación, igualmente se cubrieron los servicios de telecomunicaciones y equipo de oficina.

5.2 INVERSION DIRECTA

En éste rubro se contempla el apoyo directo a los artesanos, el cual se traduce a través de la financiación de un conjunto de actividades consideradas como de

apoyo, cofinanciación y contratación para capacitación. Se destino el 63% (\$52.097.300) de los recursos financieros, los cuales se ejecutaron así :

5.2.1 ACTIVIDADES DE APOYO

Contempla actividades necesarias para impulsar la gestión comercial del artesano (promoción y divulgación), y afianzar los conocimientos en mercadeo mediante seminarios, pasantías y eventos feriales nacionales. Igualmente contempla, los desplazamientos (para seguimiento y ferias), material didáctico, embalaje y correo. Se invirtieron \$9.946.800 (19% del total de los recursos de inversión directa): \$3.805.100 se invirtieron en promoción y divulgación.

5.2.2 COFINANCIACIÓN DE PROYECTOS ARTESANALES.

Este rubro, responde a los proyectos presentados por los grupos asociativos, los cuales tienen como base la solicitud de cofinanciación para la organización comunitaria, capacitación en el oficio y comercialización. El Comité Técnico aprobó una cofinanciación por \$26.577.000, para diez grupos artesanales, (245 beneficiarios), los cuales fueron entregados a los grupos previa suscripción de un convenio, para cofinanciar los siguientes rubros:

- Materiales para capacitación.
- Comercialización (instrumentos de promoción y divulgación).
- Herramientas y utensilios para optimizar la producción.
- Desplazamiento zonal de instructores y de artesanos en función de la comercialización y compra de materia prima.

(Ver Cuadro 1)

Los diez grupos que recibieron recursos del convenio, contribuyeron con recursos propios, representados en mano de obra, herramientas, materia prima y capital de trabajo, los cuales ascienden a \$23.452.536 (36%)

El resto de los grupos que no recibieron recursos financieros de manera directa, fueron beneficiados con el Programa de Formación Integral al Artesano, el cual, tuvo un costo de \$15.573.500 (24%).

El costo total de los proyectos atendidos asciende a \$65.603.036, de los cuales, el 36% corresponden a recursos aportados por los artesanos, el resto (64%) a:

Cofinanciación Directa: 41%

Cofinanciación Indirecta: 24%

5.2.3 CAPACITACIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL Y ASESORAMIENTO TÉCNICO EN PROCESOS Y DESARROLLO DE PRODUCTOS ARTESANALES

En el segundo semestre de 1998, primer ciclo del Convenio, se contrató profesionales a través del SENA y del Laboratorio Colombiano de Diseño, para capacitar en las áreas de: Gestión Empresarial, la cual comenzó en el mes de junio, y en Diagnóstico y Desarrollo del Producto, la cual, inició en el mes de septiembre de 1998, con una duración aproximada de un año y medio.

5.2.3.1 Capacitación en Gestión Empresarial

CONTABILIDAD.- (Instructor: Carmen Yépez) En ésta área se tomo como base los módulos de "Promoviendo y Vendiendo, Calculando Costos, Administrando Mi trabajo artesanal". Participaron todos los grupos pertenecientes al programa. De

acuerdo a los módulos, la Coordinación, diseño un formato para la presentación del informe financiero y operativo, con el fin de que el artesano ponga en práctica los conocimientos adquiridos y de otra parte, hacer un seguimiento a la inversión realizada por el grupo asociativo. El trabajo estuvo a cargo de un Contador Público, quien capacitó y asesoró a la comunidad en su propio sitio de trabajo y posteriormente, se reunieron tres representantes por cada grupo, en la ciudad de Ipiales para afianzar el conocimiento y certificar a los mismos como divulgadores entre sus compañeros.

