

Ministerio de Desarrollo Económico
artesanías de colombia s. a.

PROYECTO:

**"LA CADENA DE PRODUCCION DE LA ARTESANIA, UNA
ALTERNATIVA DE OCUPACION Y PAZ EN ZONAS
VULNERABLES"**

Bogotá, Diciembre de 2002

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACION

Ⓢ ANTECEDENTES:

DIAGNOSTICO Por Departamentos

ESTRATEGIAS

OBJETIVO GENERAL

OBJETIVOS ESPECIFICOS

JUSTIFICACION

Ⓢ ASPECTOS COMERCIALES.

Identificación del producto

Mercado Nacional : Análisis – Oferta - Demanda

Análisis de la Competencia

Estudio de la Demanda Externa

Política de fijación de precios

Mecanismos de apoyo a la comercialización

Plan de acción de mercadeo externo

Ⓢ ASPECTOS TECNICOS.

Localización

Identificación del grupo objetivo

Tamaño

Ⓢ PRODUCCION PRIMARIA.

Condiciones agroecológicas

Ejemplo de producción de materias primas (Iraca)

Ⓢ INDUSTRIA ARTESANAL

Descripción de procesos de producción

Materias primas

⑩ **ASPECTOS ORGANIZACIONALES.**

Vinculación cadena productiva
Entidades de apoyo Técnicas

Análisis Organizacional
Organigrama de la Empresa
Otras entidades vinculadas
Personal de planta de Artesanías de Colombia
Diseñadores

⑩ **ASPECTOS AMBIENTALES**

Análisis del impacto ambiental

⑩ **ASPECTOS FINANCIEROS**

Costos de producción
Presupuesto de ingresos
Flujo de caja
Flujo de costos
Facultad financiera y uso de fondos
Plan de inversiones

⑩ **ASPECTOS ECONOMICOS Y SOCIALES**

PRESENTACION

Para formular el proyecto se recurrió a la colaboración del personal vinculado a los convenios que tiene actualmente Artesanías de Colombia en los distintos departamentos, muy importante para el apoyo de estas instituciones locales, como los Fondos Mixtos de Cultura, fue acceder a la población artesana y formular con ella su proyecto de desarrollo a través de la artesanía.

En coordinación con profesionales de Artesanías de Colombia se trabajó la versión final y de esta se tomaron los elementos para la construcción del presente proyecto, se trató de ser coherente con la Convocatoria del Fondo de Inversión para la Paz para buscar la participación comunitaria, para que sea la comunidad la que oriente sus propios proyectos de desarrollo.

El proyecto presentado a continuación se focaliza en 10 departamentos caracterizados por el conflicto, población vulnerable de agricultores y artesanos la cual no solo enfrenta la problemática productiva de su actividad sino que se suman las terribles consecuencias como son: Desplazamiento, desempleo, abandono del oficio, desarraigo cultural, etc. por ello se plantea trabajar estas zonas de conflicto que poseen una actividad artesanal considerable.

Sin duda las regiones elegidas ofrecen inmensas posibilidades para adelantar este proyecto.

● **ANTECEDENTES**

DIAGNOSTICO

Colombia enfrenta una grave crisis económica fruto del narcotráfico, la corrupción y la violencia que se vive en casi todas las regiones, sin embargo hay una población que ha sido más duramente afectada, mujeres y niños de las regiones rurales más apartadas, donde es mayor la influencia de los grupos al margen de la ley. La ausencia o poca presencia del Estado, la ausencia de comunicaciones, las difíciles características geográficas de estas regiones, los indicadores de marginamiento y exclusión de los servicios básicos agravan hasta la desesperación, lo mismo que la falta de alternativas para el desarrollo rural de estas pequeñas poblaciones. La falta de infraestructura, educación, vivienda, saneamiento básico, se reflejan factores en los indicadores NBI.

Estos departamentos se han convertido en puntos estratégicos para la violencia por su localización geográfica, la cual les ha permitido ejercer actividades como el contrabando, el tráfico de armas, el secuestro masivo y selectivo, actividades que golpean a la población civil habitante de estas regiones.

La sombra del narcotráfico sigue creciendo a pesar de los esfuerzos del Gobierno para contrarrestarlo, atrae la población más vulnerable, a esta actividad ilícita que les puede representar mayores ingresos en los peores momentos de la crisis.

La región de los Montes de María, el Sur de Bolívar, La Sierra Nevada de Santa Marta, el Valle del Cesar en la Costa Atlántica; los Departamentos de Cauca, Choco y Nariño en el occidente colombiano; Caquetá, Putumayo, Meta y Guaviare en la Amazonía y Orinoquía y Tolima, Huila y Nariño en Centro – Oriente son localidades con mayor presencia actividades relacionadas con el narcotráfico como cultivos, laboratorios para el procesamiento y pistas clandestinas.

Esta situación afecta a la población artesana del país, según las estadísticas 260.000 personas dedicadas a esta actividad. Como consecuencia han optado por abandonar el oficio artesanal que por décadas ha sido una de las mejores formas de sostenimiento digno produciendo un aumento en las cifras de desplazados.

La actividad artesanal, por la relación de sus materias primas con los recursos naturales, representa ventajas de orden social, cultural y ecológico: Estimula la permanencia de los artesanos en los sitios tradicionales de vivienda donde, a través del trabajo, se genera un conocimiento que enriquece el proceso de construcción cultural que define el sentimiento de identidad en relación directa también con la historia y la región; ofrece una opción laboral fundamentada en esa identidad y en el entorno natural permitiéndole al artesano aprovechar los recursos que están a su alcance

No obstante todas estas ventajas los artesanos se ven obligados a abandonar su actividad por motivos atribuibles a las deficientes condiciones socio-económicas, a las presiones del conflicto social y a los diversos problemas de orden productivo que enfrentan para lograr que su actividad sea rentable.

El artesano enfrenta graves problemas como: la falta de organización, la baja calidad de sus productos, dificultades para la comercialización, consecución de materias primas. Artesanías de Colombia busca crear condiciones para solucionar algunos de estos problemas que afectan la condición de trabajo, sin embargo es necesario generar acciones que garanticen la sostenibilidad del desarrollo en función del oficio artesanal y sus oportunidades comerciales.

Se requiere intervención para que el artesano sobreviva del oficio, que se prepare para responder a pedidos que hoy sobrepasan su capacidad productiva, su nivel tecnológico y de comercialización directa, lo contrario obliga al abandono del oficio como actividad productiva. Se requiere mejorar ingresos y por ende, sobre el acceso a bienes y servicios que signifiquen mejoramiento en la calidad de vida y bienestar del productor.

La estructura productiva artesanal se basa en relaciones de parentesco de familia extensa, con el rol dominante ejercido tradicionalmente por la mujer. Esposos, tíos, hijos, sobrinos y nietos, habitan casas contiguas y comparten las diferentes funciones productivas, así como equipos, herramientas y enseres de trabajo. Regularmente no existe una división del trabajo claramente definida, realizando la misma persona diversas actividades productivas, lo cual, sumado al bajo desarrollo tecnológico, afecta la capacidad de producción y el medio ambiente.

La falta de organización ha incidido negativamente en el manejo adecuado de la producción y de la comercialización del producto, impidiendo la generación de un excedente. Así mismo, ha sido obstáculo para desarrollar la capacidad de autogestión y acceder al apoyo de entidades públicas y privadas.

A lo anterior se suman las condiciones que impone el mercado global, las cuales exigen productos competitivos en términos de precio, calidad, innovación y valor ambiental entre otros, aspectos que se superan con intervenciones de diseño, implementación tecnológica, mejoramiento de las técnicas, organización para la producción y manejo gerencial de la empresa. Todos estos aspectos requieren una fuerte intervención en el sector artesanal por ser los que definen el éxito de la inserción de la artesanía en los mercados nacional e internacional.

Es por esto que es indispensable una intervención clara en los Departamentos más afectados, de manera que los artesanos, por un lado puedan mejorar su actividad productiva haciéndola mas rentable y puedan generar y recuperar empleos con la vinculación de la población desplazada recuperándola de actividades ilícitas.

La artesanía es una alternativa viable para el desarrollo sostenible al ser una fuente de generación de ocupación y por ende de ingresos. Esto se traduce en participación social, ayudaría a superar los problemas de marginalidad que han dado lugar a las economías ilícitas constituyéndose así en el escenario privilegiado para crear y fortalecer el tejido social dado que su producción se nuclea

alrededor de la familia y las tradiciones y valores generacionales a través de los cuales el grupo social se autoreconoce, identifica y toma sentido de pertenencia.

La problemática, aunque común a la población artesana tiene matices que la diferencian en virtud de la variedad geográfica y cultural. Por ello es necesario, al momento de pensar en un proyecto productivo para esta población, identificar las características y problemas que los afectan directamente y que los diferencian de otras regiones y poblaciones. Por tal razón se identifica, para cada uno de los departamentos en los que Artesanías de Colombia encuentra indispensable una pronta intervención, las características, problemáticas y factores que de alguna manera influyen en sus procesos de desarrollo.

DEPARTAMENTO DEL META

El poblamiento de la región ha sido dinamizado principalmente por los acontecimientos políticos sucedidos a nivel nacional desde la mitad del siglo XX hacia adelante, entre las cuales se destacan la violencia de los 50 y el auge de los cultivos ilícitos desde los 60.

La historia del Meta esta además ampliamente relacionada con los procesos migratorios del país. Se ha tratado de población que ha salido de otras regiones (Huila, Tolima y Cundinamarca principalmente) en busca de oportunidades como consecuencia también de situaciones de conflicto. Esto ha ocasionado problemas para la población nativa que se ha sentido cada vez más desplazada de sus áreas originarias cuyo resultado ha sido el de gestarse desde allí toda una serie de condiciones propicias para la presencia de grupos de presión y el desarrollo de actividades socio-económicas ilícitas. Dos aspectos se deben destacar en este proceso, el primero es que los inmigrantes se han concentrado en las economías ilícitas y a las poblaciones nativas les ha correspondido su realización donde por las mayores desventajas han terminado vinculándose a los movimientos guerrilleros.

El departamento del Meta tiene una población de 561.121 personas, de las cuales el mayor porcentaje vive en las cabeceras municipales. Tienen también una alto porcentaje de la Población con NBI: 29.2% superando al igual que los otros departamentos de la región el promedio nacional. En este indicador de pobreza se destaca nuevamente la alta dependencia económica que llega casi un 15% del total de la población, mientras que las personas que viven en miseria alcanzan el 7% del total departamental.

Existen en el Departamento existen cuatro etnias: Sikuni, Achaguas, Piapocos y Sálivas. dedicadas a la preservación de los oficios tradiciones que se destacan por su carácter artesanal. La población rural esta representada por los llaneros y los colonos artesanos también localizados en las ciudades del departamento. La artesanía indígena responde a un mundo mitológico y a la concepción que de éste tienen sus gestores. Los productos que se elaboran bajo estas características de identidad son los utensilios indispensables para las labores, los tejidos, la cestería, la talla en madera y los instrumentos musicales.

Según el Censo Nacional Artesanal, el 1.16% de la población se dedica al trabajo artesanal en el Departamento del Meta que, con relación a los demás departamentos de la región de Orinoquía es la más numerosa. Su ubicación entre el área rural y urbana apenas es ligeramente mayor la del área rural.

La dedicación a los oficios sigue siendo de gran mayoría para los tejidos, le sigue el trabajo en madera. En tercer orden se encuentran casi por igual el trabajo en cuero, los productos lúdicos y los decorativos. Finalmente se encuentran artesanos dedicados a la cerámica y alfarería y casos particulares en metales, vidrio, pintura y trabajos con materiales naturales. EL oficio de la plumería comprende la práctica de la elaboración de paisajes, flores y tocados aprovechando los colores naturales de las plumas o tinturadas ex profeso para tal fin; las plumas proceden principalmente de las aves domesticas como patos, gallinas pavos.

En la región del Ariari, conformada por 10 de los 29 municipios del departamento y una población total de 196.729 personas presenta un área de cultivos ilícitos aproximada de 8.700 hectáreas distribuidas en 7 municipios explotadas básicamente por 2.449 familias aproximadamente:

TABLA 1

<i>MUNICIPIO</i>	<i>AREA APROX. CULTIVOS ILICITOS</i>	<i>No FAMILIAS INVOLUCRADAS</i>
Uribe	500	160
Vista hermosa	2500	528
Mesetas	800	258
San Juan de Arama	300	120
Puerto Lleras	750	237
Puerto Rico	1800	439
Puerto Concordia	2200	700
TOTAL	8850	2442

FUENTE: POM asesores regionales

PROBLEMATICA SOCIO-ECONOMICA

Como consecuencia de este conflicto el número de familias desplazadas se calcula en 1.440, incrementado la problemática social sobre todo en aquellas ciudades donde se han ubicado como Villavicencio, Acacias, Fuente de Oro y Granada. El desempleo también aumentado en los últimos años ha llevado sobre todo a la población más joven a ejercer otras actividades como la prostitución.

El 63.25 del total de la población del Departamento que llega a 700.505 habita en el área urbana y el 35.75% en el área rural .

La población del departamento se dedica principalmente a la actividad agrícola con cultivos de arroz, plátano y maíz y a la ganadería, donde predomina la agricultrua comercial y la economía campesina, sin embargo la vulnerabilidad de los sistemas de producción lícita y su incapacidad para generar totalmente el sustento de la familia campesina causa la vinculación de este subsistema a los cultivos ilícitos.

PROBLEMÁTICA AMBIENTAL

El medio ambiente ha sido también víctima de toda esta problemática al presentarse actividades como la tala de bosque, el transporte ilegal de madera y caza y comercialización de animales en vías de extinción. Actividades todas alternativas de generación de ingresos.

SECTOR ARTESANAL

La problemática antes descrita afecta un sector de la población dedicada a la producción artesanal, la cual es necesario describir dentro del contexto del departamento para identificar su problemática.

Dentro de los municipios del departamento que tienen tradición artesanal se encuentra Acacías, situado a 24 kilómetros de Villavicencio. Importante región agrícola y ganadera donde existe un representativo grupo de artesanos talabarteros, quienes por generaciones han venido trabajando PRODUCTOS PARA LOS APEROS DE GANADERÍA: sillas de montar, galápagos, e implementos para zorras, bueyes y afines. Los productos tradicionales son de muy buena factura y tienen un mercadeo asegurado. Sin embargo, se está incrementando un turismo regular desde Bogotá, para el que no existe oferta de productos en cuero, aunque hay una línea utilitaria (guantes, cotizas) y de souvenirs realizadas con pelo, tal, carnaza, vaqueta tala, de excelente calidad que con procesos de innovación puede ser impulsada.

También se producen en el municipio muebles en bejuco, bambú y mimbre pero en menor proporción.

En Villavicencio, situada en el piedemonte llanero existen tres grandes Asociaciones artesanales: Asoartellano, Adameta y la Unión de artesanos, las cuales agrupan mas de 100 artesanos. Entre los oficios artesanales y actividades culturales tradicionales se encuentran en la población de Villavicencio: 135 personas dedicadas a las artes manuales¹, 86 a las artes plásticas, 87 a las artes musicales y 57 al arte no formal entre otros.

Entre los productos que se destacan en el municipio están: productos en cerámica barnizada, línea decorativa elaboradas en arcilla amarilla; productos en arcilla horneada (arcilla roja), línea principalmente artística; casas para pesebre y decorativas elaboradas en técnicas mixtas, instrumentos musicales elaborados en maderas como pino y cedro, línea de juguetería y accesorios para cocina en madera entre otros.

Otro arte de destacar en este municipio es el arte plumario que presenta antecedentes remotos relativos al uso ritual y ornamental de las plumas por parte de las tribús que habitaron estas regiones. Esta práctica También tiene antecedentes recientes relacionada con la elaboración de paisajes y flores por medio de plumas en colores utilizando materiales provenientes de aves domésticas como patos, gallinas, pavos, etc. Este arte tuvo gran auge durante muchos años, sin embargo, su importancia vino decreciendo hasta el punto que en la actualidad se práctica a penas esporádicamente.

¹PACHECO, Juan Carlos. Diagnóstico de los oficios artesanales en las poblaciones de Villavicencio y Acacías, Meta. Artesanías de Colombia. Septiembre de 1999.

Igualmente importante en el municipio es la talabartería, trabajos de excelente calidad y buena demanda a nivel local, objetos que se producen también, en volumen considerable, en municipios como San Martín y Puerto López, en los que igualmente se destaca la cestería en paja de sabana o paja brava, abundante en la región.

El municipio de Puerto Gaitan tiene el mayor número de asentamientos indígenas del departamento, siete en total, pertenecientes principalmente a las etnias sikuani. En total más de siete mil novecientas personas pertenecen a estos resguardos en el municipio.

Los artesanos de estas comunidades se dedican a los oficios de cestería y tejeduría siendo su fuente de ingresos la venta de chinchorros, mochilas, sombreros, cestería en figuras zoomorfas elaboradas con las fibras de las hojas de palma de cumare o palmiche y moriche. Estas fibras se utilizan También para elaborar sogas, redes de pesca, esteros y hamacas usualmente pintadas y con singular parecido a las de cumare.²

Las frondas de la palma de moriche se utilizan para techar viviendas, se aprovechan los frutos como elemento básico de la dieta indígena (bebidas y extracción de aceite, con la almendra por su dureza se fabrican collares y botones, el brote terminal puede consumirse como el palmito de otras palmas.

Problemática:

El oficio artesanal del departamento aún no tiene todos los elementos de diseño y calidad que le permitan entrar en un mercado competitivo, pues aún cuando hay productos reconocidos que tienen un mercado casi asegurado es necesario ampliar el mercado potencial creando nuevos nichos de mercado y en especial adecuar el producto al mercado externo.

En el caso de los artesanos dedicados a los oficios de talabartería y marroquinería no tienen propuestas de productos innovadoras que les permita ampliar el mercado, los productos son casi exclusivamente para el mercado local.

La capacidad de producción es suficiente para abastecer el mercado local, sin embargo los volúmenes no son los adecuados para penetrar el mercado externo.

El oficio de Plumería ejercido principalmente en Villavicencio es un nicho potencial de generación de trabajo con pequeñas inversiones, la técnica aunque esta desapareciendo aún sobrevive y se practica en pequeña escala. Es necesario entonces impulsar el oficio de manera que se vincule nuevamente la población conocedora del oficio a dicha fuente de ingresos en condiciones adecuadas para poder vivir dignamente. Para ello es necesario impulsar procesos de organización para la producción y comercialización así como capacitar a los artesanos en el manejo de los materiales y técnicas para su cualificación.

²CONVERS, Isabel González. Proyecto productivo artesanal indígena del Departamento del Meta. Convenio Artesanías de Colombia, Fondo Mixto de cultura y Artes del meta y SENA. Febrero 1997.

La realización de objetos en madera, otro de los oficios importantes en el departamento tiene deficiencias en los procesos productivos, una baja tecnología que se traduce en calidad media de los productos. Sumado a esto se observa poca innovación en los mismos.

El oficio de Tejeduría en Palma de Moriche, presenta serias dificultades para su sostenibilidad pues la palma esta amenazada de extinción por lo que es urgente establecer políticas para protegerla e iniciar planes y acciones para su regeneración. La recuperación de estas especies es importante no solo porque provee la materia prima para la producción de artesanías sino porque se constituye en un elemento de sustitución de cultivos ilícitos.

Es importante un proceso de fortalecimiento de las asociaciones, grupos y organizaciones artesanales del departamento como estrategia de producción y comercialización.

Actualmente, de los 700.505 habitantes del departamento, el 35.75% se localiza en el área rural, realizando fundamentalmente actividades ganaderas y agrícolas, que incluyen cultivos ilícitos. En la zona del Ariari, conformada por 10 de los 29 municipios del departamento, 2.449 familias mantienen cultivos ilegales en 8.700 hectáreas³.

En esta problemática se circunscribe Acacias, Puerto López y Puerto Gaitán, municipios de gran tradición artesanal en los oficios de la talabartería, la tejeduría y la talla en madera y que serán los beneficiarios de este proyecto.

MUNICIPIO DE ACACIAS

Este municipio situado a 24 kilómetros de Villavicencio, concentra un importante número de artesanos, que por generaciones ha ejercido el oficio de la talabartería, abasteciendo de manera efectiva la demanda local y regional con productos relacionados con los aperos de la vaquería, indispensables para el llanero en sus faenas y labores.

Estos productos de excelente factura, con una funcionalidad enfocada a la satisfacción de las necesidades regionales, esta desaprovechando un segmento del mercado, generado por el turismo que recepciona el municipio y las posibilidades de acceder al mercado nacional.

Existen en este municipio condiciones básicas para ampliar la producción: disponibilidad de mano de obra con conocimientos en el oficio, disponibilidad de materias primas derivadas de la actividad ganadera y una demanda creciente propiciada por el flujo constante de turistas de Bogotá, que visitan la región atraídos por la exuberancia del paisaje y el folclore llanero.

Existe en Acacias, la Cooperativa de Sacrificadores de Ganado - Coosacrigan-, entidad privada, que está impulsando la creación de un centro productivo de confección de productos artesanales en cuero, para hacer un aprovechamiento eficiente de las pieles obtenidas en la moderna planta de sacrificio que

³ POM, asesores regionales

maneja. Proyecto en el que están interesados entes como la alcaldía municipal, el Fondo Mixto de la Cultura y las Artes del meta y la compañía petrolera Chevron.

Igualmente, Artesanías de Colombia inició recientemente un proceso de diversificación de los producción con buenos resultados, dada la receptividad de los artesanos en innovar y desarrollar nuevos productos. A partir del trabajo tradicional se diseñaron nuevos productos, que responden a los requerimientos formales y funcionales del mercado: Línea de portafolios, portacomputador y portadocumentos inspirados en alforjas, fundas y aperos; cojines tipo “puff”, utilizando la piel curtida con pelo corto; campechana tipo Acacias, utilizando el mismo principio de cortes longitudinales de la hamaca tradicional, pero desarrollando el concepto hacia un objeto utilizable en una finca, como en un apartamento de Bogotá o Cartagena.

Estos productos se han probado con éxito en el mercado nacional (exhibición en el Almacén las Aguas de Artesanías de Colombia). Este es un indicativo para ampliar la producción, manteniendo la impronta cultural que identifican a los objetos tradicionales del Meta.

Otra ventaja aprovechable es la adquisición de materias primas e insumos en el mismo municipio. Coosagrigan es el principal proveedor de las pieles, mensualmente saca 1.100 pieles en promedio. Los insumos (herrajes, hilos, entre otros) serán colocados por los productores de Bogotá y Medellín en el municipio.

MUNICIPIO DE PUERTO GAITAN

Este municipio ubicado sobre el río Meta, es el más extenso de Colombia, es un centro fluvial con una rica actividad agrícola y ganadera. Allí tiene asiento el mayor número de población indígena del departamento del Meta, organizados en 7 comunidades con aproximadamente 8.000 individuos pertenecientes a la etnia Sikuni o Guahibo, cuya economía de autosubsistencia se soporta fundamentalmente en los cultivos de yuca brava y dulce, maíz, piña, batata y caña de azúcar. La caza y la pesca se siguen practicando con menor intensidad por la reducción de estos recursos.

La mayoría de los guahibos conservan su lengua y costumbres tradicionales, se mantiene la elaboración de elementos propios de su cultura material para el consumo cotidiano y actualmente con fines comerciales, bajo el concepto de artesanías.

Las comunidades de Guacoyo, Corocito y Yopalito, son expertas en los oficios de la tejeduría con fibras naturales, con las que elaboran sebukanes (exprimidor de yuca), balays que es un cesto en forma de bandeja circular, utilizado para colocar la arepa de cazabe, chinchorros tejidos en fibra de cumare, sombreros en palma real, mochilas en cumare o moriche, morrales, bolsos y una gran variedad de contenedores. La alfarería es otro oficio representativo, siendo el budare el objeto que más se elabora, es un tiesto o tostador para el cazabe, de forma circular de una dimensión de hasta 80 centímetros de diámetro. La talla en madera es un oficio propio de los hombres, elaboran canoas talladas a partir de una sola pieza, utilizadas para las labores de pesca y como medio de transporte; remos o canaletes; arcos y flechas, instrumentos de caza y pesca, de diferentes tamaños y fuerza de presión; rayadores instrumento para rayar la yuca brava.

Estos elementos son los más representativos de los sikuane, conservan en sus diseños la simbología e identidad propia de su cultura. La producción de estos objetos es limitada por la disminución del recurso natural, especialmente del cumare que se ha reducido sensiblemente en la Reserva, teniendo que adquirirla en las fincas de los colonos. La Gobernación del Meta y la Alcaldía de Pto. Gaitán iniciaron hace dos años un programa de repoblamiento de la palma de cumare para recuperar esta especie. La baja producción también, está ligada a las pocas oportunidades de comercialización.

Estos productos son comercializados en almacenes de Pto. Gaitán y recientemente crearon un punto de venta en la carretera, en el que ofrecen sus productos a los turistas. Ocasionalmente algún representante de estas comunidades viaja hasta Pto. López y Alto de Mengua, donde vende fundamentalmente chinchorros.

Los ingresos que genera la venta son mínimos. Ellos mismos no saben con certeza cual es el margen de ganancias, dado que no tienen el conocimiento para calcular los costos reales de cada producto.

Sin embargo, la producción artesanal, es una de las pocas alternativas, sino la única que tienen para obtener ingresos que les permita acceder a satisfacer necesidades mínimas, como el suministro de alimentos, que la naturaleza ya no les provee, por el manejo depredador que los colonos e incluso desplazados le han dado al medio ambiente.

DEPARTAMENTO DEL PUTUMAYO

Al igual que el Meta y Caquetá, en el departamento de Putumayo, la actual estructura territorial y poblacional es consecuencia directa de la dinámica de los procesos de colonización que se desencadenaron en la primera mitad del siglo Xx⁴.

A partir de 1950 y con mayor fuerza en 1970 se intensifican los procesos de colonización, que estuvo asociada a la migración campesina entre las décadas del 40-60 por la violencia bipartidista; la colonización petrolera entre el 63 y 76 concentrada principalmente en los municipios de Orito y Puerto Asís; la colonización motivada por los cultivos ilícitos entre el 74 y el 98, especialmente con cultivos ilícitos en el medio Putumayo.

La población total del Putumayo es de 204.309 personas según el censo Nacional de 1993, de estos 108.551 son hombres y 95.758 mujeres, los cuales viven en su mayoría en el área Urbana (133.591).

El Indicador de pobreza NBI Necesidades Básicas Insatisfechas supera en un alto porcentaje el NBI nacional que se ubica en 25.9, Putumayo presenta uno de los índices mas altos al llegar a 78.8 para 1998. En este indicador se destacan el hacinamiento (mas de tres personas por cuarto de habitación) con un 17.6 de la población, la alta dependencia económica que llega a 13.9 (mas de tres personas por miembro ocupado y el jefe del hogar con máximo hasta 2 niveles de secundaria) y la miseria con 12.5

Por otra parte el crecimiento de la población en el departamento por la tendencia de los últimos años se espera que disminuya.

Con el proyecto se intervendrán las poblaciones artesanales de los municipios de:

Mocoa, el Valle de Sibundoy (Sibundoy y Colón) y el Valle del Guamuez (La Hormiga)

Un número considerable de artesanos de este departamento son indígenas de las comunidades Kamentsa, Inga, Coreguaje y Huitoto. Son artesanos que trabajan productos en lana y madera principalmente, se producen máscaras tradicionales de las culturas Inga y Kamsa del alto Putumayo. A nivel de tejeduría tienen líneas de cojines y tapetes en lana, en carpintería desarrollan las líneas tradicionales de máscaras, bateas y butacos.

En Mocoa, se fortalecerá el trabajo en madera y guadua con los cuales producen muebles para comedor, sala, mecedoras en chonta y productos de muñequería y otros en guadúa.

Hay dos grupos identificados en el municipio: el primero, La Asociación de Artesanos de Mocoa con treinta personas y el segundo la Cooperativa Artesanal de San Agustín con un promedio de veinte artesanos.

En Sibundoy se desarrollan en el casco Urbano los grupos de la Asociación El Milagro, Asociación de Independientes, Grupo Kabuna y Grupo Nuevo, los oficios que desempeñan estos grupos son la tejeduría con 60 artesanos, Talla en madera con 25 artesanos, a nivel rural en la Vereda Tamabioy, se encuentra el grupo Sibitoy los cuales elaboran los reconocidos butacos de Madera, producto artesanal del Sibundoy con el cual se reconoce la actividad artesanal del Putumayo.

En el Municipio de Santiago, existen dos grupos artesanales importantes, el primero en el casco urbano compuesto por 50 personas, a nivel rural en la vereda de San Andrés, se elaboran productos de tejeduría con una participación de 30 artesanos y talla en madera con 15 artesanos.

En Municipios como La Hormiga o el Valle del Guamuez, cuenta con una población artesanal menor, que se dedican a la Tejeduría y cestería en el valle del Guamuez, con un grupo de 50 personas.

PROBLEMÁTICA SOCIO-ECONOMICA

El desempleo, es otro de los problemas que aquejan el departamento del Putumayo su indicador es del 20% y es el propósito de la comunidad representada por las organizaciones, disminuir ese indicador hasta un 10% en un periodo de 2 años. Parte de la estrategia para lograrlo es mejorar el capital humano preparándolo con conocimientos en la producción de artesanías como una alternativa que puede rendir excelentes beneficios para las familias que conforman la Empresa Asociativa Artesanal del Putumayo.

Se percibe en el departamento una inequitativa tenencia de la tierra que ha dado origen a áreas de Minifundio y Microfundio en el Valle de Sibundoy. En puerto Asís se ha configurado el latifundio.

Entre 1973 y 1985 el Putumayo triplicó su tasa de crecimiento poblacional, sin embargo por los conflictos de violencia y narcotráfico se ha presentado una migración interregional hacia la periferia de las zonas urbanas incrementando la marginalidad urbana.

En el siguiente cuadro ⁵se puede observar la composición de la población marginal urbana, no solo para el Departamento de Putumayo, sino Caqueta y Meta.

TABLA 2

<i>Departamento</i>	<i>1973</i>	<i>1985</i>	<i>Crecimiento Promedio anual geométrico</i>	<i>1993</i>	<i>Crecimiento promedio anual geométrico</i>	<i>1999</i>	<i>Crecimiento Promedio anual geométrico</i>
Caqueta	179.937	264.507	47%	367.898	39%	410.368	12%
Putumayo	57.686	174.219	202%	264.291	52%	323.549	22%
Meta	242.664	474.046	95.4%	618.427	30%	686.489	11%
Reigón	480.880	959.845	99.6%	1.348.218	40%	1.634.485	14%
Nación	22.915.229	27.867.323	21.6%	37.445.146	34%	41.539.011	11%

FUENTE: Censos del DANE y proyecciones DNP para 1999

SECTOR ARTESANAL

En el departamento como alternativa para contrarrestar los hechos de violencia y desempleo que han afectado tanto a la población civil, se desarrolló un programa de capacitación y asesoría para el manejo y uso múltiple del bosque, generando alternativas de empleo a la población con buenos resultados como se puede apreciar en la ciudad de Mocoa y en el municipio de Sibundoy en el Alto Putumayo.

En el departamento sobresalen los oficios artesanales de la talla en madera, que ha sido tradicionalmente una actividad desarrollada por hombres. En el oficio utilizan diversas variedades de madera entre las que se desatacan el Arrayán, Chilco, Pino, Crespo entre otros.

Entre los productos que se destacan los platos tradicionales, las bateas, máscaras tradicionales Inga, el tradicional banco, y se realizan también candelabros, pesebres y miniaturas

Problemática

- La riqueza del trabajo artesanal en el Alto Putumayo que estuvo en el pasado basada en la riqueza maderera del valle, en las comunidades kamentsa e Inga ha ido perdiendo lentamente su ancestro cultural, lo que ha llevado a convertir la producción artesanal en una actividad eminentemente comercial. Se ha ido presentando la sustitución paulatina de los temas y formas de representación abstractas y geometrizadas por representaciones figurativas naturalistas⁶.

⁵Ibid, Pág 13

⁶RENTERIA, José Alexis. Asesoría en Diseño en las comunidades Kametsa e Inga del Alto Putumayo. Marzo 1998

- Se ha presentado el desuso de las maderas duras y la desaparición de las técnicas tradicionales favoreciendo la aparición de objetos puramente decorativos.
- La recolección en madera que usualmente realiza el artesano en el sitio en donde esta crece lo ha obligado a desplazarse grandes distancias porque en el Valle del Sibundoy ya casi no se encuentran con reservas de árboles maderables suficientes.
- La comercialización de los productos generalmente no es directa sino a través de intermediarios quienes pagan precios relativamente bajos. Estos intermediarios en ocasiones entregan al artesano la materia prima para que realice los productos; de esta forma no existen canales de comercialización óptimos .
- Por la existencia de los intermediarios que no se preocupan por la calidad de los productos sino que su interés primordial esta en los volúmenes, la calidad de los mismos ha venido en detrimento, especialmente los acabados y tinturas.
- Por las dificultades con la consecución de las materias primas, los precios de las mismas son sumamente altos lo que afecta la competitividad del objeto artesanal del Putumayo.
- Se presentan también problemas con el manejo de las herramientas , pues algunos artesanos no disponen de un equipo mínimo de elementos de trabajo.

DEPARTAMENTO DE CAQUETA

El Departamento del Caquetá ha sido el departamento amazónico más poblado e intervenido a través de una dinámica de asentamientos humanos bastante desordenada espacialmente y que cuenta hoy con una dinámica económica dominada por los cultivos ilícitos y una violencia creciente con la presencia de diversos actores armados en su territorio. Presentando movimientos de colonización con características nuevas como el surgimiento de asentamientos urbanos por efecto principalmente de desplazamiento de población campesina, la inmigración por el fenómeno del narcotráfico y la intervención guerrillera en el ordenamiento político local. Estos fenómenos han hecho evidente la ausencia del Estado en lo que corresponde al ordenamiento espacial, normas básicas de convivencia y organización. Las migraciones han sido fundamentales en el proceso de población del Caquetá, siendo uno de los factores que explica el constante crecimiento poblacional y la movilidad de los habitantes del departamento.

La pluralidad étnica, la diversidad de flora, fauna ,suelos y climas, los conflictos marcan la problemática actual y la incertidumbre del futuro regional en una sociedad heterogénea que durante siglos ha hecho uso de la formidable oferta de la biodiversidad amazónica mediante diferentes formas de intervención con una perspectiva no amazónica, presentando incontenibles procesos destructivos de la biodiversidad en la Amazonía como un ecosistema altamente vulnerable, el crecimiento vertiginoso de la economía ilícita basada en la actividad extensiva de los cultivos de coca, el aumento de la línea de pobreza por la concentración de recursos provenientes de su comercialización; la intensificación de la

confrontación armada afecta la población civil entre los fuegos, el ensanchamiento de las inequidades sociales y el desgarramiento del tejido social, el alto deterioro o daño ambiental con determinaciones que incrementan los daños.

En vista de esto se presenta la necesidad de recuperar el tejido social a través de la generación de empleo alrededor de la producción de artesanías como espacio de trabajo diferente. Cuyo mayor objetivo será la sustitución de cultivos ilícitos como alternativa de desarrollo sostenible. Dado el escaso desarrollo artesanal en el departamento del Caquetá se requiere organizar y reorientar el trabajo hacia la búsqueda de estrategias efectivas que fortalezcan el sector en los procesos productivo, organizativo y de comercialización, para brindarle mayores posibilidades en el mercado regional, nacional e internacional.

Quizá el problema más grave que enfrenta la región es la presencia de actividades narcóticas, que han ayudado a la profundización de las problemáticas del Departamento. Se encuentran en el Caquetá cultivos de coca, y su procesamiento se da en San Vicente del Cagúan, Cartagena del Chaira, Valparaíso, Solita y Curillo. Existen por lo menos siete grupos que efectúan esta labor, pero la dirigen desde otras ciudades. Esto, por supuesto, ha generado enfrentamientos entre guerrilla y autodefensas de los narcotraficantes ocasionando desplazamientos de la población hacia el Amazonas y Bogotá.

Las pistas clandestinas y algunas legales son utilizadas para sacar el alcaloide y la base, la vía fluvial es utilizada para transportar insumos debido a que los centros de acopio se sitúan principalmente en las riveras de los ríos como el Cagúan, el Ortega y Caquetá. En Florencia se han asentado personas dedicadas a esta actividad involucrando personas de diferentes sectores.

Las amenazas por los enfrentamientos entre grupos armados han dado lugar a desplazamientos masivos principalmente procedentes de los municipios de Morelia, Valparaíso, Solita y sus jurisdicciones. Este desplazamiento ha sido motivado también por las fumigaciones de los cultivos. Las familias desplazadas que llegaron en 1999 a 410, se ubicaron en la periferia de Florencia, agudizando el problema de desempleo e invasiones.⁷

PROBLEMÁTICA SOCIO-ECONOMICA

La estructura del sistema económico está basado en muy pocas fuentes primarias y autónomas de generación de ingresos. El sistema de eslabonamiento que genera la circulación de ese ingreso se desarrolla fundamentalmente en el circuito del consumo. Muy escasos y localizados son los eslabonamientos económicos relacionados con los procesos productivos primarios de bienes y servicios.

La agricultura ocupa el segundo renglón luego de la ganadería en el departamento. Las cifras de esta actividad han venido descendiendo desde 1989, para llegar en 1997 a un área de 64.000 hectáreas, mientras que en 1989 se dedicaban más de 100 mil hectáreas a cultivos transitorios y permanentes. En contraste a este comportamiento el cultivo de coca ha tenido un crecimiento exponencial pese a los

⁷Policía Nacional de Colombia. Informe de Criminalidad 1999. págs 142-143

programas de sustitución de cultivos. En 1975 no existían en el departamento cultivos ilícitos⁸, en 1994 ya se encontraban en el departamento 9.300 hectáreas que para 1997 llegaron a casi veintidos mil hectáreas. La actividad Heveícola se impulso en el departamento en 1996, sin embargo los resultados no fueron los esperados.

La ganadería Bovina se considera una opción lícita económicamente viable. Su sistema de producción se ubica especialmente en el área consolidada , denominada piedemonte del Caquetá, donde se encuentra asentada el 90% de la población del departamento.

La piscicultura es otro renglón productivo del departamento de enorme importancia y potencial por los recursos hídricos que cubren gran parte del mismo.

El comercio y los servicios son las principales y casi únicas actividades económicas urbanas.

SECTOR ARTESANAL

La actividad Artesanal del Departamento es principalmente INDÍGENA, se destacan por su tradición los siguientes municipios y comunidades:

En la ciudad de Florencia, en la comunidad de Malvinas se encuentra una población artesana de la etnias Embera-catío que llegaron a la ciudad a principios de los 80. Alrededor de 20 personas en la comunidad se dedican a la actividad artesanal produciendo bastones, flechas, arcos, lanzas y cuchillos los cuales se realizan entre hombres, mujeres y niños donde estos últimos realizan el lijado y decorado con lanas y plumas. Entre las materias primas mas utilizada por este grupo se encuentra la caña de guadua, la palma de chontilla, y excepcionalmente la hoja de Palmicha. Se elaboran otros productos como collares y pulseras en semillas vegetales y materiales sintéticos como las chaquiras; coronas con cortezas vegetales y plumas de animales; cortinas y otros objetos en Cumare, etc.

La comunidad Honduras en el Corregimiento de Santo Domingo, en Florencia conformada por aproximadamente 15 familias el trabajo artesanal es desarrollado por aproximadamente 50 personas de todas las edades. Dentro de la producción artesanal se encuentran objetos en madera, semillas vegetales, cortezas vegetales, partes de animales y materiales sintéticos como las chaquiras. Se destacan las lanzas, arcos, flechas, cargadores de flechas, cuchillos, bastones, elaborados básicamente con el tallo de la palma chontilla y plumas para su decoración; collares y manillas, elaborados con semillas (lágrimas de San Pedro, Chumbimbo, chochos, ojo de buety) estas semillas son ensartadas en la fibra de cumare; canastos , elaborados principalmente por las mujeres de edad mayor, los canastos grandes se elaboran con bejuco yaré , los mas pequeños se elaboran con la corteza de la palma de Iraca son algunos de los objetos de mayor producción.

En Milan, al sur oriente del departamento se encuentra la comunidad Maticurú de aproximadamente 230 habitantes, comunidad que se dedica principalmente a los cultivos ilícitos y en segundo lugar a la agricultura y piscicultura. En cuanto a la actividad artesanal es realizada por aproximadamente 70

⁸TREJOS, Jair. El rostro Oculto del Narcotráfico.

personas con una marcada división según el sexo. Las mujeres elaboran hamacas, mochilas, ollas de barro, y los hombres hamacas grandes, arcos, flechas, cernidores, remos entre otros. Para la producción artesanal utilizan diferentes maderas tales como Caimo, Roble, Comino, Chonta, Guache y otras, para elaborar los pilones y macanas utilizan cortezas, fibras y semillas vegetales como cogollo de cumare, corteza de guarumo, cáscaras de árboles, chochos y lágrimas de San pedro. Se utilizan también pieles de aves, y arcilla para elaborar ollas, tiestos y tulpas.

La comunidad de Agua Negra, caserío ubicado también en la jurisdicción de Milán habitan mas de 340 personas. Realizan varias actividades relacionadas con el narcotráfico , la agricultura es de subsistencia y muy deficiente, por lo que no tienen fuentes de ingresos. La actividad artesanal es principalmente para su uso aunque últimamente la están comercializando como fuente de generación de ingresos. La actividad artesanal como característica generalizada de las comunidades indígenas del Departamento la realizan principalmente los adultos mayores. En Agua Negra las mujeres elaboran hamacas pequeñas, mochilas, collares, escobas, ollas, tulpas, tiestos y tachos y los hombres hamacas grandes, arcos, flechas, pilones y macanas entre otros en materias primas comunes a la región(roble, caimo, cumare, semillas, arcillas, etc.)

La comunidad Paeces situada en el municipio de Puerto Rico , en la vía a San Vicente de Cagúan, escenario de varios enfrentamientos y masacres en los últimos meses, se conforma de casi 200 personas dedicadas principalmente ala ganadería y la agricultura de subsistencia. La actividad artesanal se centra en la tejeduría, telar vertical, dos agujas, crochet con fibras como fique y cumare, lana, hilo, y poliester, hacen escobas con hojas de Iraca.

En el municipio de Solano, se encuentra una población indígena de la comunidad de los Huitotos, dedicados ala actividad artesanal hay un grupo aproximado de veinte personas dedicados principalmente a la talla en madera, tejeduría y cestería. Producen elementos típicos de la región: Chinchorros, mochilas, sombreros, bisutería, canastos figuras de animales entre otros. Este grupo de artesanos se encuentra formalizado hace 5 años , comercian sus productos en el casco urbano en Florencia.

En Valparaíso, existe el comité de artesanas de Valparaíso, integrado por aproximadamente 25 personas, dedicadas principalmente a la tejeduría y cestería.

Problemática:

La problemática de la actividad artesanal del Departamento se centra en la falta de diversificación de sus productos lo que ha incidido negativamente en los procesos de comercialización

El área de comercialización de estos productos es casi que exclusivamente local y regional, no han penetrado en otros mercados por lo que los niveles de ventas no cubren sus expectativas y capacidades.

La baja comercialización se profundiza también con la baja administración de su actividad artesanal como proyecto productivo y laboral, no manejan conceptos como los de costos, capacidad productiva, estructura organizativa, planeación, dirección, control, etc.

Aunque los artesanos manejan las técnicas, manifiestan la pérdida de la tradición en la población principalmente joven, lo que pone en riesgo la sostenibilidad de actividad en el futuro.

La acción se dirigirá teniendo en cuenta al siguiente ordenamiento.

- En términos de empresas : Grupos productivos familiares indígenas y campesinos, talleres vecinales y organizaciones artesanales rurales, semi-rurales y urbanas.
- En términos de fuerza de trabajo : Recolectores, Artesanos, Comercializadores de artesanías y aprendices. Las poblaciones artesanas de los oficios de cerámica, cestería, y trabajo en guadua y madera de los siguientes municipios son objeto de este proyecto: San Vicente del Cagúan, Puerto Rico, Florencia, Cartagena del Chaira, Milan, Solano, Solita, Valaparaíso y Curillo.

La población de este departamento asciende a 311.464 personas de los cuales 143.144 viven en las cabeceras municipales. Este es otros de los departamentos más pobres del país con un NBI de 34.8 para 1998 superando en mas de 13 puntos el total nacional. Se destaca la alta dependencia económica que llega casi al 16% de la población, es decir 49.834 personas. El porcentaje de personas con miseria es igualmente alto, casi igual al de Caquetá, 12.3% de la población.

Respecto al crecimiento poblacional ha venido en aumentos y se proyecta para los próximos 5 años llegar a una tasa de crecimiento de 20.79% superior al promedio nacional que para el 2005 se espera sea de 16.43%.

En cuanto al desempleo el Caquetá tiene una Tasa Global de Participación de 52.32%, ubicándose la tasa de desempleo en uno de los más bajos del país, 8.47% según cálculos del Departamento Nacional de Planeación.

Respecto a la población artesana trabajan básicamente los oficios de cerámica, tejeduría, cestería y el trabajo en guadua y madera.

DEPARTAMENTO DEL HUILA

Como población objetivo del proyecto, se considera a aquellos huilenses pertenecientes a los municipios que presentan una marcada tradición artesanal y aquellos que por iniciativas de las administraciones municipales han demostrado interés por el asunto artesanal y han iniciado desde hace dos años atrás un trabajo continuado de atención al sector artesanal de sus localidades. El total de estos municipios se resume en la cifra de 22 de los cuáles los de mayor tradición artesanal: San Agustín, Pitalito, Timaná, Garzón, Tello, Suaza, Acevedo, Campoalegre y La Plata.

El departamento del Huila es uno de los departamentos objeto de este proyecto con menor NBI, un 22.8 % de las 758.013 personas que habitan el departamento tienen necesidades básicas insatisfechas, entre estas la falta de servicios básicos y la alta dependencia económica, por otro lado es muy alta la concentración de pobreza, el coeficiente de Gini que puede tomar un valor máximo de 1 se sitúa para el departamento en 1999 en 0.51.

Su crecimiento poblacional esta también al igual que el Meta alrededor del 15% siendo inferior al promedio nacional, sin embargo enfrenta una alto porcentaje de desempleo 12.32% para 1999.

El Narcotráfico, como característica generalizada de los departamentos objeto de este proyecto también tiene presencia en el departamento del Huila con cultivos de Amapola, laboratorios para el procesamiento de narcóticos, pistas clandestinas, centros de acopio, en la zona montañosa de la cordillera central , límites con Meta, Caqueta y Putumauo. Los municipios de mayores plantaciones de amapola son Algeciras, Gigante, Garzón, Suaza, Tarqui, Guadalupe, Pitalito y la Plata.

Las amenazas por los enfrentamientos entre grupos armados han dado lugar a desplazamientos masivos principalmente procedentes de los municipios de Morelia, Valparíso, Solita y sus jurisdicciones. Este desplazamiento ha sido motivado también por las fumigaciones de los cultivos. Las familias desplazadas que llegaron en 1999 a 410, se ubicaron en la periferia de Florencia, agudizando el problema de desempleo e invasiones.⁹

SECTOR ARTESANAL

Este conflicto que soporta el departamento afecta una de las mayores riquezas : la riqueza artesanal que se basa fundamentalmente en la oferta de recursos minerales (arcilla, mármol, piedras), vegetales (fique, calceta de plátano, pindo, totumo, calabazo) y gastronómicos (achiras, dulcería), oferta que se plasma en los productos de cerámica y alfarería de Piatlito, Neiva, San Agustín, Timaná, Tello, Campolaege, Gigante, Yaguará, en los trabajos de piedra y talla de mármol de Neiva e Isnos respectivamente, en la tejeduría de Tarqui, Elías, Gigante, La Plata, Villavieja y en las achiras de Altamira y la dulcería de Yaguará, principalmente.

Según el censo artesanal en el Huila existen 2.006 artesanos que corresponden al 3.4 % del total nacional, siendo la mayoría mujeres (61%). Los oficios predominantes en este Departamento son la cerámica, a la cual se dedica el 40%, la tejeduría que ocupa el 25 % de la población y la madera con el 12%.

Es de destacar que el rescate y la socialización de la tradición gastronómica de las achiras del Huila está orientado a identificar e integrar la cadena productiva con los diferentes agentes agroartesanales que participan en ella. Esta cadena productiva fue una de las seleccionadas en España por la mesa de donantes del Plan Colombia a partir de la gestión adelantada por el Ministerio de Desarrollo Económico ante la Unión Europea.

La talla en piedra es uno de los oficios que mas se destaca en el departamento, municipios como San Agustín y San José de Isnos tienen un número considerable de artesanos dedicados a este oficio. Se trabaja la piedra poma que es abundante en la región y de fácil manejo , las herramientas empleadas son de gran simplicidad. Con el apoyo de Artesanías de Colombia, se ha ido diversificando la producción a objetos utilitarios y decorativos de más fácil salida que además es un mecanismo de

⁹Policía Nacional de Colombia. Informe de Criminalidad 1999. págs 142-143

rescate del oficio que se ha ido perdiendo por la saturación del mercado con las replicas precolombinas y la caída del turismo.

Otros municipios con destacada actividad artesanal son:

- Acevedo y Campoalegre, municipios dedicados a la alfarería
- Pitalito, Neiva, Timaná, Palermo y Teurel producen trabajos en Cerámica.
- La cestería en guadua y Mimbres es otros de los oficios artesanales del departamento a los que se dedica la población artesana de los municipios de Tello, Baraya, Pitalito, Neiva, Garzón y la Plata.
- La sombrerería en iraca, pindo y calceta de plátano se producen entre otros en Suaza, Tello, Palermo, La Plata, Campo Alegre y San Agustín.

Problemática:

No obstante las acciones de artesanías en San Agustín, el producto aún no cuenta con las características necesarias a nivel de diseño, empaque, e imagen de forma que pueda ser competitivo en otros mercados. Además por el carácter de souvenir que se le ha otorgado al producto los precios son muy bajos y la calidad muy regular. Es necesario impulsar la elaboración de estos productos con mayor valor agregado y para un mercado más exigente ampliando la oferta y acercándose a un nuevo mercado.

El artesano de este departamento, presenta en términos generales difíciles y limitados ingresos familiares, pocos niveles educativos, poca capacitación y una acentuada visión paternalista y asistencialista.

A estos factores se suma la falta de representatividad de los intereses de la mayor parte de los artesanos en las organizaciones y asociaciones por ellos constituidas.

La poca promoción de los distintos oficios, constituye otros de los problemas del sector en el Huila, situación profundizada por la cada vez menor transmisión de los conocimientos y técnicas inherentes al proceso de producción artesanal a las nuevas generaciones

Poca innovación en productos, materiales, tecnologías y diseños, todos factores que dificultan los procesos de comercialización del producto artesanal llevando a la población dedicada a estos oficios a tomar otros rumbos que en algunos casos combinan con la producción artesanal y en otros implican el abandono total del oficio, situación que se acrecienta con la posibilidad de estas personas de dedicarse a otro tipo de actividades, en la mayoría de los casos ilícitas que les pueden representar mayores ingresos.

Por otra parte las materias primas básicas y complementarias evidencian en la actualidad una crisis que hace más compleja la problemática artesanal debido a que el artesano puso en un segundo plano el equilibrio con la naturaleza. Hoy, más consciente de la importancia de los recursos naturales, de su papel en la continuidad del oficio, del beneficio gremial, etc. hay mayor interés y preocupación por su parte de garantizar su cuidado y sostenibilidad y en hacer frente a la aparición de comercializadores de materias primas y el monopolio que grandes propietarios tienen sobre los recursos naturales existentes.

Otro grupo de problemas que los afecta gravemente es el problema de la escasez que incide fuertemente en los costos del producto final y en el manejo poco sostenible de la oferta natural como es el caso de la iraca en Acevedo, La guadua y el bambú en Tello y el Totúmo en Villa Vieja.

- ⊗ El sistema productivo para poder dar respuesta a las exigencias del mercado obedece de un bajo nivel de desarrollo tecnológico en los procesos de tratamiento de materiales (preparación de pastas cerámicas, trabajo de fibras vegetales y maderables, extracción y pulimento de piedras y metales); en los procesos de transformación (cocción de piezas cerámicas, talla de madera y pierna, torno y calado de madera, técnicas de hilado) y de acabados y estandarización y control de calidad de los productos.

El último eslabón de la cadena productiva que tiene problemas es la comercialización, por la carencia de conocimiento de la demanda, clientes, y la ubicación de nichos de mercado la los cuales orientar por medio del diseño la oferta artesanal del Huila.

Se hace evidente entonces lo necesario de una intervención en el departamento que fortalezca la actividad artesanal de tal forma que el artesano se mantenga en su oficio por los beneficios que este le trae y que a su vez “proteja” su medio ambiente luchando contra el narcotráfico, los intermediarios de materias primas y otros factores que dañan su entorno y no permiten el desarrollo de su actividad.

DEPARTAMENTO DEL TOLIMA

En el departamento del **Tolima**, se trabajará con los artesanos de los municipios de:

Ibague: Artesanos dedicados principalmente a la elaboración de Instrumentos musicales, actividad fortalecida por la gran tradición musical de la región que además se constituye en un atractivo turístico. Igualmente hay un número considerable de artesanos dedicados ala muñequería en amero de maíz.

Las localidades de La Chamba, Chipuelo, Montalvo, Rincón Santo y El Colegio son inspecciones de policías y veredas en jurisdicción de los Municipios de El Guamo, Espinal y Flandes, al centro oriente del Departamento del Tolima, situados en el centro de Colombia, sobre el valle del Alto del río Magdalena y en su margen occidental, al lado de la cordillera central. Sus tierras, a 300 mts. s.n.m. son planas y dedicadas principalmente a la industria agropecuaria. Estas localidades son reconocidas mundialmente por la cerámica negra y roja que producen las mujeres de esta región, aunque también poseen una fuerte actividad de tejidos.