MERCADEO.- (Instructores: Diana Jaramillo y Pedro Acosta) Capacitación con el objeto de dar a conocer las bases conceptuales del mercadeo, las técnicas en ventas, el empaque y el manejo de la imagen. Dirigido a todos los grupos que forman parte del programa. La capacitación se hizo con base en el módulo de "Fundamentos de Mercadotecnia" reglamentado por el Servicio Nacional de Aprendizaje "SENA", entidad que tiene sede en el municipio de Ipiales y suministró el material didáctico. La capacitación permitió al artesano mejorar la atención al cliente, la presentación de sus productos, el empaque, las etiquetas.

GESTION COMERCIAL.- (Instructor: Pedro Acosta) Asesoría contratada con un economista especializado en Mercadotecnia, cuyo objeto fue la estructuración y conformación de un ente comercial, que represente a todos los artesanos del sur de Nariño, y la apertura de un punto de venta en la ciudad de Ipiales. Tal trabajo, se adelantó en un periodo de tres meses, al fin del cual, el artesano maneja el concepto de la imagen corporativa y destaca las ventajas a través del trabajo asociado.

ORGANIZACION COMUNITARIA.- (Instructores: T.S. Mery Guerrero, Colombia Chingal). Capacitación contratada para atender en forma específica problemas relacionados con la organización productiva, conflictos internos y liderazgo, presentados en los grupos Nueva Esperanza, Unificación Indígena, Manos Talladoras, Piedra Machines y Tejicolor. El trabajo adelantado detectó

debilidades, en razón al bajo nivel de escolaridad y recomendó un acompañamiento prolongado mientras se constituye la empresa comercializadora. De otra parte, se asesoró en la solución de conflictos internos, en la reglamentación del tipo de asociaciones, se efectuó la reestructuración de juntas directivas, la creación y aplicación de reglamentos.

5.2.3.2 Diagnóstico y Capacitación en Desarrollo del Producto

CAPACITACION EN TECNICA IKAT Y TINTES.- (Instructores: Teresa Guarama, Guillermo Tupas, Ofelia Palacios). Contratación realizada con artesanos a nombre de las asociaciones a la cuales representan, en razón a que dominan perfectamente las técnicas del oficio y con el fin de socializar el conocimiento entre un mayor número de artesanos para incrementar el potencial de producción y lograr una mayor integración entre ellos. Esto permitió que ciertos grupos con deficiencias en la calidad y diseño (Unificación Indígena, Coagroartes y el Progreso) se nivelen, facilitando la asesoría a los diseñadores del Laboratorio de Diseño, quienes contribuyeron a coordinar y a estructurar el plan académico de la capacitación.

LENCERIA Y MANUALIDADES.- (Instructor: Adriana Montenegro). Capacitación solicitada a través de los proyectos de los grupos Renacer de los Pastos y El Progreso; la cual permitió perfeccionar técnicas y crear nuevos productos en lencería y manualidades, con gran acogida en la región. Actualmente, estos dos grupos trabajan desarrollan productos de lencería a pedido y productos en lana natural destinados a exposiciones, ferias y suministro al punto de venta.

RETOQUE Y PULIMENTO.- (Instructor: Pedro Rosero). Capacitación solicitada por el grupo: Manos Talladoras, de Cumbal. Tuvo como objetivo el mejoramiento en el terminado del producto. Actualmente los artesanos han logrado aumentar las ventas. La capacitación respondió al módulo "Retoque, Pulimento y Acabado del Producto", del Servicio Nacional de Aprendizaje "SENA".

DIAGNOSTICO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS.- (Responsable: Laboratorio Colombiano de Diseño). Capacitación llevada a cabo con los grupos: Piedra Machines, Tejicolor, Micaela Chiles, Artepas, Renacer los Pastos, Unificación Indígena y Coagroartes. La capacitación logró la diversificación en diseños, la disminución en costos (8%), se implementó para cada grupo un logotipo, el cual se difunde en etiquetas, marquillas, pendones y tarjetas de presentación.

El Laboratorio de Diseño, después de un diagnóstico respecto al diseño, las habilidades y la organización productiva, determina una línea de producto a desarrollar con el fin de evitar la competencia entre los grupos y a la vez generar una gran variedad de productos, lo cual garantiza la penetración en el mercado.