A Coyaima, Arteaga y Natagaima, pertenecen artesanos dedicados principalmente a la alfarería tradicional indígena, producen el conocido jabón de tierra. Esta zona del departamento se caracteriza por un creciente conflicto armado.

Palo Cabildo. Municipio del departamento caracterizado por el trabajo en guadua, principalmente la línea de muebles y enseres. Es también una zona de violencia en el departamento.

El departamento del Tolima tiene una población total de 1.050.080 personas de las cuales 698.001 habitan en las cabeceras municipales y 452 mil en el resto. De estas 305 mil personas tienen necesidades básicas insatisfechas, es decir el 29.1% porcentaje igualmente superior al promedio nacional. Entre los factores que se destacan en el departamento por afectar más el NBI son el hacinamiento crítico y la alta dependencia económica.

Tiene un coeficiente de Gini similar a los otros departamentos de su región, 0.51 y una tasa de desempleo del 12.76%, también en el promedio de la región.

En cuanto al sector artesanal el 56,3% de los artesanos del Tolima son mujeres y el 47.7 % son hombres. Con un 24.6% menor de 16 años y 64.5% menor de 35 años, se desempeñan principalmente en funciones de recolección y preparación de la materia prima, transmisión y recepción de saberes y conocimientos técnicos al interior del núcleo familiar y a procesos generales productivos. Su categoría de edad representa un valioso recurso humano disponible para la formación y capacitación en la nueva visión empresarial que exige la competitividad artesanal en un mercado abierto.

El nivel de escolaridad del artesano tolimense, que se dedica fundamentalmente a los oficios de cerámica (53%), tejeduría (35%) y madera (4%), es bajo, registrándose un 11.9% de artesanos sin ningún tipo de educación formal, promedio más amplio que el nacional y sólo un 70% que ha cursado primaria completa. La mujer domina el ejercicio de la artesanía en el Tolima con un 53% dedicada a la cerámica y un 37% a la tejeduría, ya que es en el hogar donde se aprenden y transmiten los oficios que son de gran tradición cultural (67%). De ahí la gran importancia del rescate y fomento del trabajo artesanal como factor destacado de cohesión social y familiar que fortalece el tejido social en la situación de la crisis nacional actual.

El hecho de que el 89% de los artesanos del Tolima sean propietarios de su vivienda puede ser un indicador de su sentido de pertenencia al lugar¹⁰. Sin embargo la situación de salubridad es muy regular debido a que el 20.5% carecen de todo servicio público y sólo el 30% tienen alcantarillado y el 65 % acueducto. Así mismo, en el grupo cerámico es característico la disfuncionalidad del espacio-taller que afecta la calidad y tiempo de producción, ya que los productos en secado o almacenamiento sufren accidentes por mala ubicación, debido a vientos o tráfico de animales domésticos no controlados.

El nivel de desarrollo tecnológico se expresa en que el 89% de los artesanos encuestados utilizan sólo la mano o la mano y herramientas simples para su trabajo y únicamente el 6% emplea herramientas y máquinas. En el caso del acabado de la cerámica, en el proceso de brillado, realizado exclusivamente a mano con piedras semipreciosas, se invierte el 60% del tiempo de producción.

En general, es muy alta la vinculación permanente del artesano a su actividad productiva (88%) siendo sólo de un 10% el personal que permanece inactivo a causa de falta de recursos para el trabajo y bajas demandas ocasionales.

10 Ibidem.

Como consecuencia de este creciente conflicto la población desplazada para 1999 alcanzaba las 736 personas y es alarmante el incremento en el índice de delitos cometidos por menores de edad generando la necesidad de ejercer acciones de rehabilitación y generar alternativas educación y empleo, ya que de un 79% de la población que es económicamente activa, solamente el 36% se encuentra ocupada laboralmente.

SECTOR ARTESANAL

Según la Encuesta Nacional de Artesanos¹¹ hay en el Tolima 3.029 artesanos, localizados en 41 municipios, de los cuales el 61% se concentra en El Guamo, El Espinal y Flandes (1.859), el 18% se encuentra en los municipios de Coyaima, Natagaima y Ortega, estando el 64.4% de los artesanos localizados en la zona rural y el resto en las cabeceras municipales; Ibagué por su parte concentra el 10% de la población artesana.

En Ibagué, se producen muñecos y otros objetos en amero de maíz y calceta de plátano, sin embargo su comercialización no ha superado el nivel local y regional. La producción de instrumentos musicales también se destaca en el Departamento, oficio que algunos artesanos combinan con la cestería para producir individuales, portacazuelas, fruteros y revisteros; sin embargo estos productos no son competitivos por la ausencia de identidad, diseño y altos precios. No tienen estrategias de comercialización y acopio de productos. Se enfrentan además problemas para la consecución de la materia prima.

Los principales problemas que tiene el artesano de este Departamento son aquellos relativos a la materia prima, determinante de la calidad y de la cantidad de la producción artesanal la cual, obtenida regularmente en la misma vereda o municipio (89%), por la falta de manejo sostenible, pierde calidad y capacidad de reposición, tornándose escasa y costosa (30%). Específicamente, en el los oficios de la cerámica a pesar de la abundancia de arcilla en las minas, no existe un manejo, extracción, transporte y almacenamiento organizados, haciéndose difícil y a veces riesgoso su acceso por factores geográficos (creciente del río) o abuso de propiedad privada.

Otros problemas que aquejan al artesano son de orden organizativo, afectando su capacidad de comercialización directa y de gestión y representación en instancias de poder y decisión; económico, debido a la falta de capital de trabajo y crédito (10%) y comercial, como es la carencia de una demanda sostenida (10%) o la existencia de una intermediación que acapara las ganancias.

Sin duda, la falta de organización gremial y de visión empresarial del artesano son otras de las variables que dificultan su acceso a las materias primas, a la información de mercados, al apoyo institucional disponible y a la gestión de recursos para desarrollar proyectos de su interés: el 84% no está organizado y sólo un 3.6% pertenece a cooperativas u asociaciones.

Los diseños de la cerámica son muy tradicionales y de gran aprecio en el mercado nacional e internacional por su simplicidad, funcionalidad y belleza; de herencia precolombina, utiliza recursos

¹¹. Encuesta Nacional Artesanal – Departamento del Tolima, Artesanías de Colombia, Santafé de Bogotá, 1998.

naturales del entorno y constituye desde hace cuarenta años la base de su economía campesina. Su costo es muy comercial y su rentabilidad podría incrementarse si se hiciera más eficiente el sistema de producción, logrando así un mayor impacto en la calidad de vida del artesano.

En el caso de la alfarería y cerámica el artesano utiliza sistemas, técnicas, aparatos, instrumentos y equipos muy rudimentarios para la explotación de las minas, (excavación sin cobertura vegetal para la reposición de arcilla); su tratamiento o maduración (espacios donde se mezclan inadecuadamente las diferentes arcillas); el cernido o tamizado (precarias medias de mujer para colar la arcilla o cernidores pequeños y estáticos); el molido (pilonos de madera o pequeños molinos manuales); el moldeado (“guías” o moldes frágiles y no estandarizados); el brillado (brillado manual con piedras que gasta el 60% del tiempo productivo); la cocción (hornos de bahareque o a cielo abierto que usan leña como combustible y no garantizan una cocción uniforme, además que contribuyen a la deforestación y afectan su salud).

Estos procesos así realizados exigen mucho gasto de mano de obra y energía y no promueven la conservación de los recursos naturales del entorno, siendo ineficientes y constituyendo obstáculos técnicos y organizativos que inciden en el volumen y calidad de la oferta y en las sostenibilidad del recurso natural. Sería preciso entonces reestructurar el sistema productivo a nivel tecnológico y organizativo, replanteando los procesos al interior del taller, acompañado de una reconversión de equipos y tecnología.

Este cambio apuntaría a organizar el acceso, extracción, transporte y manejo sostenible de la materia prima (arcillas lisa, arenosa y roja), optimizar procesos, reorganizar espacios del taller, promover divisiones del trabajo y tecnificar etapas, desarrollando la capacidad de análisis, aplicación tecnológica y de gestión del artesano como beneficiario directo y agente fundamental del proceso de modernización. Se fortalecerá la base productiva tradicional de familias extensas, que se integrarían a una nivel superior organizativo, de tipo asociativo o cooperativo, con el apoyo de profesionales de la ingeniería, de universidades locales y entidades ambientales acompañantes y una ONG local como ejecutora y directora del proyecto.

DEPARTAMENTO DEL CAUCA

En el Cauca la actividad artesanal juega un papel preponderante en el mantenimiento de la identidad y tradición cultural de sus pueblos, además de ser un sector generador de ocupación e ingresos. Comunidades indígenas, campesinas y urbanas encuentran en el quehacer artesanal una forma de vida en la que se conjuga la riqueza cultural, el lenguaje y la historia fundamentadas en las tradiciones, el medio y en la vida misma como símbolo natural de la esencia humana.

La artesanía tradicional más representativa es la referida a los tejidos y a la cestería, elaborada con gran maestría por Paeces, Yanaconas, Eperara Siapidara, Guambianos y Caquionas, etnias que pueblan una gran parte del territorio caucano. Estos oficios hacen parte del legado cultural de sus ancestros, transmitidos de generación en generación y que integran el conocimiento acumulado para producir artefactos materiales necesarios para suplir el consumo doméstico y de intercambio.

La interrelación con la cultura occidental ha propiciado el reemplazo de muchos de estos artefactos, lo que ha conducido al abandono progresivo de la producción destinada al consumo cotidiano. Los elementos de la cultura material indígena que sobreviven se elaboran esencialmente para el circuito del comercio.

La entrada al mercado también ha generado cambios fundamentales en el uso y funcionalidad de estos artefactos, lo que a su vez ha incidido en la transformación de los diseños y en la generación de nuevos productos, basados en las técnicas de producción de dominio de los grupos productores.

Este intercambio ha favorecido a dichos grupos en la obtención de ingresos y en la transformación de la misma ocupación, antes ocasional, ahora con mayor dedicación de tiempo, permitiendo estabilidad y reducción de desplazamiento a labores ilícitas, como las actividades cocaleras para el comercio. Sin embargo, es urgente iniciar un proceso de rescate, recuperación y conservación de los productos tradicionales que los identifica.

Características de la producción artesanal

Una mirada general a los diferentes aspectos relacionados con la producción: organización, materias primas, mano de obra, equipo, herramientas y producto artesanal, permite además de identificar algunos factores de incidencia en la situación actual del subsector, señalar rumbos y modalidades de posibles acciones para el desarrollo integral de la actividad.

La condición individual del trabajo de los artesanos es una limitante estructural para el desarrollo de sus organizaciones gremiales y constituye uno de los obstáculos más importantes en el sentido de lograr condiciones de fuerza y presión social y económica que permitan por un lado; mejor trato por parte del Estado en términos de su acceso a servicios sociales, y por otro; mejorar condiciones de negociación que permitan optimizar sus procesos productivos.

Los cabildos y asociaciones son las formas organizativas predominantes en las que participan algunos artesanos (24,22%). El 61.9% de los artesanos no hace parte de ningún tipo de organización¹². Se identifican como causas de la desmotivación a participar en organizaciones gremiales, la desconfianza y la ausencia de asesoría a la labor artesanal, en particular a lo relacionado con la comercialización y la producción y el crédito.

En cuanto a la materia prima, parte vital de los procesos de producción llevados a cabo por los artesanos, determina tanto, la calidad y cantidad de la artesanía elaborada como, la sostenibilidad de la misma, íntimamente ligada a la del medio ambiente.

La materia prima utilizada en los procesos de elaboración se obtiene básicamente en áreas cercanas al sitio de trabajo. El 20.2% de los artesanos la adquiere en el mismo municipio y también el 20.2% en la

¹² Artesanías de Colombia, Censo Económico Artesanal, 1996

misma vereda donde se produce. El 28.11% la obtiene mediante combinaciones de las opciones anteriormente descritas y sólo un 5.05% necesita proveerse en otro departamento ¹³.

La compra de materia prima al detal constituye la modalidad de abastecimiento empleada por un 67,68% de los artesanos caucanos. Sólo el 14,81% la adquiere al por mayor. Los problemas más frecuentes relacionados con la materia prima son: su escasez (39,08%), los altos costos (17,39%) y la falta de apoyo económico, particularmente la ausencia de créditos ¹⁴.

La producción elaborada en un 85,12% se dedica a artículos de consumo final y un 2,84% elabora materia prima para procesos artesanales. Sólo un 1% se dedica a la producción de piezas para incorporar a otros procesos relacionados con actividades por fuera del sector.

Con respecto a la comercialización, en general no existe una especialización para el mercadeo de los artículos producidos. En su mayoría, los artesanos productores se encargan de esta actividad, orientada básicamente al consumidor final. Las ventas se realizan en el taller, en la casa o en las plazas de mercado del municipio de residencia del artesano y la modalidad de pago más frecuente es el contado.

Los obstáculos más sobresalientes, en relación con la comercialización son: los bajos volúmenes de producción, deficientes estrategias de venta para el producto artesanal, inapropiados o inexistentes sistemas de distribución y la falta de solvencia para asumir costos de investigación y experimentación del mercado local, regional, nacional e internacional.

La comercialización es manejada en su casi totalidad (65.49%) por los propios artesanos, o en su defecto por sus familiares (6.73%). Es poco frecuente que vendedores o agentes externos al núcleo artesanal realicen esta parte del proceso ¹⁵.

El 50% de los artesanos vende la totalidad de la producción al consumidor final, lo cual indica una baja existencia de intermediarios. Por lo general, se realizan en el municipio donde vive el artesano, dado que los gastos de tiempo y dinero para los desplazamientos incrementan los costos de los productos, dificultando la comercialización. En definitiva, el artesano es quien maneja todas las etapas relacionadas con la producción y comercialización. Para realizar las ventas al consumidor final, el 28.62% de los artesanos lo hace en sus casas; en porcentajes menores, 12.63% y 7.24% en la calle y en talleres, respectivamente, lo cual confirma lo dicho anteriormente acerca de la comercialización, también entendida como una actividad más del entorno familiar ¹⁶.

Las ferias no se constituyen en un espacio acostumbrado de ventas, puesto que sólo un 2.53% de los artesanos comercializa en dichos certámenes. Por tratarse de ventas directas, hechas en los talleres o casas de los artesanos, prima la forma de venta por contado (40.40%), le sigue la modalidad combinada

¹³ Idem

¹⁴ Idem

¹⁵ Idem

¹⁶ Idem

de contado y crédito (48.99%), y la menos utilizada por los artesanos es consignación y crédito (0.34%)¹⁷.

EL 28% de los artesanos comprometen el volumen de su producción con base en pedidos. En un porcentaje similar, el 17.51% de los artesanos define, él mismo, volumen de producción. El adelanto de pago constituye otra modalidad utilizada, aunque poco frecuente (4.55%). Combinaciones de estas tres modalidades ocupan en menores proporciones el porcentaje restante¹⁸.

Si bien casi el 39.56% de los artesanos afirma no tener algún problema en cuanto a la comercialización, un 37.21% considera como el principal obstáculo la falta de estímulos y atractivos tanto para la producción como para la comercialización. En menor porcentaje, los artesanos plantean el bajo volumen de producción (7.58%) y las dificultades en los medios de transporte (5.39%)¹⁹.

Con estos proyectos se busca darle solución a estas trabas que impiden tener una producción artesanal con carácter empresarial que desencadene procesos productivos sostenibles y rentables, que redunden en mejoramiento de ingresos y ocupe una mayor mano de obra.

Las localidades en las que se ejecutaran estos proyectos son los siguientes:

Municipio: **CAJIBIO**

Vereda: El Carmelo con Artesanos de la Etnia Paez de Cajibío.

No. Integrantes: 18

Representante: Cesar Orlando Astudillo

Identificación: 4.641.415 Cajibío

Oficio: Cestería

Materia prima: Helechillo Alipanga y Bejuco

Productos: Servilleteros, bases de floreros, carretillas, baúles, canastos, marcos, adornos de navidad.

Este municipio localizado al noroccidente de Popayán, con un 80% de población campesina, asentadas en 15 veredas, concentra 27 artesanos, el 2.45% del total de la población artesanal del departamento del Cauca, siendo en un 80% mujeres, con bajos niveles de escolaridad. el 25,42% no ha tenido acceso a algún tipos de educación, el 23,38% de los artesanos han realizado estudios de primaria y de ellos sólo el 12,71% lograron culminar este nivel²⁰.

Las condiciones de producción en esta localidad están inmersas en las características generales descritas para el departamento del Cauca.

En la Vereda El Carmelo, 18 mujeres se dedican al oficio de la cestería, produciendo objetos utilitarios y decorativos para floristería (carretillas, bases de floreros, baúles, cestos) y arreglos navideños. La materia prima utilizada son fibras naturales que obtienen del entorno como el helechillo y la alipanga,

¹⁷ Artesanías de Colombia, Sondeo de Mercado Expoartesanías 98

¹⁸ Idem

¹⁹ Idem

²⁰ Idem

consideradas como malezas; también utilizan el bejuco que adquieren en el municipio de El Tambo a razón de \$20.000 el bulto. De acuerdo con los pedidos, el consumo de esta materia prima fluctúa entre 5 y 10 bultos quincenales²¹.

Este oficio se reactivó hace un par de años por la iniciativa de una entidad alemana y con el apoyo de un comercializador de Popayán que compra buena parte de la producción y suministra algunos insumos. Este proceso de reactivación fue apropiado por una familia de 8 miembros, alrededor de la cual se han ido capacitando otras personas.

Recientemente Artesanías de Colombia, realizó una serie de acciones, orientadas a la cualificación del oficio y la diversificación de la producción, para mejorar la calidad de los productos y desarrollar nuevos, con mayores posibilidades comerciales en los mercados nacional e internacional.

El volumen de la producción está determinado por la solicitud de pedidos y la disponibilidad de la fibra de bejuco, que adquieren fuera del municipio y por el tiempo disponible para la elaboración, ya que esta actividad es complementaria de otras, como la agricultura. En la actualidad este grupo trabaja por encargo los productos de floristería y ha iniciado el proceso de producción de las nuevas propuestas desarrolladas por los diseñadores de Artesanías de Colombia, con las que se tiene gran expectativa, por la aceptación que tuvieron las muestras colocadas en el comercio.

Municipio: **PAEZ**

Vereda: Resguardo Indígena de Tálaga

Nombre del grupo: Comité de artesanas del Resguardo Indígena de Tálaga y “Las Gaitanas del resguardo de Mosoco

No. Integrantes: 54 mujeres

Representante: María Eduviges Muelas

Identificación: 25.682.709 Silvia

Oficio: Tejeduría en telar vertical y crochet

Materia prima: Lana natural

Productos: Chumbes, cuetanderas, tapisayos, alfombras, bolsos, anacos, jigras, bufandas, manteles y cojines.

El municipio de Páez se encuentra ubicado en el extremo oriental del departamento del Cauca, junto con los municipios de Totorá, Inzá y Silvia conforman la región de Tierradentro. En Páez se localizan 14 resguardos indígenas de la etnia Paez y 3 asentamientos de población negra y mestiza, dedicados a labores agrícolas y artesanales. Dentro de la actividad artesanal, se destaca el oficio de la tejeduría, a partir del cual elaboran las prendas de vestir de uso cotidiano y otros elementos ajenos a su cultura, que comercializan en los mercados locales y regionales.

El oficio de la tejeduría en esta zona del departamento es altamente reconocido por su tradición y ha sido el principal factor de permanencia y de rescate de gran parte de la historia del pueblo

²¹ Segura Infante Clara Inés, Cuaderno de Diseño, CENDAR, junio de 2000

precolombino Páez, que por la invasión cultural de otros pueblos, la violencia y los mismos desastres naturales se han ido refundiendo en la memoria de esta etnia.

Los Resguardos de Mosoco y Tálaga, expertos tejedores, iniciaron hace 10 años un proceso de rescate de su cultura, liderado por las mujeres. En Mososco localizado en el noroccidente de Belalcazar, cabecera municipal de Paez, el grupo “Las Gaitanas”, conformado por 20 mujeres, se organizaron para orientar su trabajo hacia la recuperación de los tejidos tradicionales y convertir esta actividad en una alternativa de ingresos, para sus familias. Este proceso se continuó después de la avalancha del rio Paez en 1.994, a pesar del aislamiento que significa la destrucción del puente de acceso a Silvia, actualmente no recuperado. Los productos son transportado en moto, el único medio posible para el tránsito de personas y bienes de Mosoco a Silvia.

El Resguardo de Tálaga, ubicado al norte de Paez, abarca 5 veredas del municipio: La Mesa de Tálaga, La Símbola, Vicanenga, Quebrada Arriba y Tálaga Centro y se extiende hasta los asentamientos indígenas de Potrerito y la Estación, en el departamento del Huila.

En este Resguardo existe el grupo artesanal “Mujeres Fundadoras de la Recuperación de Artesanías de Nuestros Antepasados”, constituido por 34 mujeres tejedoras de productos artesanales en lana y fique, del cual surgió el “Comité de Artesanas”, impulsado por 20 de sus integrantes, con el objeto de poner en marcha la recuperación de la identidad e historia de su cultura. Este proceso ha estado acompañado de actividades alrededor de la gestión empresarial de la actividad de la tejeduría, fortalecimiento interno del grupo y apoyo a la comercialización de los productos en el mercado regional. Artesanías de Colombia ha apoyado este proceso de rescate, junto con CENCOA.

En el último semestre, Artesanías de Colombia, centró su trabajo en el rescate de productos tradicionales, elaborados en lana natural y fique, comenzando por las técnicas originales de tejido (telar vertical), los diseños con su respectivo significado y en especial la importancia de transferir a las nuevas generaciones este oficio, para que renazca de manera importante la tradición de estos pueblos. Otro objetivo de las acciones se enfocó en la ampliación de la producción, mediante la diversificación, aplicando mezcla de la lana y el fique, materiales compatibles y trabajados por el Resguardo y generando nuevos productos a partir de los tradicionales, innovando en tamaño, color, formas, composición y uso final, lo que permite la obtención de productos con mayor aceptación en los mercados nacional e internacional.

Tanto en Mosoco, como en Tálaga, la disponibilidad de la materia prima es muy reducida. Algunas familias cuentan tan solo con una o dos oveja y no tienen un buen manejo en el procesamiento de la fibra (esquilado). Igual, situación pasa con el fique, que a pesar de encontrarse en el entorno, no lo procesan por los efectos que ocasiona en la piel. No existe en el resguardo un centro de abastecimiento de estos recursos. Esta limitante condiciona el volumen de producción, que solo permite abastecer el consumo interno del reguardo y pedidos locales.

Respecto a la calidad de los productos, por el abandono y la poca constancia en el oficio, son pocas las artesanas que tienen dominio en las técnicas del tejido y en la reproducción de la simbología de la cultura Paéz, lo que genera una producción sin las normas de calidad exigida por los segmentos de

mercado con mayor potencialidad de consumo. A esto se suma, el alto precio ocasionado por los costos de la materia prima (\$20.000 libra de lana hilada), la deficiencia en los procesos de producción y el gran tiempo invertido en la elaboración.

DEPARTAMENTO DE SANTANDER

En Santander hay, según el censo artesanal,²² 2.850 artesanos, equivalente al 3.54% del total nacional, que en su mayoría trabajan las técnicas intermedias (816), la tejeduría (630), la madera (260) y productos lúdicos (183). Del total 1.175 son mujeres y 910 hombres. Como en otros Departamentos del país es alto el índice de falta de organización (92.13%).

La población objetivo se concentra en los principales municipios figueros, Curití, San Gil, Villa nueva y Aratoca; Zapatoca; Barichara, Oiba y Barrancabermeja, municipios que representan el 90% del sector artesanal departamental. Se dedican a los oficios mas tradicionales y con mayor expectativa comercial como la tejeduría en fique, la talla de piedra y madera y la cerámica

Tiene una población de 1.598.688 personas de las cuales su mayoría vive en las cabeceras municipales. Tienen la tasa de crecimiento poblacional más baja de los departamentos objeto de este proyecto, para el 2001 se ubica alrededor del 12%.

Es igualmente el departamento que posee el menor porcentaje de la población con NBI, población que llega al 19.3% del total, por debajo del promedio nacional. En este es de desataca el hacinamiento crítico de la población y como característica común a los otros departamentos del proyecto la alta dependencia económica.

Tiene el departamento además un alto coeficiente de Gini 0.56 para 1999, el mas alto de los departamentos estudiados y la tasa de desempleo por su parte alcanza el 12.51%.

En Santander los oficios artesanales tienen una amplia representación, destacándose en particular la tejeduría en fique, al que se dedican 7.014 familias. Santander es el tercer productor de fique, con 5.039 Has. sembradas, que producen anualmente 4.874 toneladas, cultivadas y procesadas por 6.000 familias.

Con esta materia prima se elaboran fundamentalmente empaques malos, que compiten con gran desventaja con los de plástico. La producción diaria por persona es de 25 costales, con una ganancia de \$50.00 por unidad, lo que representa una utilidad por día de solo \$1.250.00. A pesar de este mínimo margen, se siguen produciendo, en razón a que es el único oficio que han aprendido, generación tras generación. En los municipios de Curití, y Villanueva, cada casa cuenta mínimo con un telar vertical, que es el equipamiento básico para la fabricación de empaques.

Anualmente se elaboran 13.000.000 empaques, que consumen más de 4.000 toneladas de fique, dejando sin materia prima a fábricas que dependen de esta fibra, como Cohilados de San Gil, que

22 Artesanías de Colombia, Censo económico nacional. Sector Artesanal. Bogotá, Julio de 1998

adquiere 3.000 toneladas anuales en los departamentos de Nariño y Cauca, para la elaboración de materiales fibrorreforzados.

Pese a no cubrir la demanda, la producción no se está incrementando, por la nula rentabilidad de los cultivos. Por el contrario, este déficit aumentará por la propagación de plagas (macana y estrella) en los cultivos establecidos y el alto desperdicio de la fibra en el procesamiento.

Una opción para motivar la generación de cultivos está en el incremento de la producción de productos con valor agregado, haciendo un aprovechamiento eficiente de la materia prima y la mano de obra, experta en el dominio de la técnica de la tejeduría.

Entidades como Artesanías de Colombia inició, desde comienzos de la década de los 80, con los tejedores del fique un proceso de aplicación de esta materia prima en otros productos, logrando actualmente una gran diversificación de productos: mochilas, tapetes, cortinas, bolsos, que se ha ampliado con la combinación de otros materiales.