Actualmente se cuenta con la líneas generales:

- Sala: Tapetes: camino, centro de sala y de pared
- Alcoba: Cobija, pía de cama, edredón, cojín
- Indumentaria: Suéter, Chaleco, guantes, bufanda, ruana
- Accesorios personales: Mochilas, boinas

6. LOGROS

Con el objeto de evaluar el proceso relacionado con el apoyo al sector artesanal, se aplicó una encuesta, la cual compara dos períodos: 1997 y 1999, permitiendo describir las metas alcanzadas dentro de la organización social y productiva, fruto de la aplicación del programa de formación integral al artesano.

Los resultados fueron positivos, con mayor énfasis en la fase de la producción, como también en la organización social, logrado demostrar las ventajas del trabajo cooperativo, lo que ha facilitado una mayor integración entre los artesanos; pues se ha incrementado en un 14% la legalización de los grupos artesanales atendidos por el Convenio Interinstitucional. Por tanto, hoy se cuenta con el 79% de los artesanos, constituidos como asociaciones con personería jurídica, inscritos ante la Cámara de Comercio de Ipiales.

6.1 NIVEL CULTURAL Y ASPECTO PRODUCTIVO

- El 58% de los artesanos consideran haber mejorado en calidad, diseño para desarrollar nuevos productos; el 42% mejoró en las transacciones contables, las relaciones públicas y en mercadeo de productos artesanales.
- Los grupos artesanales, se encuentran en capacidad para autogestionar recursos financieros; el 10% de los artesanos han logrado vincularse con otras entidades para la ejecución de proyectos sociales en favor del oficio artesanal.
- En cuanto al lugar en donde practican la actividad artesanal, cabe señalar que antes de 1997, el 80% de los artesanos ejercían su labor entre el hogar y el taller particular, hoy, el 50% ejercen el trabajo entre el hogar y un taller asociativo, lo que antes de 1997, solo lo hacía el 20%. (Cuadro 4)

- Para la compra de los materiales, antes de 1997, el 55% lo hacía personalmente, hoy en día se ha reducido al 21%, y el 79% lo hace a través de una organización artesanal, a diferencia del 45% de 1997. (Cuadro 4)
- Para la preparación de materiales, el 41% de los artesanos, en 1997, utilizaban leña, en el presente año, sólo el 3% lo hace, contribuyendo a la preservación del medio ambiente. (Cuadro 4)
- Cabe destacar el objeto de la producción, el cual en 1997, en un 85% obedecía a pedidos particulares o por iniciativa del artesanos, y el 2% para almacenes. En el 2000, los pedidos de particulares se han reducido al 47%, mientras que las ventas para almacenes se elevaron al 25%. (Cuadro 4)
- Lo anterior explica el incremento del 53% en el tiempo de trabajo mensual por artesano, al pasar de 53 a 81 horas. Igualmente se presentó un incremento del 95% en el número de productos promedio por artesano en un mes, al pasar de 4 a 7. (Cuadro 4).
- Se observa un incremento considerable en los inventarios de 1997 y 1999; se registró un incremento del 854% al pasar, en dichos años, de \$7.540.000 a \$71.897.400. (Cuadro 4).
- Tomando en cuenta el crecimiento de la Producción Bruta Nominal, en 1997 fue de \$22.180.000 y en 1999 llegó a \$60.177.978. (Cuadro 4).

6.2 ASPECTO COMERCIAL

- En cuanto a la comercialización de los productos, los instrumentos de divulgación juegan un papel importante, es así como en 1997, solo el 2% de

los artesanos contaba con publicidad gráfica. Actualmente, el 81% cuenta con dicho instrumento y el 19% con publicidad radial. (Cuadro 4).