Los municipios de Santander con mayor potencialidad para continuar con este proceso que desencadenen centros de producción rentables, que absorban una gran mano de obra son los siguientes:

2. Municipio: Curití
Oficio: Tejeduría
Materia prima: Fique
No. de Flias Artesanas: 1.700
Participación femenina: 60%

Asociaciones:

- Ecofibras con 120 artesanos
Representante Legal: José Delio Porras
Dirección: Calle 5 No. 5 -32, Tel 7-72786436
- Areagua con 35 artesanos
Representante Legal: Patrocinia Pimiento
- Buteragua con 15 artesanas
Representante: Aurora Alonso
Dirección: vereda El Palmar, Tel. 7278013

Este municipio concentra un número importante de tejedores tanto en el área rural, como urbana. El 90% de la población se dedica a la elaboración de sacos para el transporte y bodegaje de productos agrícolas, de éstos aproximadamente 150 han diversificado el uso del fique en productos utilitarios y decorativos, bajo la asesoría de Artesanías de Colombia y otras instancias comprometidas con el desarrollo del sector artesanal del departamento.

Estos artesanos están organizados en dos asociaciones legalmente constituidas: Empresa Cooperativa de Fibras Naturales - ECOFIBRAS y AREAGUA. Las cuales establecen alianzas para dar cumplimiento a los pedidos que desbordan la capacidad productiva de cada una por separado.

ECOFIBRAS, con 6 años de existencia y AREAGUA con 3 han avanzado significativamente en la generación de nuevos productos y han ampliado el número de asociados, en la medida que ha crecido la demanda tanto nacional, como internacional. Son artesanos con un amplio conocimiento de las técnicas de tejido, de tinturas con colorantes artificiales y naturales, hilandería en torno de pedal y eléctrico, tejeduría manual como tejido de punto, ganchillo y macrame, tejeduría en telar vertical y horizontal de dos y cuatro marcos, que aplican en tapetes, cortinas, individuales, bolsos, mochilas, tapices, telas para diversos usos y papel. Este último producto es elaborado por el grupo BUTERAGUA.

En el proceso productivo se da una clara división del trabajo, la mujer hila y el hombre teje y una especialización: varios artesanos se dedican a la elaboración de cortinas, otros elaboran mochilas, tejido de punto (dos agujas), cortinas en las que se mezcla en un 50% el fique con el algodón, tapetes de nudo y elaboran papel con parte de los residuos del proceso de hilado.

El ingreso mensual promedio por artesano dedicado a esta producción diversificada, no supera un salario mínimo.

Estos productos son comercializados en los ámbitos local, regional, nacional y ocasionalmente en el internacional, siendo de mayor demanda las cortinas y las telas. Cali y Bogotá son las ciudades que absorben una gran proporción la producción de telas con destino a la zapatería y a la confección de paneles enmarcados en madera para la división de oficinas.

La materia prima no se cultiva en Curití, la compran directamente a los productores o a los intermediarios que existen en el municipio. Mensualmente adquieren tonelada y media de fique sin hilar, con el que se obtiene, mediante el proceso de escarmenado o peinado, los hilos de fique, que son unidos en fibras continuas, mediante el hilado. El proceso de escarmenado es un trabajo arduo, con un nulo reconocimiento económico para quien se dedica a este oficio. Los pocos hombres que actualmente realizan este proceso, reciben \$7.000 pesos por día de 11 horas de trabajo, en el que obtienen 5 arrobas de hilos. La técnica es enteramente manual y consiste en retirar los residuos sólidos de cristal de la hoja, golpeando fuertemente las fibras contra una pared o mesón.

SECTOR ARTESANAL

Otra cara del departamento se compone de la población dedicada a actividades como la agricultura, industria, comercio y elaboración de productos artesanales y manufactureros, que aprovechan la riqueza del departamento para su sustento.

Santander posee una amplia diversidad de oficios conocidos tradicionalmente en Colombia y por fuera del país, como la talla en piedra de Barichara, la talla de frutos y pájaros en pauche de Zapa toca, la cerámica de fachadas típicas de Oiba. Además, los apreciados tejidos en algodón crudo de Charalá son trabajados hoy por las mujeres de la “Corporación para la recuperación del lienzo de la tierra” tal y como lo hacía el gremio de artesanos antes sucumbir ante la política librecambista de en 1810.

Sin embargo, el trabajo artesanal más destacado es el de la tejeduría en fique con epicentro en los municipios de Curití, San Gil y Villanueva, la cual ocupa a varios centenares de artesanos. Artesanías de Colombia ha venido apoyando a grupos asociativos y cooperativos de tejedores de fique que han logrado diversificar el producto elaborando actualmente cortinas, bolsos, telas, tulas y sandalias que, combinadas a veces con cuero, han despertado el interés de comerciantes internacionales.

El cultivo y procesamiento del fique es tradicional en la zona desde la década del 60, ocupando hoy el tercer puesto como productor. Actualmente se tiene una área de 5.038,9 Has. para una producción de 4874 toneladas año, esta producción está en decadencia y es el primer departamento productor de empaques malos.

Hoy dependen laboralmente 7.014 familias de este trabajo artesanal del fique a pesar de tener la presencia de empaque malo plástico que le hacen competencia fuerte en el precio. Además con 6.000 familias que cultivan la materia prima.

En Santander ha habido en los últimos años, un esfuerzo grande por utilizar la fibra en otros productos, es el caso de Ecofibras Ltda. que en 5 años de existencia, utiliza tonelada y media de fique mensual en la producción de telas burdas y multiusos, además produce tapetes y alfombras y otros productos con buena aceptación en el mercado nacional e internacional. También han existido otras experiencias en la utilización de fibra en la elaboración de materiales fibrorreforzados que se quiere continuar con esta línea; Cohilados en San Gil, que consume 2.800.300 toneladas de fibra al año, material que es traído del Cauca y Nariño.

A pesar de ello hay en el departamento un déficit de 3456 toneladas de fique al año, porque para solo producir 13.000.000 de empaques malos se necesita 4062 toneladas y a esto le agregamos el consumo de COHILADOS de 3000 toneladas para un consumo total de 7062 toneladas y la producción actual es de 3800 toneladas con tendencia a la baja.

Con este déficit se pone en riesgo el sostenimiento de trece mil familias que están dedicadas al cultivo y proceso de la fibra, déficit que se debe en parte a los bajos rendimientos del cultivo por el descuido tecnológico y el nulo apoyo a proyectos de diversificación del uso de la fibra. Las condiciones de vida de los cultivadores y procesadores artesanales son muy precarias, las fuentes de agua escasean y se contaminan con el lavado del fique.

También es importante recalcar que las enfermedades del cultivo del fique han incidido en la disminución de la producción; la necesidad de tener una semilla resistente a la macana y a la estrella son urgentes, desarrollar un programa de construcción de estanques que permitan disminuir la contaminación de las fuentes de agua y la disminución de las mismas con una carencia del preciado líquido en regiones muy importantes como Villanueva, y principalmente apoyar las actividades de diversificación de uso de la fibra como alternativa de empleo pues a pesar de todas estas dificultades el cultivo del fique tiene un gran futuro al igual que ventajas frente a otros cultivos: es un cultivo resistente especialmente a heladas, sequías y plagas, es una fibra biodegradable que tiene múltiples usos que muchos desconocen, por Ejem: Fabricar materiales de construcción, fabricación de aglomerados, elaboración de alfombras, tapetes, cortinas y telas burdas y multiusos, todos estos

productos se elaboran a partir del fique en ECOFIBRAS en Curití con buena aceptación en el mercado nacional e internacional.

Es un cultivo con pocas exigencias de tecnologías costosas; es un cultivo de larga duración dependiendo del manejo, su gran potencial está dado por su aplicación en la elaboración de costales artesanales e industriales para la exportación de café, del residuo del beneficio se puede obtener varios productos ya probados en el mercado como alcoholes, ceras, champús y otros como el papel de excelente calidad.

Los trabajadores de piedra caliza de Barichara detectan por otro lado un agotamiento o fatiga de su producto tradicional como son las ménsulas, pies de mesas, relojes y columnatas. Su demanda fue afectada seriamente por la crisis de la construcción y la crisis económica en general, ya que consistía en una línea estructurada más como artículo de lujo o decorativo que de primera necesidad.

Ante esta situación la población artesanal, debido a la falta de propuestas de diseño que pusieran a prueba e incentivaran su creatividad y dominio técnico, adoptó la pulidora eléctrica como avance tecnológico indiscriminado; sin embargo, en desmedro de la técnica artesanal manual de la talla con cincel generadora de texturas, la nueva tecnología es hoy responsable del 95% de los impactos ambientales atmosféricos y sónicos que afectan la salud de los productores

Es por ello que se debe reorientar el diseño de estos productos hacia piezas más funcionales que puedan integrarse a nichos de mercados específicos. El nuevo diseño tiene así el desafío no sólo de replantear la demanda, sino que deberá contribuir a mejorar las condiciones laborales del tallador de piedra de Barbechara.

En el municipio de Zapatoca, se enfrenta una problemática de tipo ambiental ante la escasez del pauche a pesar de las acciones iniciadas por la UMATA; el diseño de los productos que se ha concentrado tradicionalmente en una oferta decorativa como frutos y pájaros presenta agotamiento por lo que es necesario explorar el material para encontrar propuestas innovadoras en función del mercado.

En el municipio de Oiba donde es tradicional el trabajo de fachadas en cerámica el proceso productivo tiene debilidades tecnológicas y técnicas requiriéndose la implementación de equipos y herramientas para el procesamiento de la pasta cerámica y el manejo de técnicas de moldeo que hagan más eficientes la producción y sin duda, dada la fatiga del mercado por parte del producto tradicional se hace urgente la diversificación del mismo potencializando toda la capacidad productiva existente y su conocimiento del mercado.

DEPARTAMENTO DE NARIÑO

Situado al sur del país en límites con el Ecuador, creado en 1904, con una extensión de 32.000 Km², 63 municipios, una población de 1.234.929 personas.

Posee una diversidad geográfica: costas pacífica, llanura amazónica y cordillera (Occidental y Oriente), su actividad económica fundamentalmente es la agricultura seguida de comercio y servicios.

Nariño es uno de los departamentos con una de las más altas poblaciones artesanales, según el censo económico nacional del sector artesanal. Publicado en 1998, registró 8.438 artesanos activos, de los cuales el 90% derivan su ingreso principal de esta actividad.

En los municipios del presente proyecto se registró la siguiente artesanía: belén (142), Colón (300), La Unión (518) y la Cruz (1.476); con oficios de sombrerería, cuero y tejeduría principalmente.

La labor de Artesanías de Colombia en los últimos años se ha concentrado en el desarrollo tecnológico organización de la producción, diseño y desarrollo de productos y estructuración de microcadenas productivas.

DEPARTAMENTO DE BOLIVAR

El departamento de Bolívar ha tenido una reconfiguración ligada a diferentes momentos de su historia: Se crea en 1905-1909, en los 51 se le separa por error el departamento de Córdoba y en 19.66 se extrae de su territorio el que forma el actual Sucre. Bolívar está conformado por 6 subregiones naturales y 44 municipios y la diversidad de zonas geográficas se refleja en los potenciales de desarrollo económico y caracterizan a cada uno de las subregiones; siendo el turístico y la agricultura, ganadería, pesquera, maderos del bosque del sur; son base de la economía del departamento.

Municipio de San Jacinto

El municipio está situado a 110 km de Cartagena, tiene una población total de 27.470 habitantes de los cuales 1.380 son artesanos distribuidos por oficios así: 1.311 son mujeres tejedoras de hamacas, uno de los símbolos de la tradición artesanal colombiana, 15 hombres que elaboran instrumentos musicales, 30 personas elaboran balcones típicos en miniatura y 20 personas elaboran muebles tradicionales como la silla María Palitos.

Existen sus organizaciones artesanales, de los cuales cuatro (4) corresponden a artesanos tejedores: cooperativa de artesanos de San Jacinto, con 25 socios; Comité de Mujeres por el progreso de san Jacinto con 25 socios activos, Comité Regional Unidos de Bolívar con 20 socios y Asociación de Artesanos de San Jacinto con 25 socios, igualmente con grupos que reúnen a los artesanos que elaboran instrumentos musicales y otro que reúnen a los que elaboran balcones y muebles.

Igualmente en San Jacinto tienen sede la Corporación Red de Artesanos y Artesanas de la Costa Atlántica, que agrupan a 25 organizaciones de Bose de 8 departamentos.

Los productos artesanales de San Jacinto han sido probados con éxito en el mercado nacional e internacional, requiriéndose mejoramiento tecnológico, organizativo de producción para ofrecer precios más competitivos.

Artesanías de Colombia ha apoyado en los últimos años procesos de desarrollo tecnológico, diseño y desarrollo de productos, nuestros y viveros con plantas territoriales y especies para instrumentos nacionales.

DEPARTAMENTO DEL GUAVIARE

Situado en la Orinoquia Colombiana, se creó en 1991, con una extensión de 55.391 km², compuesto por cuatro municipios, una población de 75.254 habitantes, se principal fuente económica es la silvicultura, seguida de la pesca y la agropecuaria.

Posee una alta población indígena y movimientos colonizadores permanentes. La artesanía del departamento se concreta fundamentalmente en la producción de piezas étnicas de los diferentes pueblos indígenas que la habitan, identificándose en el año 2000 a 199 artesanos activos dedicados a oficios de cestería y cerámica fundamentalmente.

El trabajo de Artesanías de Colombia en este departamento se ha concentrado en los últimos años al apoyo de procesos de rescate de la población de objetos tradicionales con posibilidades en los mercados nacionales, que permite a estos deprimidos conocidos ingresos económicos para su subsistencia.

ESTRATEGIAS

ESTRATEGIA 1

Como primera estrategia para fortalecer el desarrollo del sector artesanal como alternativa viable y rentable en los procesos de lucha contra el narcotráfico, generación de empleo, disminución causas de desplazamiento, sostenibilidad ambiental, etc. se plantea realizar en todos los departamentos objeto del proyecto acciones en cada uno de los diversos componentes de la actividad artesanal. De esta forma se realizan actividades de capacitación técnica en el oficio, de mejoramiento de la gestión administrativa del trabajo artesanal, de diseño, de comercialización, de innovación y desarrollo tecnológico y de manejo ambiental en cada uno de los oficios que realizan los artesanos participantes en el proyecto.

Adicionalmente se coordinarían actividades en forma centralizada donde la asignación y ejecución de los recursos, programación de actividades, convocatoria, etc. se coordinen y determinen en Artesanías de Colombia.

ESTRATEGIA 2

La siguiente estrategia planteada es diferenciar los componentes del trabajo con cada grupo artesanal de acuerdo a sus prioridades y necesidades más apremiantes para el desarrollo de su actividad, pues si bien es cierto que los artesanos tienen características comunes en las diversas regiones y oficios, los grados de desarrollo, avance de las problemáticas, y necesidades son diferentes, pues en ellas influyen factores locales y regionales que las afectan directamente.

Bajo esta perspectiva se pretende diferenciar el trabajo en cada departamento según sus problemáticas más complejas y decisivas en los procesos de productividad y competitividad.

Se plantea además para su ejecución realizar “alianzas” con entidades locales que permitan trabajar descentralizadamente, coordinando las acciones a través de estos grupos e instituciones a donde el artesano puede acceder con mayor facilidad a participar en las acciones.

Esta alternativa se considera como la más viable no solo por implicar menores costos económicos al realizarse con una estrategia de descentralización, sino que permite enfocar las acciones a los problemas específicos que enfrenta cada población en el desempeño de su actividad productiva, dirigiendo el proyecto al logro de la competitividad del sector artesano.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Generar en los departamentos de Caqueta, Putumayo, Meta, Huila, Tolima, Nariño, Bolívar, Cauca, Guaviare y Santander alternativas viables y sostenibles de desarrollo socio-económico a través del impulso de proyectos de producción que contribuyan a mitigar los factores de violencia y los índices de Población desplazada.

Objetivos Específicos

Objetivo 1

Rescatar, preservar, innovar y desarrollar la actividad artesanal como parte de la identidad cultural de los departamentos y factor de desarrollo socioeconómico

Objetivo 2

Dinamizar en el artesano su capacidad de acción como agente de desarrollo de su localidad sensibilizandolo frente a la importancia de su papel como miembro productivo de la comunidad.

Objetivo 3

Impulsar la producción de artesanías en las zonas donde se llevan a cabo procesos de sustitución de cultivos ilícitos.

Objetivo 4

Promover el desarrollo sostenible y renovación de recursos naturales utilizados como materia prima para la elaboración de productos artesanales.

Objetivo 5

Modernizar los sistemas productivos artesanales en todos los eslabones de la cadena productiva de los oficios de cerámica, alfarería, tejeduría, el trabajo en guadua y madera implementando y transfiriendo tecnologías limpias, eficientes y apropiadas incluso a su contexto socio-cultural

Objetivo 6

Dirigir los procesos de producción hacia el desarrollo de productos adecuados a las tendencias del mercado nacional e internacional.

Objetivo 7

Crear y mantener una ventaja comparativa de los productos artesanales de estos Departamentos, ventaja basada en la diferenciación del producto por su calidad, diseño y valor agregado cultural y ambiental.

Objetivo 8

Identificar el mercado potencial de los productos artesanales de estos departamentos identificando nichos de mercado preferencialmente en el mercado externo y en los países con los que existen acuerdos bilaterales y multilaterales de comercio.

Objetivo 9

Fomentar en el artesano su espíritu exportador y orientarlo en los procesos de comercialización externa, haciendo énfasis en las condiciones que debe tener su producto para poder penetrar en el mercado externo.

Objetivo 10

Conformar agrupaciones de producción a través de las cuales se desarrollen proyectos de producción y comercialización.

Objetivo 11

Formar canales de competitividad para los oficios de Cerámica, alfarería, talla en madera, cestería, tejeduría.

Objetivo 12

Realizar 2 ferias en la Plaza de los Artesanos: La Feria de la Paz y la Feria Indígena.

METAS

META 01

Consolidar 40 organizaciones artesanales existentes y conformar nuevos grupos que respondan a las problemáticas y expectativas de los artesanos.

UNIDAD DE MEDIDA: Organizaciones artesanales

FUENTE DE VERIFICACION: Registros de constitución, actas.

INDICADOR DE LOGRO: No organizaciones artesanales legalmente constituidas funcionando activamente/ No organizaciones existentes.

OBJETIVO AL QUE RESPONDE: Objetivo 1 -Objetivo 2- Objetivo 3

META 02

GESTION DE PROYECTOS

Lograr que al menos el 60% de la población participante en el proyecto, 2198 personas estén en capacidad de formular y evaluar proyectos de desarrollo socio-económico para su comunidad a través

de las agrupaciones artesanales a las que pertenezcan y que al menos el 25% de dicha población tenga el suficiente liderazgo y sensibilidad para fortalecer estos procesos.

UNIDAD DE MEDIDA: No de proyectos presentados por la comunidad a las autoridades locales y/u organizaciones no gubernamentales presentes en las zonas.

FUENTE DE VERIFICACION. Proyectos, actas de reuniones de las organizaciones artesanales, planes de desarrollo.

INDICADOR DE LOGRO: Proyectos aprobados y/o cofinanciados a los grupos artesanales/No proyectos presentados.

OBJETIVO AL QUE RESPONDE: Objetivos 1 y 2

META 03

Elaborar y ejecutar planes de manejo ambiental a nivel municipal para las materias primas usadas en la elaboración de artesanías que estén en peligro de extinción o cuya disponibilidad haya disminuido al punto de poner en riesgo la sostenibilidad de la actividad artesanal.

UNIDAD DE MEDIDA: Planes de manejo ambiental

INDICADOR DE LOGRO: No planes de manejo ambiental formulados y acogidos por las autoridades municipales No. de planes de manejo ambiental ejecutados.

FUENTES DE VERIFICACION: Planes, planes de desarrollo municipal.

OBJETIVO AL QUE RESPONDE: Objetivos 1 y 4

META 04

DISPONIBILIDAD RECURSOS NATURAL

Incrementar en un 30% la disponibilidad del recurso natural vegetal y mineral utilizado para la elaboración de artesanías al finalizar el proyecto: Palma de moriche (Meta), Maderas (Valle de Sibundoy, Putumayo y Caquetá); el Pauche en Zapatoca, Santander; la Iraca en Acevedo y Caquetá, la palma de cumare en Caquetá y las arcillas en la Chamba (Tolima), principalmente.

UNIDAD DE MEDIDA: Hectáreas- Volúmenes de materia prima mineral.

INDICADOR DE LOGRO No hectáreas repobladas, No árboles y plantas de las diferentes especies sembradas.

FUENTE DE VERIFICACION. Cultivos, informes de repoblamiento del programa

OBJETIVO AL QUE RESPONDE: Objetivos 1 Y 4

META 04

INFORMACION AMBIENTAL

Adquisición de conocimiento e información sobre sistemas de propagación y cultivo de las especies, sistemas de reposición de arcillas y comportamiento ecosistémico de vegetales y minerales de un mínimo de 4 especies (palma de moriche, Pauche, arcillas, Iraca, cumare) utilizadas en la producción artesanal.

UNIDAD DE MEDIDA: No investigaciones realizadas

FUENTE DE VERIFICACION: Documento con el resultado final de la investigación

OBJETIVO AL QUE RESPONDE: objetivos 1 y 4

META 05

CERTIFICACION AMBIENTAL

Obtención de certificación de productos de al menos 4 especies o recursos naturales del aprovechamiento sostenible o permisos de extracción de material vegetal o mineral otorgado por las CAR (Corporaciones Autónomas Regionales) d.

UNIDAD DE MEDIDA: No certificados otorgados

FUENTE DE VERIFICACION: Informes de las CAR

INDICADOR DE LOGRO: No productos certificados/No solicitudes certificación

OBJETIVO AL QUE RESPONDE: Objetivos 4 y 7

META 06

Efectuar una Investigación por oficio artesanal sobre las nuevas tecnologías, herramientas y equipos que se pueden implementar en los talleres artesanales y la forma de adecuación de las tecnologías ya existentes .

UNIDAD DE MEDIDA: No de Investigaciones

FUENTE DE VERIFICACION: Informes del Proyecto, autoridades locales.

OBJETIVO AL QUE RESPONDE:Objetivo 5

META 07

IMPLEMENTACION TECNOLOGICA

Adquisición en el 30% de los talleres participantes en el proyecto de nuevas tecnologías.

UNIDAD DE MEDIDA No talleres que recibieron asesorías o asistencias técnicas en transferencia e implementación tecnológica.

INDICADOR DE LOGRO No talleres que realizaron inversiones en maquinaria y equipos

FUENTE DE VERIFICACIÓN Talleres artesanales

OBJETIVO AL QUE RESPONDE: Objetivos 1, 3, y 5

META 08

CAPACIDAD PRODUCTIVA

Incrementar la capacidad productiva de los talleres artesanales y su capacidad de respuesta a la demanda sin poner en riesgo la calidad de los productos.

UNIDAD DE MEDIDA No Talleres que recibieron asistencias técnicas en procesos productivos e innovación tecnológica.

INDICADOR DE LOGRO Aumento en el No de pedidos y cantidades de los mismos por unidad de tiempo frente a la línea de base.

FUENTE DE VERIFICACIÓN Registros de producción de Talleres artesanales

OBJETIVO AL QUE RESPONDE: objetivos 3, 5 y 7.

META 09

MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD

Mejorar los estándares de calidad en la producción artesana

UNIDAD DE MEDIDA Artesanos capacitados en cualificación de las técnicas de los oficios.

FUENTE DE VERIFICACIÓN Cursos y capacitaciones

INDICADOR DE LOGRO: Disminución en el porcentaje de devolución de pedidos

OBJETIVO AL QUE RESPONDE: objetivo 7

META 10

DISEÑO

Innovar y desarrollar los productos elaborados actualmente por los artesanos de acuerdo a las tendencias del mercado, mejorar sus acabados, diseño, e imagen (etiquetas, empaque y embalaje).

UNIDAD DE MEDIDA:

Líneas de productos definidas y adecuadas para su inserción en los mercados nacional e internacional.

INDICADOR DE LOGRO: Líneas de productos exitosas en el mercado

FUENTES DE VERIFICACION: Registros de ventas.

OBJETIVO AL QUE RESPONDE: objetivo 1, 3, 6 y 7.

META 11

Implementar en los artesanos una metodología dirigida a fortalecer procesos de innovación de productos permanente que les permita crear y sostener una ventaja comparativa basada entre otras cosas en el diseño, el precio, la calidad y la capacidad productiva.

UNIDAD DE MEDIDA: No de artesanos asesorados

FUENTE DE VERIFICACION: Informes del Proyecto, artesanos

INDICADOR DE LOGRO: Artesanos aplicando metodología

OBJETIVO AL QUE RESPONDE: Objetivos 6 y 7

META 12

Incrementar los niveles de ventas de las artesanías producidas en los departamentos objeto de este proyecto a razón de un 15% anual.

UNIDAD DE MEDIDA: Volumen de ventas

FUENTE DE VERIFICACIÓN: Registro en los talleres y organizaciones artesanales

INDICADOR DE LOGRO: Volumen de ventas al finalizar el proyecto/ volúmenes de producción registrados en la línea de base.

OBJETIVO AL QUE RESPONDE: objetivo 1 y 3

META 13

GESTION ADMINSTRATIVA

Fortalecer la gestión administrativa y contable del 50% de los talleres participantes en el proyecto.

UNIDAD DE MEDIDA: No cursos o capacitaciones en gestión administrativa de la empresa artesana.

FUENTES DE VERIFICACION : Informes coordinación Proyecto

INDICADOR DE LOGRO: Incremento en el número de talleres que manejan administrativamente su taller.

OBJETIVO AL QUE RESPONDE: Objetivo 1, 3, y 6

META 14

INVESTIGACIONES DE MERCADO

REALIZAR INVESTIGACIONES Y PRUEBAS DE MERCADO del 80% DE Las líneas de PRODUCTOS ARTESANALES mas representativos DE LOS DEPARTAMENTOS OBJETO DEL PROYECTO.

UNIDAD DE MEDIDA: Número de investigaciones de mercado realizadas

INDICADOR DE LOGRO: No de investigaciones realizadas/programadas

FUENTE DE VERIFICACIÓN: Informes de coordinación proyecto.

OBJETIVO AL QUQ RESPONDE: Objetivo 8 y 9

META 15

MERCADEO

Inculcar en el 100% de los artesanos participantes en el proyecto una cultura de producción enfocada al mercadeo y la comercialización.

UNIDAD DE MEDIDA: Artesanos capacitados y/o asesorados en el área de mercadeo, Investigaciones de mercado y planeación estratégica de mercadeo.

INDICADOR DE LOGRO : Artesanos que hayan realizado pruebas de mercado o investigaciones.

FUENTE DE Verificación: Organizaciones artesanales, talleres, Coordinación proyecto.

OBJETIVO AL QUE RESPONDE: Objetivos 6, 8 y 9.

META 16

CULTURA EXPORTADORA

Implementar en la empresa artesana una cultura de exportación

UNIDAD DE MEDIDA: Artesanos capacitados en Planes de exportación

INDICADOR DE LOGRO: Artesanos que realizan y aplican los planes de exportación

Incremento en las exportaciones de artesanías de los departamentos participantes en el proyecto

FUENTE DE VERIFICACIÓN: Organizaciones artesanales y datos de Proexport.

OBJETIVO AL QUE RESPONDE:Objetivos 6 y 9

META 17

PARTICIPACION EVENTOS FERIALES

Participación del el 60% de los artesanos en ferias y eventos de orden nacional

UNIDAD DE MEDIDA No artesanos que participan en ferias de orden nacional

INDICADORES DE LOGRO

Ⓢ Incremento en el número de artesanos que participan en ferias de orden local o regional

Ⓢ Incremento en las ventas de artesanías en ferias y eventos

FUENTE DE VERIFICACION: Artesanías de Colombia, informes de Expoartesanías y la Plaza de los artesanos

JUSTIFICACION

La ejecución del proyecto contribuirá significativamente a mejorar, las condiciones de producción de los oficios de la cerámica, la alfarería, la tejeduría y de aquellos oficios relacionados con la madera, permitirá que la actividad artesanal alcance niveles de competitividad propicios para acceder a los mercados nacionales e internacionales, lo que incidirá en un crecimiento del aporte del subsector artesanal a la economía del país y por consiguiente en los niveles de vida del artesanado.

Por otra parte, la inversión en este tipo de proyectos se constituye en instrumentos de generación de empleo, retención de la población en las zonas de origen y en consecuencia en estrategias de paz como se ha visto a lo largo del planteamiento del proyecto.

Los beneficios del proyecto se pueden sintetizar entonces en:

- Fortalecimiento de la actividad artesanal de la población mas vulnerable del país como alternativa para la generación de ingresos y estabilidad económica y social.
- Generación de empleos directos e indirectos por el rescate de técnicas artesanas y el retorno de la población artesana desplazada a su oficio. Indirectos en la generación de empleo en los diversos eslabones de la cadena productiva (extracción, producción, comercialización)
- Se generan alternativas de desarrollo sostenible por su impacto ambiental positivo y que además combaten la propagación de cultivos ilícitos.
- Mejoramiento en el posicionamiento de la artesanía en los mercados nacional y externo.
- Incrementos en la productividad y competitividad del sector artesanal colombiano.
- Incrementos en las exportaciones colombianas.
- Fortalecimiento del artesano como agente de desarrollo económico y social activo de su comunidad.
- Mejoramiento en el mediano y largo plazo de los niveles de vida de la población artesana participante del proyecto.

Ⓢ **Competitividad de los productos**

La producción artesanal con base en el fique tiene aceptación en los mercados. La participación de estos artesanos en ferias Artesanales de carácter internacional, como la de Tenerife en España y en nacionales como Expoartesanías, arrojan como resultados ventas directas del 80% y establecimiento de contactos comerciales que les ha permitido, en el primer caso realizar exportaciones, que a pesar de no ser de grandes volúmenes, por su baja capacidad, reflejan su aceptación. En el segundo caso, han logrado ventas permanentes a distribuidores de Cali y Medellín.

Con la aplicación de estándares de calidad a la producción actual de objetos diversificados del fique en alianza con otros materiales como el algodón, cuero y metales y la ampliación de la oferta innovando y desarrollando productos nuevos, de acuerdo con las tendencias del mercado nacional e internacional, lograrán conquistar y permanecer en nuevos mercados.

La implementación en las tres asociaciones, con una metodología dirigida a fortalecer procesos de innovación permanente de productos, les permitirá crear y sostener una ventaja comparativa, basada fundamentalmente en el diseño, la calidad, el precio y la capacidad productiva.

El crecimiento sostenido de la oferta, no solo generará mayores ingresos, sino una mayor estabilidad ocupacional, que jalonará a una buena parte de los tejedores de empaques malos de fique, a incursionar en la aplicación de su experticia en productos de mayor valor agregado.

● **Mejoramiento de Ingresos**

La alta disponibilidad de mano de obra con dominio de la técnica de la tejeduría y en el manejo y procesamiento de la materia prima, se constituyen en elementos fundamentales, que sumados a los resultados positivos que registra la producción diversificada en el mercado, permiten convertir los núcleos en polos de desarrollo artesanal.

Con tecnificación en cada fase del proceso productivo, la apertura de nuevos mercados y con una oferta constante de productos innovados y altamente competitivos se aumentará la capacidad productiva de los talleres y su capacidad de respuesta a la demanda, lo que derivará en un incremento de ingresos.

Con la disponibilidad de mano de obra y materia prima existente, sumada al interés de la comunidad artesanal por crear una empresa que les garantice permanencia ocupacional y que derive ingresos para vivir dignamente, se logrará impulsar el desarrollo artesanal.

La irregularidad de tiempo dedicado al oficio y las fluctuaciones de ventas registradas, no permiten determinar el nivel de ingresos derivados de esta actividad. Sin embargo, se puede hacer una aproximación del rendimiento económico que generará en empresas a las que se aplique procesos tecnológicos y se establezcan canales de comercialización.

● **Fortalecimiento Organizativo**

Las asociaciones artesanales existentes, se proyectarán con capacidad empresarial para que agencien el desarrollo económico y social activo. Igualmente, se conformarán organizaciones con los procesadores

de la materia prima, a quienes se les capacitará en la adaptación de nuevas tecnologías y manejo materias primas. Este trabajo se realizará conjuntamente con las universidades.

Como ya se anotó, existen organizaciones legalmente constituidas y otra en proceso de legalizarse, que tienen como objetivo el empleo de fibras naturales en productos no tradicionales. Con estas organizaciones se continuará con el trabajo iniciado por Artesanías de Colombia, en torno a la cualificación del trabajo asociado, liderazgo, autoestima, toma de decisiones y autonomía. Con los procesadores de materia prima se iniciará un proceso de capacitación en estos temas, profundizando en las ventajas y beneficios del trabajo en equipo, formas y tipos de asociación, normatividad de las organizaciones y proceso para la creación de una asociación.

Se formalizarán las organizaciones, número que se irá incrementando. La organización nombrará un comité de comercialización, que puede estar integrado tanto por artesanos, como por terceras personas con experiencia y conocimiento en la comercialización. El tipo de organización lo definirán los artesanos, una vez se hayan capacitado en el tema.

La producción artesanal utiliza básicamente recursos naturales disponibles en las zonas de conflicto; ésto hace que la producción artesanal sea una alternativa, una oportunidad para el desarrollo económico de las zonas calificadas para este proyecto como vulnerables por los conflictos políticos, sociales y económicos en los cuales transcurre la economía.

En este orden de ideas hay tres fases en el proceso que se deben abordar simultáneamente a fin de maximizar los rendimientos económicos de la cadena de producción de la artesanía.

Finalmente, todo lo anterior no sería suficiente sin un adecuado programa de comercialización. Esto en primer instancia deber ser desarrollado por Artesanías de Colombia para lo cual cuenta con los siguientes programas estrella:

Expoartesanías: Evento que se realiza en Corferias con la presencia de 900 expositores, 92.000 visitantes y ventas superiores a los \$ 4.132'000.000.

Plaza de los Artesanos: Escenario en el cual se realizan cuatro ferias al año, hoy por hoy con 100 expositores por evento, ventas cercanas a los \$300'000.000 por evento y un promedio de asistentes de 20.000 personas.

Plan Exportador: La Empresa ha diseñado una novedosa y creativa estrategia de comercialización, la cual se recoge en un plan, el cual cuenta con el apoyo de Proexport Colombia, prevee la participación en ferias como Frankfurt y New York.

Franquicias: Para abrir nuevos puntos de venta se ha formalizado un sistema que seguramente tendrá un ágil y promisorio desarrollo. En el momento se cuenta con tres franquicias en Colombia y se dio el salto manteniendo la primera franquicia en New York.

Por si esto fuera poco se tienen previstas Rondas de Negocios, como los que se realizan en el marco de Corferias y Plaza de los Artesanos, en el último 23 compradores especializados y con compras en la Ronda, cercanos US\$1'000.000.

Todo lo anterior indica que este proyecto denominado “Cadena de producción de la artesanía una alternativa de ocupación y paz en zonas vulnerables” es viable, factible y cuenta con el apoyo local de instituciones y el interés de los artesanos.

● **ASPECTOS COMERCIALES.**

Identificación del producto

El producto artesanal colombiano tiene la imagen suficiente para justificar su presencia en los mercados internacionales.

Un indicador de desarrollo del sector está representado, por el aumento de sus exportaciones, el mercado exterior representa una gran expectativa especialmente si se recurre a nichos diferenciados que se determinan por demandas específicas. Cuentan el carácter del producto, la capacidad de respuesta a los procesos propios del mercado externo y las condiciones que impone la competencia de productos sustitutos.

⑩

El sector artesano, fija su estrategia comercial para el mercado externo, en función de las virtudes estructurales del producto, en factores determinados por la agregación de valor, que para el producto artesanal es un factor importante.

⑩

El artesano se enfrenta con sus diversos tipos de dificultades, especialmente con aquellas que están más directamente relacionadas con el proceso mismo de las exportaciones. Es a ese aspecto del trabajo de exportar al que, precisamente, se busca solución entre distintas alternativas posibles, determinadas por los diversos factores que intervienen.

⑩

En Colombia, por la importancia que las exportaciones tienen para la actividad económica del país, se logró consolidar mecanismos que estimulen su incremento, con el propósito de fortalecer y modernizar el aparato productivo en función del crecimiento y diversificación de la oferta exportadora y la acogida en los mercados de destino y así aumentar el ingreso de divisas y lograr un desarrollo equilibrado.

⑩

Igualmente se indican una serie de preferencias arancelarias en mercados externos que bien pueden ser aprovechadas por el producto artesanal de manera especial. Con este trabajo también se busca la apertura de espacios de participación económica del sector artesano específicamente en los beneficios definidos por las políticas estatales de estímulos a las exportaciones y su diversificación, representados por los incentivos fiscales como los CERT, Certificados de Reembolso Tributario, la exención del IVA y los gravámenes a las exportaciones. Hechos que significan oportunidades de fortalecimiento de las inversiones en la producción con destino a la exportación.

● **MERCADO NACIONAL**

⑩

OFERTA

La producción de los 260.000 artesanos de Colombia compite con la producción de otras latitudes. Es el caso de la artesanía de China, Tailandia, Indonesia, Filipinas y la India.

Se ofrecen en el mercado los trabajos en madera, cuero, metales, vidrio, cerámica, decorativos y productos lúdicos.

La producción artesanal rural se caracteriza por la poca utilización de capital fijo, siendo irrelevantes los costos de maquinaria y equipos, dado el nulo acceso que tiene a mercados de capital y por la ausencia de conformación de empresas que respalda el endeudamiento. El 24% de los artesanos realiza su producción totalmente a mano y el 51% utiliza herramientas simples; el 45.35% de los artesanos afronta problemas de escasez de materia prima y el 25.94% tiene dificultades en la calidad de las materias primas. Las unidades productivas están conformadas, generalmente, por una persona o su familia, que no reciben salario, sino que derivan sus sustento de la ganancia en la venta de sus productos.

Los talleres son las pequeñas unidades productivas colectivas o individuales en los que se desarrollan principalmente los oficios de tejeduría, cerámica, alfarería, maderas y cuero. El oficio se transmite de generación en generación y una minoría de artesanos recibe formación académica.

⑩

⑩ DEMANDA

El mercado colombiano de la artesanía exige productos con calidad y diseño, por la experiencia directa de Artesanías de Colombia en programas de comercialización podemos definir que los nichos de mercado para la artesanía son los estratos 4, 5 y 6.

⑩

Un indicador de la demanda son los 92.000 visitantes que se dan cita en Expoartesanías, o los 20.000 visitantes que convergen a la Feria Manofacto que se realiza en la Plaza de los Artesanos, 800 expositores durante 10 días se registran ventas de \$4.132.000.000 en el marco de la Feria Expoartesanías 2.000.

⑩

Las estadísticas de comercialización indican que un 85.16% de la producción se vende en el mismo municipio, un 8.18 % en otros municipio y únicamente el 3.45% en otros departamentos.

⑩

La razón es que a la fecha los oficios que hoy se practican producen objetos que cumplen funciones rituales en el caso de los indígenas; están destinados a satisfacer necesidades locales, es el caso de la producción rural y solo una mínima parte se orienta al mercado.

⑩

Actualmente, la artesanía se compra directamente en la vivienda del artesano en un 47.21% en talleres, almacenes 15.08%; lo cual indica que es muy importante una adecuada orientación en el diseño de estrategias y búsqueda de canales de comercialización.

⑩

En el marco de Manofacto, 100 expositores venden \$309'000.000 en uno de los eventos que realiza en el marco de la Plaza de los Artesanos.

⑩

Indice de crecimiento de las ventas del 40% por el período 1998 -1999 y un incremento de \$ 500'000.000 en las ventas del 2000 comparadas con las del año 1999; en un momento en que la

economía está en recesión son un indicador de la posibilidad que tiene la producción artesanal en Colombia.

PRODUCTO

⑩

Los productos que Artesanías de Colombia comercializa a nivel nacional e internacional, los cuales conforman la oferta exportable, con capacidad de producción, calidad, diseño y precios competitivos.

⑩

Artesanías de Colombia presta asesoría en diseño a los artesanos a través de los Laboratorios colombianos de Diseño para la artesanía y la Pequeña Empresa con sedes en Bogotá, Armenia y Pasto, dónde se realiza un trabajo conjunto entre el diseñador y el artesano, para mejorar aspectos del producto previamente detectados, a partir de resultados de investigación en diseño, memorias del oficio y diagnósticos del producto. El éxito de este trabajo se materializa en el desarrollo de nuevos productos, así como también en el dinamismo de los procesos productivos y la diversificación de las materias utilizadas en cada uno de los productos.

El objetivo general del Laboratorio, es proyectar y ejecutar planes de desarrollo para el avance del diseño, aplicado a la artesanía, en consideración a las necesidades de la población productiva artesanal y a las de los diferentes proyectos de la Empresa. Con este objetivo se busca fortalecer la producción de la artesanía y el desarrollo de productos diferenciados, con carácter cultural elaborados con base en las demandas actuales de los mercados. También se busca la innovación, mejoramiento y desarrollo tecnológico.

La gran mayoría de productos que ofrece la Empresa corresponde a cerámica decorativa y utilitaria, cestería, sombreros, réplicas precolombinas y productos en tejeduría, para los cuales se han desarrollado empaques y embalajes. Estos empaques identifican no solo el producto artesanal colombiano sino también la imagen institucional de la Empresa.

Actualmente existen normas técnicas para la fabricación de hamacas y sombreros. Para los demás productos artesanales, se está trabajando un proyecto con el Icontec con el propósito de adaptar las normas técnicas de calidad.

Para establecer el costo de los productos se ha trabajado directamente en los talleres con los artesanos, a partir de la técnica, los equipos, la materia prima, el tiempo y mano de obra, calculando adicionalmente el costo de colocar el producto en las instalaciones de Artesanías de Colombia.

MERCADEO

Artesanías de Colombia S.A., ha venido trabajando en aras de aumentar el volumen de ventas a través de la ampliación de los canales de distribución, lo cual se refleja en el incremento de las ventas año a año. Es así como en 1997 se fijó como cuota de ventas \$450 millones, lográndose un 70% de cumplimiento, con un valor total de 312 millones de pesos. Para 1998, las ventas ascendieron a \$535 millones, siendo fijada una meta de 604 millones de pesos, para lo cual se logró un cumplimiento de

88%. Finalmente, para 1999 la meta de ventas fue de 776 millones de pesos, de los cuales el porcentaje de cumplimiento fue del 84%, es decir 650 millones de pesos.

En los últimos tres años, las ventas se han ido incrementando pese a que aún no se ha logrado un 100% de cumplimiento, debido, en primera instancia, a la baja capacidad de producción de nuestros artesanos, quienes no dedican todo su tiempo a esta labor, sino además a la parte doméstica y agrícola. Otra de las razones que influyen en la baja producción son las variaciones del tiempo, las vías de acceso a la regiones, además del conflicto armado en que vive el país. Para este año se esperan ventas superiores a la meta propuesta que es de \$650 millones de pesos.

Canales de Distribución

Los principales destinos para la venta de las artesanías se ubican en el mercado interno en nuestros puntos de venta, cadenas de almacenes ubicadas en las principales ciudades del país a través de las ventas institucionales que realiza la Empresa, las cuales se hacen por volumen, atendiendo a su vez a la empresa privada y multinacionales de diferentes sectores económicos.

A nivel internacional se atiende la demanda de países como Bélgica, Estados Unidos, Alemania, España, Francia, Canadá, Nueva Zelandia, Holanda y Chile, los cuales demandan productos como los elaborados en cañaflecha, vajillas de cerámica negra, cestería de las diferentes regiones del país, hamacas, chales de macramé, sombreros en iraca, vidrio, cerámica decorativa y replicas precolombinas entre otros.

Principales Clientes Externos

Son las tiendas tipo galería y algunas prestigiosas cadenas de almacenes entre las que se destacan:

CLIENTE	PAIS
EL CORTE INGLES ALDEASA MUSEO BARBIER MULLER NATURA	ESPAÑA
LE POTIER MINAMOUR	FRANCIA
FOUR SEASONS HOTEL	CANADA
STORAGESPACE LIDOU ART & TRADING DECORMOR	ESTADOS UNIDOS

Aunque ha habido una reducción considerable de precios, el comprador internacional sigue pensando que son altos, desconociendo el valor agregado que se le imprime a cada pieza, cual es su connotación cultural, aspecto que se refuerza en la venta de cada producto.

Estrategias Utilizadas para el Comercio Exterior

Se han determinado estrategias comerciales encaminadas a responder a las exigencias de los mercados externos, en cuanto a las variables que inciden en el producto, precio, promoción y plaza. Al mismo tiempo, se han diseñado estrategias sociales tendientes al mejoramiento del sector, con instrumentos que ayuden a generar empleo y a mejorar la productividad, y de esta forma, satisfacer las necesidades básicas de los artesanos en las diferentes regiones del país.

Del Producto

- Ofrecer al Mercado Internacional aquellos productos artesanales que puedan competir tanto en calidad como en capacidad de producción y que además hayan tenido aceptación en dichos mercados.
- Consolidar el nivel de productividad de las líneas de productos líderes en el mercado internacional, tales como cañaflecha, cerámica negra, productos de macramé, cerámica de Ráquira, vidrio reciclado y línea de individuales para mesa.
- Coordinar el desarrollo de nuevos productos con la ayuda de otras áreas de la Empresa, teniendo en cuenta la demanda y las tendencias del mercado.
- Implementar sistemas de empaque y embalaje acordes a la evolución de los requerimientos internacionales.
- Establecimiento de un empaque institucional para los productos.
- Productos con normas de calidad y sello verde.

De Precio

- Disminución de costos de producción mediante la introducción de tecnología apropiada y organización tanto del proceso como de las cadenas productivas.
- Disminución de los costos de operación en el proceso de la exportación.
- Disminución de costos de los productos artesanales, ofreciendo al artesano pedidos constantes que le permitan mantener altos volúmenes de producción.
- Mantener precios internacionales competitivos y constantes durante la vigencia de cada año. (sujeto a variaciones por cambios bruscos de la Tasa de Cambio).
- Establecimiento de una escala de descuentos para altos volúmenes en pedidos de exportación.

De Promoción

- Presencia institucional en eventos de carácter internacional como Ferias y Misiones Comerciales, entre otros.

- Ampliación de la base de clientes internacionales que garanticen considerables volúmenes de ventas.
- Atención personalizada a clientes nacionales e internacionales que visitan nuestras oficinas y Expoartesanías con intención de abrir mercados en el exterior, y/o contactados a través de los diferentes canales de comunicación de la Empresa.
- Utilización de las Embajadas y Consulados para fomentar la artesanía nacional y darnos a conocer como entidad comercializadora de estos productos.
- Ampliación de los eventos artesanales a realizarse en la Plaza de los Artesanos.

De Plaza

- Consolidación de las principales plazas como puntos especiales de venta en cabeza de representantes comerciales, con el fin de prestar atención integral al comprador y volvernos competitivos.
- Agilización en los procesos de distribución de productos.
- Direccionamiento de nuestra Oferta Exportable hacia los mercados de mayor demanda de productos artesanales.
- Representación comercial de Artesanías de Colombia a través de contratos de corretaje comercial con el fin de acceder a otros mercados y lograr una atención directa con los clientes.

Fortalezas y Debilidades frente a la competencia

Se describen a continuación:

Debilidades

- Escasa capacidad de producción de los artesanos proveedores, para poder cumplir a tiempo con la demanda internacional.
- Variación de los costos promedios, durante el año, causando traumatismos en las cotizaciones y afectando la rentabilidad en los negocios.
- Demoras en el trámite de pago a los artesanos proveedores, causando demoras en los tiempos de entrega, acordados con el cliente.
- Falta de disponibilidad de recursos para la compra.
- Vulnerabilidad de los precios internacionales, frente a la permanente variaciones en la Tasa de Cambio.

A diferencia de la empresa privada, Artesanías de Colombia depende de la disponibilidad del presupuesto aprobado por el gobierno nacional y no cuenta con la inmediatez que exige el artesano para cumplir con los pedidos, toda vez que el artesano no posee una buena capacidad económica y Artesanías de Colombia debe cumplir con los trámites necesarios que exige el reglamento.

Fortalezas

- Personal profesional, calificado e idóneo en materia de Comercio Internacional.
- Altos estándares de calidad y diseño del producto artesanal.
- Amplio conocimiento del producto artesanal.
- Establecimiento de una logística de exportaciones, que nos permite dar respuesta ágil y oportuna a los requerimientos internacionales.
- Amplia experiencia en el montaje de eventos promocionales a nivel nacional como Expoartesanías y ferias en la Plaza de los Artesanos. A nivel Internacional, Ferias y Misiones Comerciales.
- Mantenimiento de una estructura de costos, que nos permite ofrecer precios internacionales muy competitivos frente a la competencia.
- Sistemas de empaque y embalaje de las mercancías acordes con las exigencias internacionales, que garantizan el proceso de despacho y recepción de los productos a satisfacción de los clientes.

COMPETITIVIDAD

Colombia es depositaria de una rica herencia cultural proveniente no sólo de nuestras raíces indígenas sino también de influencias europeas y africanas. Artesanías de Colombia S.A., fue designada por el Estado para promover y difundir esta riqueza, incentivando la comercialización de artesanías a nivel nacional e internacional.

ANÁLISIS DE LA OFERTA EXPORTABLE

Anexo Cuadro exportaciones

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Posición de la Empresa frente a similares del Sector

En materia de competencia del mercado, Artesanías de Colombia se encuentra en una posición privilegiada, por contar con 260.000 artesanos, ubicados en las diferentes regiones del país.

La experiencia adquirida por la Empresa en mas de treinta años de funcionamiento, hecho que nos da la capacidad de adquirir buenos costos y ofrecer precios competitivos acordes con demanda internacional, que exige altos estándares de calidad, a los cuales hemos podido responder con un alto grado de aceptación.

Ventajas competitivas respecto a costos, precio, calidad y diferenciación de producto

Las fortalezas de la Empresa permiten alcanzar mercados potenciales crecientes a nivel nacional e internacional. Su experiencia e infraestructura, tiene un gran potencial de crecimiento en el aspecto comercial dado por el buen nombre que ha adquirido en el ámbito nacional e internacional.

La producción artesanal, como manifestación de la cultura y el quehacer del pueblo, ha ido adquiriendo posicionamiento en la sociedad como bien de consumo, resultante de una elaboración no masiva, sino personalizado, que produce satisfacciones en el campo de los valores estéticos, afectivos y religiosos.

Bajo estas nuevas condiciones, el producto artesanal, antes circunscrito a una producción local, se ha convertido en objeto de demanda de sectores urbanos que trascienden los mercados nacionales y empieza a formar parte del consumo internacional.

ANÁLISIS DEL PRODUCTO EN EL MERCADO OBJETIVO EXTERIOR

En el mercado mundial Colombia es uno de los principales productores de artesanías junto con México, Guatemala, Costa Rica, Ecuador y los países africanos y asiáticos. Colombia, por su parte es depositaria de una rica herencia cultural proveniente no sólo de nuestras raíces indígenas sino también de influencias europeas y africanas.

MERCADO OBJETIVO

Estados Unidos²³²⁴

FACTORES MACROECONOMICOS

Estados Unidos es la primera economía del mundo con un PIB de US \$8.8 trillones y un crecimiento económico del 4.1% en 1999.

Con una población de cerca de 274 millones de habitantes, de los cuales aproximadamente 31 millones son hispanos, y unas importaciones de US\$1 trillón en 1999, se constituyó en el mayor comprador de mercancías en el mundo en 1998, con una participación de aproximadamente el 23% del comercio mundial de importaciones.

La economía estadounidense creció a una tasa promedio del 3% anual durante los noventa y en términos nominales creció en un 32.7% en este mismo período, al pasar de un PIB de US\$ 6.683 billones en 1990 a uno de US\$8.867 billones en 1999.

²³Inteligencia de Mercados. Proexport Colombia.

²⁴Cómo exportar a 153 países. Camara de Comercio de Bogotá,1995.

El crecimiento de la economía durante los años 1990 a 1997, estuvo jalonado principalmente por el sector servicios, que presentó un crecimiento del 56.4% en este período, al pasar de US\$1.059 billones en 1990 a US\$1.657 billones en 1997. Otros sectores de alto crecimiento durante el período 1990-97, fueron el sector financiero, de seguros y bienes raíces, que creció en un 53%, al pasar de US\$1.024 billones en 1990 a US\$1.570 billones en 1997; el sector de venta al por mayor, que creció igualmente en un 53% al pasar de US\$367.2 billones en 1990 a US\$562.8 billones en 1997.

La inversión extranjera total de Estados Unidos en el mundo alcanzó los US\$5 trillones en 1997, lo que representó un incremento del 16.3% frente a 1996, cuando llegó a US\$4.3 trillones. Por su parte, la inversión extranjera mundial en los Estados Unidos alcanzó los US\$6.3 trillones en 1997, 26% más que en 1996, cuando llegó a los US\$5 trillones.

En cuanto a los principales indicadores económicos, la inflación se situó en un 1.6%, mientras que el desempleo fue del 4.5%.

TAMAÑO DEL MERCADO

El PIB estadounidense, que llegó en 1999 a US\$8.8 trillones, proviene en un 88% de la industria privada y en un 12% del Gobierno. Así mismo, presenta una composición orientada principalmente hacia el sector de servicios, que representó aproximadamente el 20.4% del PIB en 1997, seguido por el sector financiero, de seguros y bienes raíces, que representó el 19.4% del PIB, el sector manufacturero (17%), el sector de comercio al detal (8.8%), el sector de transportes, comunicaciones y servicios públicos (8.3%), el comercio al por mayor (6.9%), el sector de la construcción (4.1%), la agricultura (1.6%) y la minería (1.5%).

Estados Unidos importó del mundo en 1998 el 22.6% del total mundial (excluido el comercio intracomunitario europeo), seguido de la Unión Europea (17.2 %) y de Japón (9.6 %), que suman en conjunto, el 49.4% del comercio internacional de importaciones.