- En cuanto a los canales de venta, los artesanos consideran haber mejorado sustancialmente en la venta a través de almacenes y participación en ferias; es así como en 1997, el 21% de los artesanos utilizaban éstos medios, y en el 2000, el 51%. (Cuadro 4). Los artesanos utilizan en un 35% el sistema de consignación, mecanismo que no se había utilizado hasta antes de 1997, para atender periódicamente pedidos de cuatro almacenes locales.
- Con el objeto de posicionarse en el mercado y en virtud de la calidad del producto, la organización e identidad, se conformó la Empresa Asociativa de Trabajo para la Comercialización de productos artesanales "Artesur". La cual abre dos puntos de venta. El primer punto de venta en Pasto, duró seis meses (Junio- Diciembre /1999); el segundo en la ciudad de Ipiales, (Octubre 1999 - Octubre 2000). El Convenio aportó \$4.892.000, que representan el 35% del costo total del proyecto. Se cofinanció para promoción y divulgación, gastos en ventas, compra de materiales y adecuación del stand.
- Los artesanos elevaron las utilidades, las cuales pasaron del 20 al 28% en los años descritos, en razón a la disminución del 8% de los costos. (Cuadro 4)
- Se organizó la primera muestra artesanal en la ciudad de Ipiales, con el apoyo de la Cámara de Comercio de Ipiales durante 8 días, la cual tuvo un gran éxito, pues participaron 15 grupos asociativos, con 5 oficios artesanales y se vendió el 40% de los productos. El costo de la exhibición fue de \$580.550.
- A continuación se relacionan algunos de los eventos feriales en los cuales participaron los artesanos.

Cuadro 3 EVENTOS COMERCIALES

EVENTOS COMERCIALES	CIUDAD	FECHA
Primera Muestra Artesanal	Ipiales	Diciembre 1998.
Expoartesanías	Bogotá	Diciembre 1998, 1999.
Feria Artesanal 50 años	Manizales	Enero 1999.
Primera Muestra Artesanal	Pasto	Abril 1999.
Agroexpo	Bogotá	Julio 1999.
Feria Artesanal Indígena	Bogotá	Septiembre 1999.
Concurso para Proexport	Pasto	Junio 2000.
Feria Expoífacto 2000	Pasto	Agosto 2000.
V Feria Agropecuaria, Artesanal y Agroindustrial de Nariño	Pasto	Agosto 2000.

- Los artesanos participaron en el evento comercial, organizado por la Cámara de Comercio de Pasto y Proexport, calificando positivamente para integrar el programa de asesoramiento al pequeño empresario para la exportación de productos artesanales.
- Para sintetizar los resultados, la totalidad de los artesanos (359), fueron clasificados en cuatro grupos, tomando como base, la organización productiva, la calidad e innovación y la capacidad de autogestión. Se destacan Micaela Chiles, Artepas y Renacer los Pastos como capaces de mantenerse en el mercado. (Cuadro 5)

Cuadro 4 RELACION DE LOGROS

VARIABLES	1997	2000	Incremento %
Asociaciones constituidas			
Asociaciones sin PJ	12	4	-50%
Asociaciones con PJ	7	15	14%
TOTAL	19	19	0%
Lugar en donde se practica el oficio artesanal			
Hogar y taller particular	80%	50%	-30%
Hogar y taller asociativo	20%	50%	30%
Compra de materiales			
Personalmente	55%	21%	-34%
A través de una organización	45%	79%	34%
Fuente de Energía utilizada en el proceso productivo			
Leña	41%	3%	-38%
Energía eléctrica y gas	59%	97%	38%
Objeto de la producción			
Pedidos o iniciativa del oferente	85%	47%	-38%
Eventos Feriales	13%	25%	12%
Almacenes	2%	28%	26%
Instrumentos de divulgación			
Publicidad gráfica	2%	81%	79%
Publicidad radial	0%	19%	19%
Ninguna	98%	0%	-98%
Canales de Comercialización			
Almacenes y participación en ferias	21%	51%	30%
Plaza de Mercado	9%	4%	5%
Hogar y taller	70%	45%	25%
Horas mensuales por artesano en el oficio	53 h.	81 h.	53%
Productos mensuales por artesano	4 p.	7 p.	95%
Inventario Total (18 asociaciones artesanales)	\$7.540.000	\$71.897.400	854%
Producto Nominal	\$22.180.000	\$60.177.978	171%
Porcentaje de los costos respecto a la producción	79.6%	71.3%	8.3%
Utilidades/Costos	20.4%	28.6%	8.2%

Fuente : Encuesta Zonal Artesanal - Convenio Interinstitucional (2000).