Entre 1990 y 1999, las importaciones estadounidenses crecieron en US\$541.8 billones, lo que representa un crecimiento del 104.6% en éste período.

A nivel latinoamericano, los principales proveedores después de México son: Venezuela con el 1.1% del mercado (US\$11.9 billones), Brasil con el 1% (US\$11.8 billones) y Colombia con el 0.6% del mercado (US\$6.6 billones) en 1999.

El consumo aparente del mercado estadounidense se establece tomando la producción nacional sumando las importaciones y disminuyendo las exportaciones, así entonces a 1999 se tiene un PIB de USD 8.8 trillones de dólares, con unas importaciones que sumaron US\$1.060 billones y las exportaciones US\$692.8 billones de dólares lo que arroja un consumo de USD 8.800.367.200.000,00., de dólares.

INTERCAMBIO BILATERAL CON COLOMBIA

El mercado de importación de Estados Unidos es un mercado natural para las exportaciones de Colombia, no sólo por su cercanía geográfica, o por su tamaño o por los mercados regionales de inmigrantes latinoamericanos, sino principalmente por el crecimiento, la diversificación y la capacidad de penetración de ciertos países de la región latinoamericana.

No obstante, Colombia no ha logrado aprovechar hasta el momento las amplias posibilidades que ofrece la demanda por importaciones del mayor comprador de mercancías del mundo, situación que contrasta con países como México que han ajustado su oferta a la estructura de importaciones de Estados Unidos y han logrado mejorar una presencia importante como proveedores.

Aún en naciones de menor escala económica que Colombia como los del Caribe y Centroamérica, beneficiarios de la Iniciativa para la Cuenca del Caribe, se han presentado aumentos importantes en las ventas de renglones como las confecciones, que ingresan sin preferencia arancelaria.

Estados Unidos es el primer socio comercial de exportaciones de Colombia, con una participación del 33% del destino de las exportaciones y es a su vez, el primer socio comercial de importaciones, con una participación del 38% de las mismas.

La balanza comercial colombo - estadounidense arrojó en 1999 saldo positivo a favor de Colombia por US\$1.516 millones, cifra récord en el período 1991-99, en el cual solamente en 1991 se presentó una situación similar, en la cual el saldo a favor de Colombia llegó a US\$707 millones. Vale la pena resaltar la recuperación que muestra la balanza comercial, que venía desde 1993 presentando saldos negativos cada vez mayores para Colombia, los cuales llegaron a US\$-1.043 millones en 1998.

Esta situación se explica principalmente por el incremento de las exportaciones hacia Estados Unidos en un 38.7% entre 1998 y 1999, y la caída en las importaciones desde dicho país en un -19.5%.

RESTRICCIONES A PRODUCTOS COLOMBIANOS

Las regulaciones y requerimientos especiales para la importación de productos dentro del mercado de Estados Unidos, son esencialmente aplicados para la protección de la seguridad nacional y su economía, la conservación de la vegetación doméstica y la vida animal; así como para salvaguardar la salud de sus consumidores.

Algunas de estas regulaciones, adicionales a las establecidas por la aduana de los Estados Unidos, consisten por ejemplo en prohibir y/o limitar la entrada de productos, establecer puertos específicos para el ingreso de mercancías y aplicar normas sobre marcado y etiquetado. Esto aplica a todo tipo de importaciones, incluyendo aquellas hechas por correo.

VENTAJAS COMPARATIVAS Y COMPETITIVAS DE LA OFERTA COLOMBIANA EN ESTADOS UNIDOS:

Los nuevos paradigmas muestran que si antes las ventajas de Colombia residían en una localización estratégica, una disponibilidad de recursos naturales, clima variado y una mano de obra trabajadora, hoy, estas ventajas comparativas no son suficientes para competir internacionalmente, por esta razón es

imperativo desarrollar ventajas competitivas que le permitan al sector productivo competir en un mundo abierto, una economía globalizada y dentro de un continente en proceso de integración.

Las ventajas competitivas se obtienen, en términos generales por costos menores o diferenciación del producto. No son sostenibles en el largo plazo, para mantenerlas se requiere un esfuerzo continuo de innovación y creatividad que permita a las empresas estar siempre delante de sus rivales, están estrechamente relacionadas con la productividad y para lograrlas se necesitan recursos humanos calificados, buena gestión empresarial y nuevas tecnologías.

Sin embargo, la competitividad requiere algo más que productividad. Una empresa puede ser muy productiva, pero el entorno nacional, regional o local puede anular su competitividad, bien por infraestructura deficiente (puertos, aeropuertos. Transporte) o por políticas macroeconómicas desfavorables (tasa de cambio, inflación, crédito, régimen tributario) o normas y logística institucional no competitivas.

Con el propósito de lograr una comprensión más puntual de las fortalezas y debilidades del producto artesanal para ofertarlo en el mercado norteamericano la empresa continua insistentemente con la labor de capacitación la cual se refleja en el mejoramiento de la artesanía preservando sus raíces culturales y desarrollando nuevos productos

Entre las ventajas de Colombia respecto a la exportación hacia Estados Unidos se encuentran que tiene a su favor el comportamiento y volumen de la demanda de E.U y las preferencias arancelarias otorgadas por el ATPA., además de contar con un gran volumen de empresas transportadoras de carga con rutas a los diferentes puertos y aeropuertos de Estados Unidos, lo que reduce en un margen significativo el costo de los fletes.

Alemania²⁵²⁶

Factores macroeconómicos

Alemania continúa siendo una de las grandes potencias mundiales con una democracia parlamentaria, cuyo gobierno está conformado por el canciller y los ministros federales, el presidente cumple funciones representativas. Los dos partidos políticos mayoristas son: SPD (Partido Social Demócrata) y el CDU (Democracia Cristiana). Su población es de 82.057.400 millones de habitantes. Su moneda oficial es el Marco Alemán y el EURO.

Alemania es una de las naciones líderes del ámbito económico mundial. El crecimiento y la estabilidad en Alemania se deben en gran parte a la orientación mundial de su economía. Actualmente se enfrenta ante el reto de superar la brecha que todavía existe entre los antiguos y nuevos Estados Federados en el ámbito económico y social, así como adecuar la actividad económica a las condiciones de globalización y reducir el elevado índice de desempleo.

²⁵Inteligencia de Mercados. Proexport Colombia.

²⁶Cómo exportar a 153 países. Cámara de Comercio de Bogotá, 1995.

Después de una fase de desaceleración, debido a la marcha más lenta de la economía mundial, y a las repercusiones de la crisis asiática, la economía Alemana ha presentado en los últimos meses una recuperación, en cuanto a sus mercados de exportación,, aumento del consumo interno, y la inversión en equipos. El actual gobierno Alemán, ha cambiado su manejo pragmático de la economía, por una política más amigable hacia los negocios.

El presupuesto para el este año y en general el “Plan Futuro 2000”, ha mostrado un buen comienzo, logrando una mayor competitividad a través de una reducción en los impuestos y en los costos laborales.

Se estima para los años 2000 y 2001 una inflación, del 0,7% y 1,6% respectivamente, en general, para 1999 el comercio global se incrementó pero a tasas más bajas que en 1998. Así, las exportaciones crecieron en un 1% y las importaciones en un 2%, según cálculos de la Asociación Alemana de Cámaras de Industria y Comercio. Esta situación ocasionó que el superávit de la balanza comercial alemana se redujera este año.

La balanza comercial alemana, continua siendo positiva con un incremento del 2.3% arrojando un superávit de USD 73.239.000.000 consecuencia del alto nivel de exportaciones.

Tamaño del mercado

El PIB alemán, que llegó en 1998 a US\$2.2 trillones, que provienen de la industria privada y del Gobierno.

Alemania participó en el comercio internacional mundial durante la vigencia de 1998 con importaciones del orden de USD 467.315.000.000 y exportaciones por la suma de USD 540.554.000.000, generándose así un consumo aparente de USD 2.1 trillones.

Alemania ha tenido en los últimos años un cambio en la estructura del comercio exterior. En 1950, el 44% de las importaciones, eran productos alimenticios, en 1998, el 31% de las importaciones, fueron productos electrónicos, automóviles y vehículos pesados y productos químicos.

Los sectores que presentaron un mayor crecimiento dentro de la economía Alemana, son las telecomunicaciones, las franquicias, las computadoras, los productos farmacéuticos, componentes eléctricos, instrumentos científicos y de laboratorio, equipo médico y equipos de control ambiental.

Existen sectores muy dinámicos, donde las empresas colombianas tienen grandes oportunidades, como son las autopartes, flores, alimentos frescos y en conservas, productos orgánicos y confecciones entre otros, siempre y cuando se cumplan con los niveles de calidad requeridos por el mercado Alemán.

Canada²⁷²⁸

²⁷Inteligencia de Mercados. Proexport Colombia.

²⁸Cómo exportar a 153 países. Cámara de Comercio de Bogotá. 1995.

Factores Macroeconómicos

La economía canadiense creció para 1999 entre un 4% y un 5% cifra que duplicó el promedio de los años anteriores, obteniéndose una producción interna bruta de US\$901.353.319.300.00 y un PIB per capita de US\$29.561,00

Canadá es el segundo país con mayor extensión territorial en el mundo. Sin embargo, la densidad de la población de Canadá es la más baja de todos los países industrializados, con tan sólo tres personas por cada 100 kilómetros cuadrados para un total de 30,491.300 habitantes. Si hacemos una comparación con Colombia encontramos que Canadá, con una superficie geográfica nueve veces más grande que la de Colombia, cuenta con una población ligeramente inferior a la de nuestro país, con sólo un 75% de los habitantes que tiene Colombia.

La población de Canadá no está distribuida sobre su vasta extensión geográfica en una forma uniforme. Por razones climatológicas, históricas y económicas, casi el 90% de la población está concentrada en una banda angosta que atraviesa el territorio de este a oeste, situada dentro de los 200 kilómetros de distancia del límite con Estados Unidos.

El corazón industrial del país se encuentra en la región central canadiense, esto es, en las provincias de Ontario y Quebec. Aunque son mercados bien distintos por razones predominantemente lingüísticas, es importante saber que estas dos provincias juntas llevan a cabo más del 62% de todas las ventas al por menor que se efectúan en Canadá

Canadá es un país con un sistema de gobierno federal y parlamentario. El Parlamento canadiense y las Legislaturas de las 10 provincias son ambas competentes para legislar.

La economía canadiense, luego de varios años de rápido crecimiento, experimentó una baja aguda en 1990, la cual trajo como resultado un déficit de 4.200 millones de dólares. Esta recesión produjo dos trimestres consecutivos de crecimiento real negativo en el producto interno bruto, los cuales afectaron el consumo per capita del canadiense.

El crecimiento se hizo más fuerte en 1994, pero se detuvo nuevamente en 1995 con una tasa de crecimiento de sólo 2.7 por ciento. Las bajas tasas de interés entre 1996 y 1997 ayudaron a la recuperación de los gastos de consumo. El presupuesto nacional entre 1997-1998 arrojó un balance positivo y la tendencia fue similar para el período entre 1998-1999, con un presupuesto balanceado y una economía sólida.

El año 1999 se caracterizó por un crecimiento superior al promedio de los años anteriores, y la tasa de desempleo es actualmente la más baja desde 1976. Desde 1996 la tasa de desempleo ha presentado un decrecimiento importante, razón de esto es el reducido tamaño de su población, sin embargo, la razón más importante es el comportamiento de la economía como sistema productivo, por ejemplo en renglones tan sensibles como el sector automotor donde la productividad de la industria canadiense es inclusive superior a la estadounidense. Así mismo, el crecimiento de la productividad está siendo proporcionalmente mayor al crecimiento de los salarios por lo tanto no hay suficiente presión a un alza en los precios que conlleve a una mayor inflación. Se espera que el año 2000 traiga un alza moderada

en las tasas de interés, y que la tasa de cambio permanezca competitiva frente al dólar.

La moneda corriente de Canadá, es el dólar canadiense, y está basada en el sistema decimal, es decir, cien centavos equivalen a un dólar. Se acuñan monedas de 0.01 -0.05- 0.10- 0.25- 1.00 y 2.00. El papel moneda se imprime en valores de 5.00- 10.00-20.00- 50.00-100.00 y 1.000.00 dólares canadienses. La moneda americana puede ser cambiada en cualquier institución bancaria y un 80% por ciento del comercio recibe dinero americano a la tasa de cambio bancaria promedio de la semana y la tasa de cambio US\$ esta dada por \$CAD.

Se estima para los años 2000 y 2001 una inflación, del 2,3% y 2.1% respectivamente. Con un Producto Nacional Bruto (PNB) que alcanzó los US\$ 661,876 millones de dólares en 1999, un ingreso per capita de US\$ 21,707, un sólido crecimiento económico y una completa apertura al comercio internacional, no es sorprendente que Canadá sea destino preferido de la oferta exportable de diversos países, dentro de los que se destacan Estados Unidos, Japón y México.

Tamaño del mercado

A pesar de contar con una población relativamente pequeña, Canadá es un mercado muy atractivo para los exportadores. Canadá es el primer país importador per capita del mundo (US\$ 7,064 per capita en 1999) y el séptimo en tamaño de importaciones después de USA, Alemania, Reino Unido, Francia, Japón e Italia. Es también el primer país exportador per capita del mundo (US\$ 7.819), y el séptimo en tamaño de las exportaciones.

En 1999, las importaciones de Canadá llegaron a los US\$ 215.407 millones mientras sus exportaciones fueron de US\$ 238.432 millones, obteniendo así una balanza comercial de US\$ 23.025 millones. Sus exportaciones presentaron tasas de crecimiento anuales del 9.7% durante la última década, mientras que en los 80's fueron apenas del 7.5%. Por su parte las importaciones crecieron a un ritmo menor, aunque su crecimiento fue también importante.

En términos generales, las importaciones canadienses han crecido más rápido que el comercio mundial de mercancías. Una característica fundamental de la economía canadiense es su dependencia en el comercio internacional. Esto explica el interés de Canadá tanto en la expansión y liberalización del comercio internacional, como en el desarrollo de instituciones de comercio estructuradas de tal manera que puedan servir de apoyo a la futura integración hemisférica.

La importancia de la provincia de Ontario se hace cada vez más evidente al pasar de recibir el 62% de las importaciones totales canadienses en 1993 al 66% en 1999. Cabe anotar que la concentración de las importaciones en las tres principales provincias se ha hecho también cada vez mayor

El 70.2% de las importaciones canadienses se originan en el NAFTA. Estas importaciones originadas en el NAFTA han presentado un crecimiento promedio anual de 8.48% entre 1993 y 1999. Mientras que las importaciones originadas en México han crecido al 13.13% anual entre 1997 y 1999, las importaciones procedentes de EEUU han crecido al 4.34% anual en los últimos tres años. Las importaciones originadas fuera del NAFTA participaron con el 29.8% de las importaciones totales y

crecieron a un ritmo de 7.73% anual entre 1993 y 1999. Un ritmo ligeramente menor al de las importaciones procedentes del NAFTA

De las importaciones procedentes de latinoamericanos, Colombia cuenta con una participación del 1,96 %, de sus exportaciones a Canadá.

Colombia es uno de los socios comerciales más dinámicos de Canadá en América Latina. Sin embargo, el año pasado Colombia pasó de ser el cuarto mercado de exportación para Canadá en América del Sur, después de Brasil, Venezuela y Chile, a ser el sexto, por debajo de Argentina y Cuba. Pero, 1999 es el primer año en que Canadá no tiene un superávit en la balanza comercial, frente a Colombia.

Canadá ocupó la posición 18 entre los países destino de nuestras exportaciones de 1999, mientras que para Colombia, Canadá fue el octavo proveedor de importaciones. Vale la pena anotar que Canadá reporta importaciones originadas en Colombia mucho mayores de las que Colombia reporta exportar a Canadá. Según fuente canadiense las importaciones de procedencia colombiana fueron US\$ 189 millones en 1999. En ese caso Canadá ocuparía el octavo lugar entre nuestros destinos de exportación.

El que las exportaciones colombianas al Canadá se encuentren tan concentradas en productos primarios, hace que cualquier oscilación de las fuerzas de oferta o demanda en el mercado mundial, tenga un efecto importante en las cifras de comercio de un país pequeño como Colombia.

Dentro de los acuerdos comerciales se encuentra el General Preferential Tariff (GPT) o Arancel General Preferencial (APG), entró en vigor el 1º. De julio de 1974, y ha sido aplicado a más de 160 países del mundo entero. En años recientes, dicho arancel ha sido extendido a las repúblicas de la antigua Unión Soviética, así como a los países de Europa Oriental.

Algunos países resultan elegibles para la aplicación de más de un tratamiento arancelario, es el caso de Colombia que clasifica para GPT y NMF.

No todos los bienes y productos enviados a Canadá desde los países que gozan del GPT, son elegibles para su aplicación. Entre los productos excluidos de este tratamiento preferencial se cuentan casi todos los textiles, productos derivados de los textiles, calzado y vestimenta, así como también alimentos procesados, casi todos los productos del acero y todos los televisores a color.

Para que un producto importado pueda hacerse acreedor a los beneficios del GPT, debe ir acompañado de un Certificado de Origen. La Aduana canadiense solamente reconoce el Formulario A del certificado de origen que debe ser certificado por una organización específicamente designada en el país de origen.

Canadá adicionalmente a las normas generales aduaneras, posee regulaciones específicas para la importación de cierto tipo de productos, dentro de los cuales está la restricción para metales preciosos, la cual manifiesta que si un producto contiene oro, plata, platino o paladio; deben ser etiquetados indicando el tipo de metal precioso usado y cómo fue aplicado al producto en cuestión. También se debe especificar la pureza del producto (por ejemplo, 14 o 18 quilates en joyas de oro, etc.).

La legislación en materia ambiental en Canadá, es acorde con el desarrollo económico y cultural del país y la preocupación por parte de los entes gubernamentales y de la sociedad en general por la protección del medio ambiente.

Canadá posee un complejo marco de regulación ambiental, frecuentemente caracterizado por su sentido estricto y en determinados casos sobrecargado de trabas.

España²⁹³⁰

Factores Macroeconómicos

España comprende un área de 504.750 km², con una población estimada de 39.669.394 habitantes; su capital es Madrid y el idioma oficial es el castellano, en su economía se maneja la peseta y el euro como monedas oficiales.

El comportamiento de los principales indicadores económicos, está enmarcado dentro de los lineamientos generales exigidos para hacer parte de la Unión Monetaria Europea. La inflación fue del 1.45%, el déficit fiscal del 1.8% y la tasa de interés del 4.9%. La deuda pública que está en un 69%, debe bajar este año y llegar a un 60%.

La producción industrial continua jalonando la economía española, siendo fuertes en la industria metalúrgica y particularmente en construcción de barcos, equipos de procesamiento de datos y equipos de transporte. En el sector servicios, el turismo es el más importante.

El Gobierno ha prestado especial atención a la inversión extranjera y ha promulgado una serie de legislación que le otorgan variados beneficios. En el escenario político dos aspectos influyen en la actividad comercial: La necesidad de flexibilizar la legislación laboral que es muy rígida y prevé una alta carga prestacional para las empresas y la de conformar coaliciones políticas para sacar adelante las iniciativas legislativas.

Tamaño del mercado

1998 fue un excelente año para la economía española. El incremento del PIB pasó de un 3.5% en 1997 a un 3.8% en el 98, jalonado principalmente por el crecimiento de la demanda doméstica que paso de un 3.1% a un 4.9% y de la producción industrial que creció 5.4%.

Para 1998 las exportaciones alcanzaron un nivel de US\$109.041.500.000,00 mientras que las importaciones fueron de US\$132.783.000.000,00 arrojando una balanza comercial negativa de US\$ 23.741.500.000,00.

²⁹Inteligencia de Mercados. Proexport Colombia.

³⁰Cómo exportar a 153 países. Cámara de Comercio de Bogotá. 1995.

España cuenta con acuerdo que beneficia las relaciones comerciales de Colombia con este país, llamado Sistema Generalizado de Preferencias Andino - Sgp Andino: Conocido anteriormente como Programa Especial de Cooperación - PEC, por medio de la cual los países miembros de la Unión Europea (Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Reino Unido, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Holanda, Portugal y Suecia), otorgan en forma unilateral franquicias arancelarias a los productos provenientes de países afectados por narcotráfico (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela). Es una ayuda de carácter unilateral y temporal, que concede un régimen comunitario de preferencias arancelarias, sin límites cuantitativos para el sector industrial, pero con la posibilidad de aplicar límites cuantitativos para los productos del sector agroindustrial. Recientemente a finales del mes de junio, la Unión Europea aceptó renovar el régimen de preferencias arancelarias a la Comunidad Andina hasta el año 2004.

Dentro de las normas técnicas se aplican los siguientes controles :Control de Calidad a la Importación (CONCAL), Inspección Sanitaria de Importación (SANIM), Inspección Fitosanitaria (FITIN), Inspección Veterinaria de Importación (VETER), (CITES) Convención Internacional que regula el comercio de Especies de Flora y Fauna en vías de Extinción.

En Europa existe cada vez más, mayores regulaciones en el campo de la seguridad, salud, calidad y medio ambiente. El objetivo actual y futuro del mercado Europeo, es lograr el bienestar del consumidor, y cualquier producto que cumpla con los requisitos mínimos de calidad, tiene libertad de movimiento dentro de la Unión Europea, pero debido a la cada vez mayor importancia que tiene la Calidad dentro de la Unión Europea, aquellos productos, que cumplan, los más altos estándares de Calidad, tendrán preferencia por parte de los consumidores.

Holanda³¹³²

Factores Macroeconómicos

Holanda es un país de 15.7 millones de habitantes. La economía holandesa continúa siendo una de las más poderosas de Europa. El PIB creció 3.8% en 1998, mientras que el desempleo disminuyó colocándose en 5% y la inflación fue moderada, tan solo 1%. Gracias a estas condiciones, Holanda fue uno de los primeros países en calificar para pertenecer a la Unión Económica y Monetaria en 1998. La unidad monetaria es el florín y su equivalencia es US\$1 = 2fl.

Está ubicado estratégicamente sobre el mar del norte contando con el principal puerto marítimo en Europa. Holanda es un país de tradición comercial, su posición estratégica, infraestructura y la variada gama de servicio marítimos y aéreos lo ubica como un centro de distribución para Europa., El puerto de Rotterdam cuenta con la infraestructura necesaria para proveer a Europa con el 80% del consumo de alimentos frescos que llegan diariamente de distintas partes del mundo, cuenta además con el aeropuerto Schiphol ubicado en su capital (Amsterdam) es el tercero en el mundo en movimiento de

³¹Inteligencia de Mercados. Proexport Colombia.

³²Cómo exportar a 153 países. Cámara de Comercio de Bogotá. 1995.

carga. Holanda es uno de los doce primeros países en el ámbito del comercio internacional. Representa un punto estratégico en los negocios mundiales con una infraestructura avanzada enfocada especialmente hacia el transporte de bienes, personas e información electrónica.

Desde mayo de 1998, una coalición conformada por tres partidos políticos está en el poder. Dentro de sus lineamientos de política se encuentran las reducciones en subsidios y en seguridad social. Esto, combinado con una reducción en los salarios y la desregulación de los mercados laboral y de productos han ayudado a que la economía holandesa alcance un crecimiento económico y laboral sostenido. Este crecimiento ha estado respaldado por una fuerte demanda interna y por la mejor posición holandesa en el mercado de las exportaciones. El mercado laboral holandés presenta mejores resultados que los demás miembros de la Unión Europea.

Tamaño del mercado

El comercio internacional es muy importante para Holanda ya que más de la mitad de su PIB se genera a través de actividades fuera de las fronteras nacionales. Las importaciones y exportaciones reales crecieron cerca de 7%. Las principales exportaciones holandesas están enfocadas hacia productos agrícolas, alimentos y productos químicos semi-terminados. En cuanto a exportaciones e importaciones, el principal socio comercial de Holanda son los Estados Unidos.

Holanda posee una alta densidad poblacional, su principal zona de comercio se encuentra en un área llamada el Radstad, que comprende Utrecht, Amsterdam, La Haya y Rotterdam. El Radstad es compacto, homogéneo y de fácil acceso. En Holanda no hay zonas de libre comercio o puertos libres.

En términos generales, Holanda es un país con una economía tradicionalmente creciente logrando superar las exportaciones sobre las importaciones. Para 1998 se tuvieron importaciones por el orden de los US\$184.864.142.800,00 y exportaciones que ascendieron a los US\$198.512.375.863,00. Alcanzando una Balanza Comercial positiva de US\$13.648.233.063,00.

Los mejores prospectos en cuanto a importaciones se encuentran en los sectores de software para computadora, servicios de computación, partes para computadoras, equipo electromédico, partes para automóviles y equipo, cosméticos, equipo dental y comida de mar.

ESTUDIO DE LA DEMANDA EXTERNA

ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Para hacer este análisis es importante partir del hecho según el cual la confianza sólo se logra con el tiempo e implica aprender a comunicarse efectivamente en el proceso de manejar las mutuas

expectativas. A menudo es difícil para compradores y vendedores cruzar las barreras culturales para comprender cómo ciertas expectativas están enraizadas en un conjunto de experiencias completamente diferentes.

Perfil del Consumidor Actual

Personas que valoran el trabajo hecho a mano a partir de recursos naturales que no están amenazados por la extinción. Que valoran el producto único, con contenido cultural, diseño y que además de ser un producto decorativo, cumple funciones utilitarias.

En el mundo, el típico comprador tiene gustos que hacen que la diversidad de los productos que ofrece en este caso el mercado colombiano, pueda tener un espacio dentro del universo de posibilidades que ofrece el mercado mundial, toda vez que tienen en cuenta la gran variedad de diseños, colores, materiales, fibras, estilos y usos, generando diversas posibilidades a nuestros productos.

Además de recibir calidad, innovación, diseño y contenido cultural, el comprador internacional también espera encontrar opciones y escoge la que le ofrece mayor respaldo y seguridad.

Elementos que inciden en la decisión de compra

Un típico comprador espera lo siguiente:

- Que los negocios sean tratados en su idioma
- Que la comunicación (incluyendo malas noticias) sea frecuente y periódica, preferiblemente por fax, e mail o comunicación directa.
- Que las promesas hechas sean cumplidas.
- Que la calidad del envío sea la misma que la calidad de la muestra.
- Que el precio sea fijo por lo menos por seis meses.
- Que la entrega sea hecha a tiempo.
- Que el producto llegue sin daños y empacado adecuadamente.
- Que los siguientes pedidos puedan ser producidos rápidamente.
- Que se trabaje horas extras (fines de semana, incluso vacaciones) para tener los pedidos a tiempo. Si así se requiere.
- Que el pago del pedido motive al proveedor.
- Que el proveedor esté deseando dar un buen servicio profesional.
- Que crea que “El consumidor siempre tiene la razón”.
- Que el proveedor genere confianza en el comprador desde el primer contacto y demuestre su interés en el negocio.
- Que se hagan desarrollos o cambios del producto sobre la marcha para satisfacer las necesidades del consumidor.
- Que se encuentre un camino para resolver los problemas de financiamiento de su producción.
- Que se guarden archivos actualizados cronológicamente de sus transacciones de negocios y comunicaciones.