Cuadro 5 CLASIFICACION DE LOS GRUPOS

NIVEL UNO	MUPIO.	ASOCIACION	No. B.	OFICIO
<ul style="list-style-type: none"> • La actividad artesanal es fuente importante de Ingresos • Cumplen con las metas propuestas • Capacidad para adaptarse e Innovar en diseño • La infraestructura responde a un gran volúmen de producción y el inventario es bueno. • Capacidad para la autogestión y la administración del negocio • Requieren asesoría en: <ul style="list-style-type: none"> • Legislación Comercial y laboral • Comercio Internacional • Asesoría en producción y ventas al por mayor 	Aldana	Artepas	9	Tejeduría
	Cumbal	Tejicolor	11	Tejeduría
	Cumbal	Micaela Chiles	16	Tejeduría
	Guachuca	Mueblearte	3	Taracea
	Ipiiales	Renacer	10	Tejeduría
	Ipiiales	Pastos Diamante	6	Orfebrería
TOTAL			55	

NIVEL DOS	MUPIO.	ASOCIACION	No. BEN	OFICIO
<ul style="list-style-type: none"> • La actividad artesanal es fuente secundaria de Ingresos • Las metas del proyecto se han cumplido bajo algunas observaciones de la coordinación. • Capacidad para adaptarse e Innovar en diseño • La Infraestructura no es adecuada respecto a la producción local, y el inventario es aceptable. • Capacidad para la administración del negocio • Requieren asesoría en : <ul style="list-style-type: none"> • Organización productiva • Legislación Comercial y laboral • Comercio Internacional • Exhibición comercial y ventas al por mayor • Desarrollo de productos 	Carlosama	La Guaneña	15	Tejeduría
	Cumbal	Piedra	12	Tejeduría
	Cumbal	Manos Tall.	10	Talla
	Ipiiales	Unificación	7	Lencería
	Pupiales	El Progreso	13	Tejeduría
	Pupiales	Coagroartes	21	Tejeduría
	Pupiales	Nuevo		
		Amanecer	10	Tejeduría
TOTAL			88	

NIVEL TRES	MUPIO.	ASOCIACIÓ	No. BE.	OFICIO
<ul style="list-style-type: none"> • La actividad artesanal es fuente secundaria de ingresos • No hay compromiso frente al objetivo • Debilidad en el dominio de la técnica y no tienen capacidad para innovar • Carecen de la infraestructura adecuada y el inventario es incipiente a excepción de alguna de ellas (Pastoral) • No hay organización sólida, y no demuestran autogestión comercial. • Requieren asesoría en : <ul style="list-style-type: none"> • Organización social y productiva • Desarrollo de productos 	Aldana	As. Femenina	14	Tejeduría
	Carlosama	San Nicolas	9	Tejeduría
	Carlosama	El Rosal	6	Tejeduría
	Carlosama	Nueva		
	Cumbal	Esperan	7	Tejeduría
	Cumbal	Arte Cumbe	14	Tejeduría
	Ipiiales	Panam	20	Tejeduría
	Ipiiales	Las sureñas	11	Tejeduría
		Pastoral		
		Social	15	Lencería
TOTAL			96	

NIVEL CUATRO	MUPIO.	ASOCIACION	No. B.	OFICIO
<ul style="list-style-type: none"> • La actividad artesanal es fuente opcional de ingresos, por tanto, los proyectos no obedecen estrictamente a un compromiso o Identidad con el oficio. • No hay cumplimiento de las metas del proyecto, los grupos se mantienen al margen del programa artesanal, y de manera ocasional atienden su trabajo, para cumplir con los requisitos exigidos, con el afán de captar recursos financieros. • Debilidad en el dominio de la técnica y no tienen capacidad para Innovar • Carecen de inventario y/o recursos propios. • No hay capacidad para la organización productiva y la autogestión comercial, por tanto, el grupo tiende a desaparecer 	Carlosama	Progreso	7	Tejeduría
	Cumbal	Renacer	21	Tejeduría
	Cumbal	Mayasquer	15	Tejeduría
	Cumbal	Sol Pastos	41	Tejeduría
	Cumbal	Los telares	16	Tejeduría
	Guachucal	Colimba	10	Tejeduría
	Iplales	Yaramal	10	Tejeduría
TOTAL			120	

7. LIMITACIONES ENCONTRADAS

Las limitaciones, las podemos clasificar bajo dos tipos de variables; aquellas relacionadas con la idiosincracia y el entorno geosocial (variables exógenas), y aquellas que actúan dentro del proceso de formación y consolidación de las unidades económicas (variables endógenas). Ver Cuadro 6.

7.2 VARIABLES EXOGENAS

- La idiosincracia repercute en el comportamiento socio-afectivo de los artesanos e influye en la actividad económica como tal; algunos artesanos se reservan, de manera exclusiva, ciertos conocimientos y experiencias, repercutiendo en una débil propagación de los mismos y retardando los resultados del trabajo cooperativo.
- En las comunidades indígenas, el bajo nivel de escolaridad, ha obstaculizado la labor de los profesionales en gestión empresarial y desarrollo del producto. El 43% de los artesanos no tienen la primaria completa y el 6% no ha cursado ningún grado de escolaridad.
- La participación de los entes territoriales, a través del presupuesto municipal es débil. El municipio de Ipiales, contempla un rubro para atender el sector artesanal y la Asociación de Municipios, ha colaborado en el apoyo logístico para el funcionamiento del Convenio. Solo en casos muy excepcionales se cuenta con un apoyo a los artesanos, como en el municipio de Guachucal y los Cabildos Indígenas de Ipiales, Cumbal y Carlosama.

7.2 LIMITACIONES ENDOGENAS

- En la comercialización se encuentra el principal obstáculo para la realización del producto a un precio razonable. El 20% de los artesanos consideran que es necesario hacer contactos con comerciantes mayoristas, el 19% considera hacer mayor despliegue publicitario, 16% bajar el precio, el 14% mayor arrendar locales comerciales y el 8% mejorar la presentación del producto.
- Si bien se tiene un avance en la organización, es necesario utilizar tal instrumento para la compra de materiales al por mayor. El 32% de los artesanos adquieren los materiales al por menor.
- Considerando que para mantenerse en el mercado, es indispensable la innovación del producto, es preocupante que del 33% de los que no diversifican el producto, el 40% es a causa de la falta de iniciativa, el 14% por falta de capacitación
- Si bien, los artesanos han valorado los instrumentos de divulgación, aún no cuentan con catálogos, videos y empaques.
- Una de las explicaciones de las ventas bajas, se puede observar en la frecuencia de venta de los productos; el 65% de los artesanos venden cada tres meses, el 31% cada mes, claramente se refleja una debilidad en la comercialización.
- Los consumidores extranjeros o los residentes en el interior del país, son los únicos capaces de demandar el producto al precio real. Sin embargo, se observa que sólo el 20% de la oferta se dirige a dicho segmento del mercado, el 80% es demandada a nivel local.