- Que no se enseñen o vendan los diseños de un comprador a otros.

La comunicación escrita es una buena manera de establecer una posición clara en la comercialización. Guardar archivos cronológicos de todas las comunicaciones con el cliente es esencial, incluso cuando las reuniones sean en persona, es de gran ayuda resumir por escrito los puntos en los que se estuvo de acuerdo en la reunión. Esta interacción deberá ser en términos de cortesía y buena voluntad por parte de las personas que intervengan.

Estas son las reglas estándar de comportamiento y las actividades que aseguran la confianza.

- Confirmar la orden de pedido del cliente cuanto antes.
- Dar a conocer sus datos bancarios y el modo de pago que prefiere.
- Hacer los productos como han sido especificados.
- Seguir instrucciones sobre etiquetado y empaque.
- Imponer un control de calidad estricto.
- Empacar la mercancía adecuadamente.
- Cumplir con la fecha de entrega.
- Enviar el pedido por los medios requeridos.
- Mandar completos y correctos los documentos comerciales.
- Comunicar cualquier dificultad, clarificar cualquier incertidumbre.

Teniendo en Cuenta estas características, en el caso específico de Estados Unidos, el consumidor es variable, debido a las diferentes regiones y variedad climática que presenta el país, lo que significa que debemos tomar nota de las tendencias y considerar modificaciones a los productos para la venta, diversificándolos de acuerdo a las regiones específicas o grupos de clientes. Por lo tanto, es importante satisfacer las necesidades de un solo tipo de cliente a la vez y se puede establecer realizando una encuesta con los invitados estadounidenses que se tengan para EXPOARTESANIAS 2000 y a través de nuestra participación en las ferias realizadas en Estados Unidos. Con la experiencia adquirida a raíz de nuestra participación en el Gift Fair de Los Angeles, se pudo establecer que la tendencia de consumo, teniendo en cuenta los productos exhibidos, es de artículos de cerámica de tipo utilitario, otros productos de gran acogida fueron los chales en macramé, los bolso de cañaflecha y las hamacas.

En alemania, los consumidores tienen gustos muy diferentes según la región. Para ingresar a este mercado con éxito se requieren productos innovadores, de alta calidad y estilo moderno. El precio no es un factor determinante para el comprador alemán aunque sí juega un papel importante. Para el alemán, es importante la empresa tenga representación en su territorio, toda vez que esto le brinda garantías en su compra e información directa si la requiere. La experiencia de nuestra participación en las ferias de Ambiente y Tendence nos muestran que para el comprador son llamativos los bolsos de cañaflecha, la cerámica negra, la artesanía indígena y la joyería precolombina.

Para el mercado canadiense es importante que los productos lleven una etiqueta de información sobre procedencia, técnica, materia prima y connotación historia del producto. También es importante tener en cuenta que es un país bastante regionalista y conservador en sus preferencias.

Para los españoles es importante el manejo de precios; cada vez hay más mayores regulaciones en el campo de la seguridad, salud, calidad y medio ambiente, para ellos el objetivo primordial es lograr el bienestar del consumidor, y cualquier producto que cumpla con los requisitos mínimos de calidad, tiene libertad de comercialización dentro del mercado español. Los productos de mayor aceptación son los chales de macramé, la artesanía indígena, la cerámica y joyería precolombina y la cerámica negra de la Chamba.

Los holandeses se caracterizan por ser sensibles al precio pero demandan calidad. No son compradores compulsivos y los empaques o la publicidad no los influyen fácilmente. La publicidad se debe centrar en informar al consumidor más que en presentarle ideas creativas. Son susceptibles a productos con alto contenido en diseño, como valor agregado para realzar la decoración de sus espacios, además de la combinación de materiales. Los productos que demanda este mercado son la cerámica negra, los individuales de fibras vegetales y los productos utilitarios que combinen sus materiales como los jarrones de arcilla y chiquichiqui.

Es preciso aclarar que la información anteriormente expuesta es producto de la experiencia de la empresa y algunos artesanos, además de estudios realizados por Inteligencia de Mercados de Proexport, así como la información adquirida en estudios realizados al sector en años anteriores. Por lo tanto se hace necesario actualizar la información con estudios de mercado que determine el perfil, la localización y la incidencia de compra además de establecer como está segmentado el mercado.

TENDENCIAS DE CONSUMO Y PRODUCCIÓN

⑩ Tasas de Crecimiento

En los últimos años, la economía mundial ha presentado sobresaltos que han llevado a muchos países, especialmente a aquellos en vía de desarrollo a enfrentar crisis al interior de sus economías. Si bien, la crisis asiática por sí misma atrajo la atención sobre ese rincón del planeta y luego hacia los lugares donde comenzaba a hacer sentir sus efectos, también permitió examinar a esos países con una óptica diferente, concediéndoles su verdadera importancia. Se observó cómo en Latinoamérica los países giran en torno a Estados Unidos y como cualquier movimiento de la economía americana hizo resentir sus economías.

El mundo está resentido y se puede observar el lento crecimiento de economías como la de Estados Unidos y Canadá que no han presentado el dinamismo de hace varios años; Alemania, España, Holanda, son países que tampoco han presentado un crecimiento ascendente, su enfoque en primera instancia es fortalecer la economía de la Unión Europea como un gran todo.

La economía mundial está en la búsqueda de su reactivación económica a través del incremento en las exportaciones, el desarrollo de sus sectores productivos el establecimiento de alianzas estratégicas que garanticen el crecimiento de las economías en el mundo.

Ambiente

El sector artesanal es un sector con grandes posibilidades a nivel mundial dados los programas que han sido diseñados para los países menos desarrollados y que están luchando contra problemas de narcotráfico. Tales programas contemplan preferencias arancelarias que pueden permitir el acceso de los productos sin el pago de gravamen alguno, otros contemplan una reducción arancelaria bastante significativa. Sólo basta con cumplir los requisitos exigidos en los diferentes programas. Colombia es beneficiario de las preferencias otorgadas por los diferentes acuerdos así: ATPA, SGP, ALADI, SGP ANDINO, CAN, GRUPO DE LOS TRES, GTP, NMF.

Características de la demanda

Los países que para Artesanías de Colombia tienen un mercado objetivo, demandan productos bien diferenciados, en los cuales se resalte la calidad, el color, el diseño, las texturas y el valor agregado que cada producto adquiere durante su elaboración, es decir su exclusividad por ser piezas únicas.

Estos países para definir las tendencias de moda, tienen en cuenta las estaciones y festividades como navidad y pascua, cuando la demanda de productos es más alta.

Los productos con mayor demanda del mercado objetivo son aquellos tipo souvenir como las chivas, mercados artesanales, bomboneras en madera con apliques de barniz; productos para mesa y cocina, como la vajilla de cerámica negra de la Chamba, individuales y portavasos en las diferentes fibras naturales; productos de decoración como los werregues, las réplicas de cerámica precolombina, máscaras en madera, los tápices de molas, las hamacas, los tapetes de fique y finalmente la diversidad de productos en fibras naturales y colores como sombreros, bolsos, mochilas, canastos y artesanía indígena.

SITUACIÓN DEL PRODUCTO EN EL MERCADO

Política de Fijación de Precios

En el mercado internacional los precios se fijan por el libre juego de la oferta y la demanda, sin embargo para los productos artesanales, estos adquieren un valor agregado cuando se cuenta cómo es el proceso productivo, los materiales de que están hechos, las comunidades que los producen y en general el aporte cultural que cada producto tiene, aspecto que es valorado por el comprador, si se tiene en cuenta que estos productos son piezas únicas, cien por ciento elaboradas a mano, como es el caso de la artesanía nacional.

Otro factor importante, en la fijación de precios, son los costos adicionales que se debe pagar por el transporte interno, más aun cuando los productos provienen de zonas alejadas de los centros de acopio.

Nivel de calidad exigido en el mercado objetivo

El producto artesanal por ser elaborado totalmente a mano, se exige de la perfección que tiene un producto elaborado industrialmente, sin embargo, la calidad, se puede mostrar en los materiales utilizados para elaborar cada pieza y en el detalle final del acabado que hace al producto único.

Las materias primas en muchos casos no resisten cambios climáticos fuertes y deben ser tratados con recomendaciones especiales de manejo.

Actualmente en Colombia, existen normas técnicas para la elaboración de Sombreros y Hamacas y de igual manera se está trabajando un proyecto para adaptar las normas técnicas de calidad al producto artesanal colombiano. Otros países como México y otros países Centroamericanos ya comercializan sus productos artesanales con normas técnicas de calidad, lo cual garantiza el acceso a los mercados internacionales con mayor facilidad.

En Europa existe cada vez más, mayores regulaciones en el campo de la seguridad, salud, calidad y medio ambiente. El objetivo actual y futuro del mercado Europeo, es lograr el bienestar del consumidor, y cualquier producto que cumpla con los requisitos mínimos de calidad, tiene libertad de movimiento dentro de la Unión Europea, pero debido a la cada vez mayor importancia que tiene la Calidad dentro de la Unión Europea, aquellos productos, que cumplan, los más altos estándares de Calidad, tendrán preferencia por parte de los consumidores. Los exportadores que deseen entrar al mercado Europeo, deben estar actualizados en los estrictos y cada vez mayores requerimientos de calidad por parte de la Unión Europea.

Condiciones de Empaque y Embalaje

El empaque y embalaje son el primer contacto con el comprador, por lo tanto los países se han preocupado por mejorarlos y exigir normas que ayuden al consumidor a identificar los productos y su contenido.

De tal forma, se han impuesto regulaciones para que los empaques y embalajes sean de materiales reciclables, que no afecten el medio ambiente y que preserven sus contenidos, tal es el caso de los países Europeos que en materia de empaque, se basa en la Norma EU directive 94/62/EC, donde se establece las normas de empaque para los diferentes productos, sin embargo continúa la existencia de las regulaciones nacionales, que para el caso de Alemania, se basa en el “German Packaging Act”, con el cual se busca reducir el impacto de los empaques al medio ambiente, y regula el empaque para el transporte, el empaque secundario, y empaque para ventas.

Para el mercado canadiense, la ley menciona que los paquetes deben ser fabricados, rellenos y exhibidos de forma que el consumidor no sea confundido o engañado en cuanto a la calidad o cantidad del producto contenido en el paquete. Si el producto va a ser enviado al minorista directamente, es importante tener en cuenta que el canadiense como consumidor no va a aceptar un empaquetado de inferior calidad al promedio, o con una lista de contenido que no sea exacta y detallada. Los empaques

son generalmente atractivos en este país y parte integrante de la competencia por posibles clientes potenciales. Se recomienda también utilizar empaques susceptibles de ser reciclados ya que este es un tema al que el canadiense otorga mucho valor.

Todos los mercados objetivo, exigen un componente adicional al empaque y embalaje como es la etiqueta la cual debe llevar información sobre peso, tamaño, volumen, origen, materia prima y en otros casos hasta el proceso productivo.

Condiciones de Distribución

En su mayoría los mercados internacionales no exigen una distribución exclusiva, los productos pueden llegar directamente a los puntos de venta o a través de un intermediario que coloque los productos al consumidor final. Todo esto depende de las condiciones pactadas al momento de la negociación y de la capacidad del exportador para llevar el producto a un destino final.

Es importante tener en cuenta en la distribución, no incrementar el precio de los productos con los altos costos de los fletes internacionales, por tal razón es mejor siempre estar seguros de los costos, accesos y empresas que ofrezcan respaldo a costos razonables y que por supuesto sean conocidas en el mercado.

Exigencias de Entrada

Aranceles preferenciales:

El producto artesanal y especialmente el colombiano cuenta con preferencias de acceso a los mercados mundiales, por ser un país en vía de desarrollo y afectado por problemas de narcotráfico y además por tener todas las condiciones de Nación mas favorecida.

Es así, que encontramos acuerdos como el ATPA suscrito por Estados Unidos que otorga preferencia a los países que luchan contra el narcotráfico, el SGP para países en vía de desarrollo, suscrito por varios países entre ellos Estados Unidos y Los países de la Unión Europea que ofrecen descuentos arancelarios, El SGP Andino suscrito por países de la Unión Europea para los productos de los países con problemas de narcotráfico. En Canadá encontramos el GPT y NMF en los cuales los productos colombianos resultan elegibles para la aplicación de más de un tratamiento arancelario.

Aranceles de la Competencia

Los países productores de artesanía presentan igualmente preferencias arancelarias concedidas por países desarrollados, sin embargo, Colombia cuenta con mayores prerrogativas dadas las condiciones del país.

La mayoría de los países se benefician de acuerdos como el SGP que otorga descuentos arancelarios que van desde un 20% hasta un 50%. Si se observa el caso de México, cuenta con las preferencias otorgadas por el NAFTA, o los países del Caribe que cuentan con el CBI (La iniciativa de la Cuenca del Caribe) o los países asiáticos y africanos que igualmente acceden a acuerdos como el SGP para países en vía de desarrollo y las preferencias otorgadas por la Cláusula de Nación mas Favorecida.

Obviamente, cada país productor de artesanía protege su producción nacional, imponiendo aranceles para la importación de estos productos provenientes de otros países.

Barreras no Arancelarias

A pesar de la liberación del comercio, el acceso al mercado europeo puede hacerse más difícil debido a la rápida proliferación de reglamentación en el área de seguridad, salud, calidad y medio ambiente. La nueva reglamentación tiene grandes repercusiones en las posibilidades de venta de los productos de los países en desarrollo y países en transición, en el mercado de la UE. Dentro de éstas reglamentaciones se encuentran: 1) la Marca de la CE; 2) La Responsabilidad del producto; 3) ISO 9000; 4) Reglamentación relativa al Medio Ambiente y 5) Etiquetado de Comercio Justo.

Existen otras medidas como los gravámenes Anti-dumping aplicados a productos importados, vendidos a un precio inferior al del mercado de origen. El nivel de impuestos sobre un producto no está armonizado por lo cual puede variar entre los estados miembros.

Las Licencias de Importación son otra medidas no arancelarias que son exigidas para productos sensibles y estratégicos como textiles (normas del Acuerdo Multifibras- AMF), productos de acero, carbón y carbón coque y armas. Si el producto pertenece a las categorías del AMF y está sujeto a cupos, el exportador deberá suministrar al importador la visa textil para que éste tramite la licencia de importación. Cupos los más comunes son los establecidos en el AMF e indican el volumen máximo de importación. Se está llevando a cabo la eliminación gradual de los cupos del AMF, lo cual terminará en el 2005.

Canadá limita la importación de textiles y confecciones de países abastecedores cuyos precios son bajos en el contexto internacional. Los productos sujetos a La Las limitaciones en la importación de Textiles y Prendas de Vestir están citadas en *listas de control a las importaciones*, de la *Oficina para el Control de Importaciones y Exportaciones (Export and Import Controls Bureau)*, en el marco de acuerdos bilaterales de restricción para países exportadores de estos productos. Casi todos los tratados bilaterales de restricción se rigen de acuerdo a los términos señalados en el Acuerdo Multifibras (AMF o MFA). Algunos de los países con los que Canadá ha firmado este tipo de acuerdos son Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, China, Filipinas, Hong Kong, Indonesia, Malasia, Paquistán, Corea del Sur, República Dominicana, Taiwan y Turquía entre otros.

Toda mercancía que entra al Canadá debe ser declarada ante la *Oficina de Aduanas Canadiense*, la cual se encarga de verificar que las importaciones se lleven a cabo conforme a la ley, y que se paguen los aranceles correspondientes. Este procedimiento se puede llevar a cabo ya sea por el importador personalmente, o a través de agentes aduaneros en representación del importador.

El gobierno federal canadiense impone una tasa del 7 por ciento de valor agregado, conocida como el impuesto a los bienes y servicios (GST) sobre la mayoría de bienes y servicios vendidos al Canadá. De este impuesto sólo están exentos productos alimenticios básicos vendidos en tiendas y almacenes, y los servicios médicos y dentales.

Si bien el impuesto al valor agregado o GST no forma parte directa de la reglamentación canadiense a las importaciones, éste va a ejercer un impacto en el costo de los productos importados. Todas las importaciones están sujetas al impuesto al valor agregado, el cual debe ser pagado por el importador cuando los bienes entran al Canadá.

Además del GST, existen otros impuestos federales a bienes de consumo tales como las joyas, las piedras preciosas, los productos derivados del tabaco, las bebidas alcohólicas y la gasolina. Cuando estos bienes son importados, van a estar sujetos a doble gravamen, el normal aduanero y el aplicable a estos bienes de consumo en Canadá.

Además de las tasas federales, existe en Canadá un impuesto provincial a la venta al detal el cual, a pesar de alterar el precio final del producto importado, nunca se aplica directamente a las importaciones.

Las regulaciones y requerimientos especiales para la importación de productos dentro del mercado de Estados Unidos, son esencialmente aplicados para la protección de la seguridad nacional y su economía, la conservación de la vegetación doméstica y la vida animal; así como para salvaguardar la salud de sus consumidores.

En Estados Unidos, algunas regulaciones, adicionales a las establecidas por la aduana de este país, consisten por ejemplo en prohibir y/o limitar la entrada de productos, establecer puertos específicos para el ingreso de mercancías y aplicar normas sobre marcado y etiquetado. Esto aplica a todo tipo de importaciones, incluyendo aquellas hechas por correo.

Las cuotas de importación son cantidades específicas establecidas para la importación de productos, por períodos de tiempo determinados; en Estados Unidos son administradas en su mayoría por la Aduana de Estados Unidos.

Las cuotas se dividen en dos: La Tarifa arancelaria adicional (Tariff – Rate) y La Cuota cuantitativa (Absolute)

La Tarifa es aquella bajo la cual, no existe un limitante cuantitativo de importación sino que aquellas importaciones adicionales a la cantidad establecida como cupo de importación, deberán pagar aranceles mayores a los que se pagarían normalmente sin cuota.

En el caso de la Cuota, es de carácter completamente cuantitativo y restrictivo, es decir que una vez establecido el cupo o cantidad de importación, no será permitida la importación de cantidades adicionales del producto. Algunas cuotas de este tipo son globales, aunque en ciertos casos pueden ser específicas para determinados aplicadas a países.

Cada Estado es autónomo para determinar la tasa del impuesto a las ventas, es decir que depende del Estado de ingreso la tarifa establecida, sin embargo la tarifa promedio es del 6% sobre el valor total de la mercancía.

En general, se observa que cada país aplica barreras de tipo no arancelario para las importaciones dependiendo del producto y de las cantidades de éste que se quiera introducir, además dependiendo del país de origen de dichos productos.

MECANISMOS DE APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Tipo de canales de distribución existentes en el mercado

No existe ningún valor en un producto o servicio hasta que se encuentra en las manos del cliente o consumidor. Como consecuencia, poner a “disposición” el producto o el servicio es lo que en esencia constituye la función de distribución de un negocio.

En los EE.UU. los canales de distribución no son concentrados, centralizados, ni federalmente regulados y generalmente se siguen abriendo nuevos canales. Por consiguiente, los exportadores a los Estados Unidos pueden analizar y escoger el canal establecido que le ofrezca menor riesgo. Haciendo el negocio a través de un distribuidor americano, un vendedor extranjero se evita las trampas que eventualmente otros intenten en este gigante y complejo mercado. No obstante, hay alternativas de contratar a un agente o distribuidor. Sin establecer un solo contrato, un vendedor extranjero tiene cualquiera de las siguientes opciones:

- Ⓣ Acceso a la oferta de proyectos del Gobierno;
- Ⓣ Comercializar directamente a mayoristas o consumidores;
- Ⓣ Exhibir las muestras de comercio en ferias o convenciones; ó
- Ⓣ Entrar en alianza con una compañía local.

En el mercado canadiense, consecuencia de la escasa población del país, las largas distancias y las estaciones tan marcadas, las redes de distribución tienden a la centralización regional. Por lo tanto, las estrategias de comercialización se deben enfocar regionalmente hacia los diferentes segmentos y nichos de mercado que se quieran atacar.

Los precios de venta al por menor de los productos no alimenticios varía entre 3 y 5 veces, aunque algunas veces es de 8 veces, el precio en fábrica del exportador. Así mismo, el de los productos alimenticios, está entre 10 y 125% más alto que el precio del exportador.

En el mercado Holandés, la mejor manera de penetrar este mercado es a través de una representación. Debido a que es un mercado compacto, los representantes exigen exclusividad. Para la venta en supermercados y grandes almacenes, los holandeses prefieren tratar directamente con los fabricantes. Además existen corredores y agentes que buscan ampliar las importaciones hacia otros países de Europa, gracias a la excelente localización con la que cuenta Holanda. Los holandeses gustan de las exhibiciones y este es el mejor método para dar a conocer un nuevo producto.

En Alemania, la distribución de mercancías es libre, puede hacerse de manera directa o indirecta; cuando la venta es directa, el fabricante suministra su producto sin mediación del comercio, directamente al consumidor o usuario final. En los últimos años ha venido cobrando notoria importancia el marketing a través de “Filiales de empresa productora”, ya sean firmas distribuidoras propias o unidades de producción con sus correspondientes organizaciones de ventas. La filial propiedad de la empresa permite intensificar la comercialización, aunque resulta más costosa que una representación independiente.

Los elevados costos de acceso al mercado en Alemania han llevado a primer plano las modalidades de venta indirecta en el caso de los productos industriales. El exportador puede encomendar la distribución y venta de sus productos al comercio independiente (comercio importador, comercio mayorista y minorista) o a intermediarios como agentes comerciales, comisionistas y representantes exclusivos (negociantes por cuenta propia). En Alemania existen varias firmas comerciales especializadas en la importación de mercadería extranjera y su venta subsiguiente a productores o comerciantes nacionales.

Todos los países manejan similares sistemas de distribución que van desde el mayorista hasta el detallista, pero cada uno imponiendo los controles que requiera el producto. Adicionalmente los países buscan tener el menor número de intermediarios posible para así lograr que el producto adquiera un precio competitivo.

Alternativas de canales para la distribución del producto

En Estados Unidos no existen alternativas de canales para la distribución de un producto, definidas, allí se puede llegar directamente al mercado, sin embargo se puede contratar la ayuda de un distribuidor para colocar los productos en el consumidor final. No es necesario tener agentes mayoristas o minoristas para que los productos puedan llegar al punto de venta. La distribución de artículos a *granel* es atendida por los distribuidores mayoristas, quienes se ocupan de los precios de mayoreo. En contraste, los vehículos de motor y sus partes son distribuidas y vendidas principalmente a través de la red de cada fabricante de distribuidores del gremio. También existen comerciantes, considerados distribuidores o comerciantes mercantiles al por mayor, quienes compran artículos de todo género y toman el título de comercializadores funcionando bajo esquemas de comisión, como agentes o corredores. Otra gama de distribuidores son los que venden artículos de un mismo género, en ocasiones de un solo proveedor con título y responsabilidad de representante en el mercado.

En cambio en el mercado canadiense los canales de distribución presentan una clasificación, El primer segmento en importancia es el de los grandes minoristas, los cuales dominan la distribución de la industria canadiense de productos no alimenticios y está constituido por Sears, Tha Bay y Eaton's, que cuentan entre las tres con más de 200 puntos de venta en todo Canadá y negocian directamente con sus proveedores nacionales o extranjeros.

El segundo segmento es el de los minoristas “junior”, compuesto por las tiendas o almacenes que venden mercancías a nivel masivo, a precios bajos y moderados. Las dos empresas más grandes son:

Giant Tiger y Zellers y recientemente entraron a este segmento Wal-Mart de EE.UU y las cadenas de descuento Price Club y CostCo.

El tercer segmento, es el de las tiendas especializadas por líneas de productos, que están cobrando importancia como distribuidores de importados y compran directamente a los proveedores.

Los exportadores difícilmente pueden llegar directamente al consumidor final, por lo que, deben utilizar los diferentes intermediarios que actúan en el mercado tales como los mayoristas, agentes locales y representantes de fabricantes y, los comisionistas. Los mayoristas y minoristas tienden a comprar grandes volúmenes de productos aproximadamente 9 meses antes de que se inicie la temporada de ventas, ya que, las estaciones tan marcadas hacen que la población compre muchos productos en ciertas épocas del año solamente.

Una tendencia que ha venido tomando fuerzas en los últimos años entre los minoristas canadienses es el tratar de disminuir la cadena de distribución, con el objetivo de atraer mayores clientes a precios más bajos que la competencia, pero manteniendo un margen de ganancias más alto.

La utilización de intermediarios es productiva en la medida que el exportador colombiano tenga poca experiencia, o cuando se trata de segmentos del mercado a los cuales es difícil acceder. Puede ser de gran utilidad también, cuando se desconoce a los compradores minoristas en Canadá. Un intermediario puede proporcionar al exportador contactos claves para introducir sus productos en este mercado, pero se debe escoger al mismo con mucha cautela.

Contratar a un intermediario para toda Norteamérica, si se quiere exportar tanto a Estados Unidos como a Canadá, puede resultar poco beneficioso dado que la mayoría de las veces estos agentes, si no residen en Canadá, carecen de contactos en este país y desconocen sus trámites aduaneros y regulaciones específicas para la importación de productos. Por esto es muy importante que el exportador consiga un distribuidor para el mercado de Estados Unidos sin que incluya automáticamente el mercado "Norteamericano" porque se puede perder la oportunidad de ingresar adecuadamente a Canadá.

Una de las formas más eficientes de superar los problemas de muchos intermediarios es a través del establecimiento de centros de almacenaje y distribución en Canadá. Esto resultaría más sencillo y menos costoso para el exportador colombiano en la medida que productores de un mismo sector se organizaran entre sí con miras a fomentar de manera mancomunada su oferta exportable.

Para acceder al mercado Holandés, se hace necesario tener un representante exclusivo dado lo pequeño de este mercado, toda vez que los holandeses prefieren tratar directamente con el productor. Es también una forma privilegiada para penetrar otros mercados europeos si se tiene en cuenta que Holanda es uno e los doce primeros países en el ámbito del comercio internacional y representa un punto estratégico en los negocios mundiales con una infraestructura avanzada enfocada especialmente hacia el transporte de bienes, personas e información electrónica. Su localización estratégica y las facilidades para hacer negocios, hacen de este país un centro de operaciones ideal en Europa.

En Alemania adquiere mayor auge la distribución directa, donde el fabricante suministra su producto sin mediación alguna, igualmente filiales de empresas productoras que permiten intensificar la

comercialización, sin dejar de lado el comercio de mayoristas, minoristas, agentes comerciales, comisionistas, representantes exclusivos y empresas especializadas en la comercialización de mercancía extranjera.

En España, el crecimiento económico ha traído como consecuencia la expansión de los canales de distribución, que van desde los tradicionales como las tiendas hasta las cadenas multinacionales de supermercados y los centros de ventas al detal. Los principales centros de distribución están en Madrid y Barcelona, donde los agentes y distribuidores tienen sus oficinas. Con relación a los agentes se aplican tres tipos de acuerdos de distribución: concesión comercial o distribución exclusiva, distribución solamente y distribución autorizada para un canal determinado. Adicionalmente el sistema de franquicias ha crecido en los últimos años.