Cuadro 6 LIMITANTES DE TIPO ENDOGENO Y EXOGENO

VARIABLES	Indice	Porcentaje %
VARIABLES EXOGENAS		
NIVEL DE ESCOLARIDAD	Ninguno	6%
	Primaria Incompleta	43%
	Primaria Completa	31%
	Secundaria Incompleta	8%
	Secundaria Completa	9%
	Formación Técnica	2%
	Universidad	1%
Total	100%	
VARIABLES ENDOGENAS		
COMPRA DE MATERIALES	Al por mayor	68%
	AL por menor	32%
	Total	100%
DIVERSIFICACION DE LA PRODUCCION	NO	33%
	SI	63%
	Total	100%
CAUSAS	Falta innovación	40%
	Inseguridad	8%
	Capactación	14%
	Total	100%
PROBLEMAS FRENTE AL MERCADO	Falta contactos	20%
	Promoción y divulgación	19%
	Precio	16%
	Locales comerciales	14%
	Presentación producto y Diseño	13%
	Volúmen, participación en ferias	18%
	Total	100%
INSTRUMENTOS DE PROMOCION	Etiquetas, facturas, tarjetas presentación	59%
	Publicidad radial y vallas	34%
	Empaques	7%
	Catálogos y videos	0%
	Total	100%
FRECUENCIA DE VENTA	Cada mes	31%
	Cada dos mese	4%
	Cada tres meses	65%
	Total	100%
ORIGEN DE LA DEMANDA	Local	80%
	Interior	14%
	Exterior	6%
	Total	100%

Fuente : Encuesta Zonal Artesanal - Convenio Interinstitucional (2000).

8. CONCLUSIONES Y PROYECCIONES

La presencia del Convenio ha contribuido no solo a velar por los intereses de Artesanías de Colombia S.A. sino también a difundir los objetivos y promocionar la imagen de las entidades participantes del Convenio Interinstitucional (Cámaras de Comercio Pasto e Ipiales, Asoobando y Asuntos Indígenas). Se ha demostrado que el trabajo conjunto de las entidades o instituciones, es un mecanismo para apoyar e impulsar las aspiraciones de una comunidad en desarrollo.

En cuanto a la ejecución presupuestal, si bien ésta no es acorde al tiempo de ejecución programado, razón que ha llevado a prorrogar el convenio, ha permitido coordinar y asignar el tiempo necesario para cada grupo, en lo referente al programa de capacitación en organización comunitaria, gestión empresarial, comercial y desarrollo de nuevos productos, contribuyendo a cualificar la producción, y a elevar el nivel de organización productiva.

El resultado de la gestión del Convenio Interinstitucional, ha impactado en instituciones como: El Programa para el Desarrollo de la Microempresa Rural – Pademer-, el SENA, Las Cámaras de Comercio -Pasto e Ipiales-, Asoobando, y últimamente por Proexport, a través del programa Expopyme, las cuales se encuentran apoyando el proceso de consolidación microempresarial, vía comercialización. Es así como se pretende consolidar, la Red Departamental para la Comercialización de Productos artesanales, con el apoyo del Pademer y el Ministerio del Desarrollo Económico.

En virtud de complementar la primera fase del convenio, se han formulado propuestas a nivel regional y departamental, con el objetivo de crear y consolidar los canales de comercialización para los productos artesanales, las cuales han sido remitidas a la Corporación para el Desarrollo de la Microempresa, la Red

Nacional de Solidaridad, la Fundación Swissaid y la Empresa Colombiana de Petróleos - Ecopetrol- Regional Sur.

El proyecto relacionado anteriormente, tienen como principal objeto, la población de la Comercializadora "Artesur", y se pretende en el mediano plazo lograr el posicionamiento del producto en el mercado nacional y posteriormente en un segmento geográfico del mercado internacional.

En pro de dicho objetivo, actualmente, los artesanos mantienen un local en la ciudad de Ipiales, el cual requiere asesoría:

- Mercadeo y Comercialización
- Formulación y gestión de proyectos

Con el propósito de aprovechar las ventajas competitivas del producto, la integración de los artesanos, el perfil de los proyectos de los artesanos (Ver anexo 5), se recomienda continuar con la consolidación del proceso productivo de la comunidad artesanal, a través del impulso a la comercializadora de los artesanos "ARTESUR".