Margen de intermediación dentro del canal.

Los márgenes de intermediación que trabaja cada mercado se dan dependiendo del producto y del país que va a comercializar dicho producto.

En Canadá por ejemplo, los precios de venta al por menor de los productos no alimenticios varía entre 3 y 5 veces, aunque algunas veces es de 8 veces, sobre el precio en fábrica del exportador. Así mismo, el de los productos alimenticios, está entre 10 y 125% más alto que el precio del exportador. Los productos para la decoración y regalos, manejan rangos entre 4 y 6 veces el precio de compra al exportador.

Si bien, el mercado americano es un mercado exigente, que maneja precios competitivos, también puede pagar un precio cuando este cumple con la calidad y requerimientos que el mercado exige, por tal razón dependiendo de la forma de mercadear, un producto puede colocarse con márgenes entre 4 y 5 veces el precio de compra. Por el contrario, el mercado europeo, dadas las largas distancias, los altos costos en el transporte y la intermediación maneja márgenes que van entre 6 y 8 veces el precio FOB de venta del exportador.

Cobertura del canal

Si bien es cierto todo comercializador trabaja para colocar su producto en el sistema que más se adapte a las características de su producto con un nivel alto de cobertura, que asegure una mayor penetración del producto en el mercado, las artesanías han cobrado fuerza y se ha posicionado en el sector de regalos y decoración, de ahí que los productos se ubiquen en el mayor número de galerías y almacenes especializados, garantizando una alta rotación. Para ello, un abastecimiento eficiente de la demanda de estos puntos y un permanente contacto con los distribuidores que son quienes están más cercanos al consumidor, aseguran que el producto esté en el momento oportuno y el lugar adecuado en el menor tiempo posible para que el mercado esté satisfecho.

Al tener en cuenta los los canales que más adquieren auge en los mercados objetivo, se continuará ofreciendo valores agregados que inviten al distribuidor apoyar un sector que ofrece calidad, variedad, diseño a precios competitivos.

PROMOCION

Imagen de la marca

Los mercados han creado identidad en los diferentes productos a través de la recordación de una marca que logre impactar al consumidor tanto de manera denominativa como figurativa.

En el sector artesanal la marca es característica de una región, de un país y se logra identificar con facilidad por su variada combinación de colores, figuras y acervo cultural que lo identifica, creando esa recordación con el legado cultural que imprime cada pieza.

Artesanías de Colombia ha logrado posicionarse en el mercado internacional como una marca que representa calidad, diseño, variedad a precios competitivos. Adicionalmente, se recuerda como la empresa que trabaja por el sector artesanal del país y que más conoce sobre sus fortalezas y debilidades. En este sentido, continua trabajando para mejorar la capacidad de producción, debilidad que se hace notoria cuando se compete con otros mercados que aplican sistemas semi-industrializados en la producción.

Selección de medios de comunicación.

El mercado internacional utiliza los medios de comunicación que están a su alcance para promocionar sus productos o servicios. Quieren crear recordación ya sea con un distintivo o con un slogan para posicionar su marca; para ello se valen de medios como la televisión, la radio, revistas, diarios, publicidad POP, y el internet que en los últimos tiempos es el medio mas ágil y de menor costo para acceder a los diferentes mercados.

Las empresas invierten grandes sumas de dinero en publicidad porque ven en ella una alternativa eficiente y real para llegar a un alto volumen de consumidores.

En el caso de Estados Unidos, la televisión por cable y regional, y las revistas especializadas están incrementando la efectividad para localizar los grupos de consumidores a los que van dirigido los productos. El Internet, es el medio más utilizado en los últimos años y está mostrando gran efectividad. En resumen, internet es el nuevo ambiente para los negocios, los anuncios y los esfuerzos específicos de mercadeo, se trata del país con las tasas de líneas de internet por habitante más altas del mundo. Los canadienses se encuentran altamente influenciados por la publicidad y los medios más utilizados son la televisión, seguida por los periódicos, revistas y la radio. Las campañas de promoción y publicidad son generalmente realizadas en forma conjunta entre el exportador y su distribuidor en el mercado, normalmente incluyen panfletos, concursos, promociones por correo directo, cupones, regalos y eventos especiales. En Europa la publicidad busca informar al consumidor más que en presentarle ideas creativas. Los principales medios de difusión son la prensa, televisión y la radio. El internet es un medio que se está utilizando en toda su extensión para abrir nuevos mercados.

Costos de Promoción y publicidad

Si bien es cierto que la publicidad es el vínculo entre el proveedor y el consumidor, las empresas han comprendido que este es un costo tan vital como el mismo costo de producción, es una inversión con visión futurista de la empresa pero la cantidad no es algo fácil de decidir. Las empresas en el mundo, utilizan cerca de quince fórmulas diferentes para establecer cuál debe ser el presupuesto para promoción y publicidad, donde lo más conocido es utilizar un porcentaje sobre las ventas pasadas, o un porcentaje sobre las ventas pronosticadas, o un porcentaje de la ganancia bruta, o un porcentaje sobre los costos unitarios, pero por lo que se observa es que las empresas en el mundo asignan entre un 5% y un 10% de las ventas brutas.

A diferencia de los productos de consumo masivo que exigen una publicidad costosa y continua para destacar mínimas diferencias de marca, los productos destinados al sector regalos y decoración requieren de una inversión alta en merchandising para lograr hacer un producto llamativo e innovador.

Metodos de Promoción:

Son varios los mecanismos que el mercado internacional ponen en marcha para promover ventas en el exterior y su utilización depende de la naturaleza del producto, la clase de comprador al que va dirigido y de los recursos del proveedor. Entre los mecanismos disponibles y ampliamente utilizados se encuentran las Ferias y Exposiciones comerciales internacionales las cuales se constituyen en medios eficaces para el incremento y afianzamiento de las exportaciones, este tipo de eventos, permiten establecer contactos directos y personales con potenciales importadores y estrechar vínculos con clientes, agentes y/o distribuidores.

Otros métodos que las empresas en el mundo utilizan para comunicar sus ventas se conjuga en una mezcla promocional que puede utilizar la publicidad, el merchandising visual, la publicidad no pagada, la venta personal, las relaciones públicas, el servicio al cliente y unos incentivos especiales para inducir a la compra.

Eventos y Ferias Sectoriales

Las ferias y eventos internacionales están diseñadas para exponer una gama de productos ya sea a nivel general o por sectores específicos. La finalidad de estas es abrir mercados ya sea para llegar al consumidor final o a compradores mayoristas, El número de visitantes a las ferias varía dependiendo del tipo de evento que se realice. Los productos artesanales, que están clasificados como artículos de decoración, o para el hogar, y en otros casos que se vinculan directamente al sector regalos, son productos que fácilmente pueden exhibirse en estos tipos de ferias. El mercado de Estados Unidos por ejemplo, desarrolla ferias que incluyen productos artesanales, accesorios para el hogar, productos con alto contenido en diseño, artículos de jardinería y obras de arte, estas son: California Gift Show, Las Vegas Gift Show, The New York international gift fair, San Francisco International Gift Fair, Boston Gift Fair, Washington Gift Fair.

En Europa al igual que en Estados Unidos se desarrollan ferias que incluyen productos artesanales, las más importantes son: En Alemania, Ambiente y Tendence celebradas en Frankfurt, En España, Intergift celebrada en Madrid, Francia, Italia

Latinoamérica también desarrolla ferias importantes entre las cuales se destaca Las ferias de Tlaquepaque y AMFAR Expo Regalo en México, La Feria de Córdoba en Argentina, y nuestra feria EXPOARTESANIAS que congrega el mayor número de artesanos de las diferentes regiones del país y es considerada una de las más destacadas de Latinoamérica.

PRECIO

Rango de fluctuación de precios del mercado

El producto artesanal está considerado en el mundo como productos de bajo precio en los cuales aún no se ha diferenciado que existen productos netamente artesanales elaborados uno a uno, con alto contenido manual, lo que implica un elevado costo de la mano de obra y baja capacidad productiva; aspectos que no se ven ni afectan los productos artesanales semi-industrializados. Sin embargo son valores agregados que se deben resaltar dentro de la etiqueta de información de origen para los productos netamente artesanales.

El comprador internacional tiene parámetros bien definidos respecto del precio y en el caso de observar que un precio está por fuera del mercado, inmediatamente retira su opción de compra para ese producto y todos los demás productos que ese vendedor le pueda ofrecer.

Estas son solo razones para resaltar la diferenciación de productos similares con precios diferentes, toda vez que los sistemas de producción que se manejan en el mundo son diferentes y marcan la diferencia en el producto. Sin embargo, la concepción general es sino se pueden reducir costos, es preferible sacar el producto del mercado³³.

Condiciones de Pago

Internacionalmente, los pagos efectuados en el Comercio Internacional utilizan medios como la Carta de Crédito, la Transferencia Bancaria por medio del giro directo y el giro anticipado, los Cheques certificados y las Cobranzas. Comúnmente los medios de pago utilizados en la comercialización internacional de artesanías son en su orden las transferencias bancarias a través de giros directos o giros anticipados y las cartas de crédito toda vez que son los que mas garantías brindan al exportador.

Seguros necesarios y demás impuestos

Los seguros en la comercialización internacional están supeditados a los riesgos que se puedan presentar en la transportación de la mercancía, si se tiene en cuenta que la demanda de productos artesanales se concentra con mayor fuerza en productos cerámicos que son altamente delicados para su manipulación y en productos de Joyería y bisutería que por su precio exigen un respaldo al momento del despacho.

³³Mercado y Venta de Artesanías, Norbert N. Nelson, Centro regional de Ayuda Técnica - AID, Mexico.

Internacionalmente las mercancías se aseguran en los trayectos internacionales ya sean marítimos, aéreos o terrestres contra pérdida o daños causados a las mercancías ocurridos durante el periodo de transporte, por accidentes al vehículo transportador, o durante las operaciones de carga, descargue o transbordo; daños por maltrato o incorrecta manipulación de la mercancía durante el transporte (avería particular); Saqueo o sustracción parcial o total de contenidos; falta de entrega por extravío o hurto de una o mas unidades de empaque completas; adicionalmente, algunas compañías ofrecen seguros de guerra y lucro cesante, todos cubren desde el punto del exportador hasta el destino final. Las tasas que se cobran están entre un 0.5% y un 1% del valor asegurado (costo, fletes, seguros, impuestos aduaneros) con una prima mínima de US\$25. La mercancía frágil (cristalería, cerámica) maneja una tasa especial que está entre el 1% y el 3%.

Riesgo cambiario

El riesgo se convierte en una medida de Incertidumbre, en todo proceso comercial, la incertidumbre trata de lograr objetivos organizacionales. Puede consistir en consecuencias positivas o negativas, aunque la mayoría de los riesgos positivos se llaman oportunidades y los riesgos negativos se llaman riesgos.

El riesgo cambiario de los mercados objetivo para nuestras exportaciones es prácticamente nulo, toda vez que son países con economías estables y de moneda dura, contrario a la incertidumbre que vive el país con la volatilidad del dólar y la acelerada devaluación de nuestra moneda. Los costos financieros tienden a incrementarse cada vez mas, así mismo, los costos generados por todas las operaciones logísticas que implican el despacho de las mercancías. De igual manera esto incide en la producción y mano de obra, pero a pesar de esta situación, exportar es una opción que el país no puede dejar perder; el apoyo que se ha venido dando a las microempresas a través del programa de EXPOPYME de Proexport, es solo el comienzo de incentivar al pequeño y mediano empresario y buscar una salida que genere mayor dinamismo en la economía nacional, a través de la generación de empleo.

PLAN DE ACCIÓN DE MERCADEO EXTERNO

OBJETIVO GENERAL

Incrementar el volumen de exportación de los productos artesanales del sector, definidos dentro de la línea comercial con oferta exportable, en mercados como Estados Unidos, Canadá, Holanda, Alemania y España y ser facilitadores de las exportaciones que realizan los artesanos de manera independiente.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Ⓞ Generar una mayor oferta exportable acorde con las tendencias de los diferentes mercados a donde queremos llegar, logrando exportaciones para el sector que superen la cifra del año anterior la cual fue de US\$29.888.336,00., según cifras registradas en el DANE. Inicialmente se puede hablar de un crecimiento del 5% que equivale a \$31.382.753,00.

- Ⓞ Ampliar la venta internacional basados en las siguientes tácticas:
 - Dirigir la misión de Compradores de Expoartesanías 2000 y demás ferias que se realicen en la Plaza de los Artesanos.
 - Actuar como consolidadores y facilitadores del comercio artesanal.
 - Promover el sector en ferias internacionales.
 - Facilitar al sector el Comercio Electrónico.
 - Crear Comercializadora Internacional de artesanías.

- Ⓞ Desarrollar las diferentes tácticas planteando metas escalonadas en el corto y mediano plazo, es decir entre lo que resta del año 2000 y el año 2001

ESTRATEGIAS

Dirigidas al sector:

De costo: Teniendo en cuenta la labor que ha venido desarrollando Artesanías de Colombia en materia de capacitación a los artesanos y encaminada a mejorar los procesos productivos, a aprovechar y racionalizar el uso de las materias primas, a mejorar el diseño y calidad de las artesanías y a desarrollar nuevos productos a partir de los diferentes recursos y bondades que la tierra ofrece, sin que estos pierdan su esencia artesanal y cultural, continuar con los programas de Gestión Empresarial enfocados a que los artesanos puedan administrar sus propios talleres artesanales desde la perspectiva de reducción de costos de producción y precios de venta y así posicionar las artesanías en los principales mercados internacionales.

De servicio: Dirigir la capacitación a los artesanos a la satisfacción de las exigencias del cliente internacional y particularmente las de los clientes del mercado objetivo, el cual exige en primera instancia una respuesta inmediata y oportuna, seguida de una excelente calidad con precios competitivos enmarcados con un alto porcentaje de responsabilidad y seriedad.

De Capital: Dirigir el apoyo económico de los diferentes organismos nacionales e internacionales para la adquisición de la maquinaria u otros equipos apropiados para el desarrollo de los diferentes productos artesanales, que faciliten la producción y por ende se logren los volúmenes de producción exigidos por el mercado internacional, sin que esto signifique salirse de los estándares que califican al producto como hecho a mano.

Recurso Humano: Capacitar a los artesanos a través de los convenios que se han venido realizando con los diferentes organismos que apoyan al sector con programas encaminados a mejorar la capacidad de producción, innovación, calidad, diseño, costos, precios, empaque y embalaje, logística y mercadeo incluido en este el servicio al cliente., como también programas que mejoren su productividad en equipo, de igual forma, contribuir a la constitución de cadenas productivas (núcleos artesanales que poseen mayor potencial de exportación) y proponer programas de capacitación orientados especialmente a la exportación, particularmente para dichas cadenas productivas.

Dirigidas al producto:

- Hacer estudios para saber cuanto se puede producir, con calidad, en qué tiempo y por cuántas personas, así mismo hacer seguimiento de estos procesos.
- Proveer al artesano de la capacitación necesaria para que comprenda que los procesos productivos no se pueden acelerar, sino que al contrario deben seguir los tiempos exigidos para que el producto presente la calidad que se quiere ofrecer y que buscan los compradores internacionales.
- Ofertar al mercado productos que además de ser decorativos y utilitarios, presenten los estándares de calidad y diseño que exige el mercado (ergonomía, altura, tamaños, medidas, colores, entre otros), además continuar con la investigación y desarrollo de productos, a partir de la tradición artesanal, manteniendo un carácter cultural propio y teniendo presente las tendencias actuales del mercado.
- Diseñar programas que lleven al producto a tener el empaque y embalaje adecuados que logren que el producto no solo se preserve sino que llegue en buen estado al consumidor final y con una excelente presentación. La importancia del empaque no sólo radica en las funciones de protección y transporte de los productos, sino en su presentación óptima. Un buen empaque vende.
- Ejercer un estricto control tanto en el proceso productivo como de venta, a través de los diseñadores de los diferentes laboratorios, quienes recorren gran parte de las regiones del país, dando la asesoría necesaria para el desarrollo de productos, no sólo para venta local sino también internacional y conociendo a través de la subgerencia comercial las necesidades del consumidor relacionadas con calidad y costo.

Dirigidas al mercado

- Asumir el control de la operación comercial de las misiones de compradores internacionales y clientes mayoristas nacionales, que asistan a Expoartesanías, catalogada como la feria más importante de su género en el país y una de las más destacadas de Latinoamérica en el sector artesanal. Así mismo, atender a los compradores que se hacen presentes en las ferias artesanales que se realizan en la Plaza de los Artesanos.
- Convertir las visitas en compras efectivas y de igual manera, ser los ejecutores de compra y venta de los productos de aquellos artesanos que no tienen la experiencia ni la logística necesaria que se requiere en los trámites para poner un producto en el exterior.
- Actuar como consolidadores y facilitadores del comercio artesanal, afianzando el acopio de los productos seleccionados fuera de nuestra oferta comercial, que cumplan con los estándares de calidad y seguridad. También se prestaría asesoría en legislación de comercio exterior, empaques y embalajes, se coordinaría el cumplimiento en los tiempos de entrega al comprador

internacional, se coordinaría todos los trámites de exportación, cumpliendo además con el servicio de posventa, que asegura la recompra.

- Los precios de la oferta exportable estarán acordes con la exigencia del mercado, teniendo en cuenta que se busca incrementar el volumen de exportaciones del sector, con precios competitivos, pero no matar un producto por el precio; tarea en la cual Artesanías de Colombia ha venido trabajando con los artesanos, quienes poco a poco han ido entendiendo los factores que inciden en el momento de aplicar costos, para dar un precio competitivo, importante al momento de poner el producto en exhibición, como también estarán disponibles tablas de descuentos por volumen y compras de variedad de líneas de producto.
- Promover no sólo a Expoartesanías sino otras ferias celebradas en la Plaza de Los Artesanos, espacio dedicado a la promoción y divulgación del sector artesanal, en el cual se harán como mínimo seis ferias artesanales al año, buscando apoyar y generar empleo a tantas madres cabeza de familia y campesinos que viven de la artesanía.
- Participar en ferias internacionales como: California Gift Show que se celebra cada mes de enero en los Angeles, California; Ambientes que se celebra en febrero en Frankfurt Alemania, The New York International Gift Fair a celebrarse en Agosto en New York, Intergift en España a celebrarse en septiembre, garantizando la logística adecuada, ágil y oportuna a los pedidos que se obtengan de esta participación, de igual manera madurar mercados permanentes que se hayan adquirido en estas ferias, como en las que se realizan a nivel nacional.
- La sostenibilidad de los puntos de venta propios ubicados en lugares estratégico de la capital, los cuales permiten tener el producto disponible al público capitalino. Así mismo, el apoyo con representantes comerciales en el exterior, quienes se encargarán de prestar el servicio de post-venta y complementarán la logística de exportaciones, ofreciendo atención directa a los clientes, buscando recompra y atención permanente.
- Propiciar el desarrollo de nuevos productos que estén dentro de los estándares de exigencias del país, afianzando un crecimiento sin afectar el uso racional de los recursos naturales y sin sacrificar la calidad ofrecida.
- Fortalecer el Comercio Electrónico en nuestra página de Internet, colgando los productos que hacen parte de la oferta comercial, junto con toda la información necesaria para dar a conocer el producto y la forma de adquirirlo posicionando también nuestro buen nombre en la red, apoyados en la experiencia que se ha ido adquiriendo, asesorando a empresas que han querido incursionar en la venta de productos artesanales a través de este medio, como ha sido Art&Hands.com, quienes llevan cerca de seis meses con la página al aire y han generado ventas representativas para el corto tiempo de estar abierta al público.
- Lograr mayor cobertura y teniendo en cuenta el ofrecimiento de *ecomerz* con quienes se han sostenido comunicaciones para comercializar nuestros productos en esta página, para lo cual,

se están haciendo los ajustes necesarios en cuanto a precio, selección de producto y forma de pago, tanto para el comercio al detal como al por mayor.

- La consolidación de la Comercializadora de productos artesanales del país que acopie el volumen más alto de la diversidad de productos artesanales, que facilite tanto a grandes como a pequeños artesanos colocar sus productos en mercados internacionales. El propósito es crear una comercializadora de carácter privado que permita tener un flujo de caja disponible para la compra de productos en la medida en que se haga necesario y así mismo dar agilidad a los trámites administrativos y financieros, de los cuales carece una empresa del orden estatal; logrando así mayor cobertura tanto al mercado nacional como internacional. Con ésta se le da participación a los artesanos del país, y especialmente a aquellos que no cuentan con una infraestructura que les permita tener acceso a los diferentes mercados, tal es el caso de las comunidades indígenas, pequeños grupos de artesanos sin capacidad económica, los grupos de mujeres, madres cabeza de familia, entre otros.

METAS DE EXPORTACION

Dadas las ventas totales de exportación para el sector artesanal durante el año de 1999 las cuales estuvieron por el orden de los 30 millones de dólares y teniendo en cuenta el desarrollo y cumplimiento de las estrategias anteriormente mencionadas, donde Artesanías de Colombia será el encargado de coordinar la gestión comercial de los compradores internacionales que visitarán la décima versión de EXPOARTESANIAS 2000, se proyecta un crecimiento del 5% en las ventas totales del sector y para los años siguientes 2001 y 2002 un incremento del 10% y 15% respectivamente. El resultado de las ventas efectivas, depende en gran parte de la respuesta del sector a las necesidades y requerimientos del cliente internacional, logrando mantener la calidad de los productos a los precios ofrecidos y negociados, atendiendo también la capacidad de producción exigida por el mercado exterior. Una respuesta inmediata garantiza el éxito de la venta, así mismo, el uso de las tecnologías que agilizan las comunicaciones a bajos costos, permitiendo no solo conocer las formas de negociación sino el producto de manera virtual y en los mercados más recónditos del planeta.

ACTIVIDADES A EJECUTAR

- Desarrollar un permanente monitoreo de los costos en que incurre el artesano para la cotización de sus productos, esto con el fin de evitar desfases con los precios que inicialmente se le cotiza al cliente. los costos que se monitorearan, corresponderán a los productos que componen la línea comercial, que de acuerdo a nuestras experiencias en ferias y preferencias de nuestros clientes, poseen relativa capacidad de oferta exportable.
- Implantar las economías de escala, a las comunidades que mas le compramos producto, a fin de poder obtener mejores precios, de acuerdo a los volúmenes de compra, porque así ganamos mayor competitividad en nuestras ofertas.
- Capacitar al artesano de esas comunidades, en torno a la responsabilidad y seriedad que conlleva la completa, exigente y oportuna atención que se le debe suministrar a nuestros

clientes, que también son los suyos. En este punto, más que una capacitación, es una concientización integral acerca del tema, que sin lugar a dudas será un importante complemento a nuestra gestión comercial.

- Implantación de sistemas y procesos de producción más ágiles que sin necesidad de mutilar el oficio artesanal, se gane una mayor calidad y productividad en tiempos y movimientos, que finalmente redundarán en precios más competitivos en el mercado.

Como es bien sabido, para que un producto sea catalogado como Artesanía, se hace necesario que por lo menos la totalidad o gran parte de su proceso de elaboración sea manual. Sin embargo, valdría la pena evaluar la posibilidad de implantar a nivel de maquila (procesos de industrialización en serie) dentro de algunos lapsos de la elaboración de las artesanías. Allí tendremos que realizar estudios y planes piloto que desde luego tendremos que financiar o buscar los recursos.

En este punto la empresa ya ha adelantado estudios previos en torno a la producción de cerámica negra de la chamba, de caña flecha en la costa atlántica. Cerámica de Guatavita. Que pueden servir de base para profundizar en los mismos e implantarlos en los demás oficios y productos de nuestra línea comercial.

- Buscar diverso tipo de apoyo, ante diversas entidades de carácter público y privado que nos permitan el desarrollo de gran parte de estas estrategias.
- Fortalecer nuestra presencia institucional en el campo del diseño, para que las artesanías cada vez más, mejoren este importante valor agregado, que nos diferencia totalmente frente a la competencia.
- Desarrollar toda una política de imagen corporativa, en el manejo de los empaques y embalajes de todos los productos que conforman nuestra línea comercial. Lo anterior porque el mercado internacional, es absolutamente exigente en la protección y presentación de los productos que importa, y porque debemos aprovechar nuestros empaques, en la difusión directa de diversos valores agregados sociales y comerciales, que sin duda podrán agilizar nuestro posicionamiento.
- Asumir el control de la operación comercial, en la próxima misión de compradores internacionales de EXPOARTESANIAS con la cual podamos garantizar una atención integral y acorde a las necesidades y expectativas de los clientes. El objetivo primordial, es el de convertir esos contactos en negocios efectivos, aprovechando nuestro gran conocimiento del sector en términos de precios y productividad, además de nuestra experiencia como facilitadores de comercio internacional de Artesanías que incluye todos los trámites hasta el destino final.

Vale la pena aclarar que esa intermediación comercial, la desarrollaremos solo con aquellos productos que tengan oferta realmente exportable en términos de precio y productividad, y que desde luego vayan acorde con las necesidades de los compradores. Por ello preferiblemente

ofertaremos a los clientes nuestra línea comercial, de la cual tenemos suficiente experiencia y posibilidad de cumplimiento de pedidos; sin dejar de lado, aquellos productos que puedan llamar la atención y que sin ser de la línea comercial, tengan capacidad de oferta. Para los compradores interesados.

Pretendemos hacer esta *segmentación de oferta de producto* con capacidad exportable base en el común denominador, sobre el cual se desarrolla siempre la gran mayoría de los contactos comerciales que tienen los artesanos durante la feria y posferia y es la incapacidad de cumplir con grandes pedidos en fechas límite y con precios muy competitivos. Así nuestra atención con los clientes se circunscribirá a concretar pedidos con una alta posibilidad de cumplimiento.

- Programar dentro de la plaza de los artesanos, dos ferias o show-room exclusivamente para compradores mayoristas, en las cuales podamos mostrar nuestra línea comercial y demás productos con capacidad exportable. La convocatoria a clientes internacionales para que participen en dicha feria, se haría con base en los mercados destino con los cuales ya tenemos experiencia y negocios, además teniendo en cuenta los productos preferidos por estos mercados, sobre los cuales seguiríamos trabajando para la obtención de una mayor productividad y mejores precios.
- En estos show – room tendría una especial participación, las expopymes artesanales que vienen trabajando dentro de este importante programa, que no busca otra cosa que generar exportaciones efectivas dentro de este sector, con base en una previa capacitación que le garantice efectividad frente a los clientes.
- Participar en algunas de las mas importantes ferias del regalo de Europa y usa, en las podamos cada día ampliar la base de nuestros clientes objetivo. Estas ferias serian: the new york international gift fair en NY, feria de ambientes en FANKFURT, the gift fair de los angeles USA, y la feria de intergift de BARCELONA. En estas ferias ya hemos tenido participación y por lo tanto conocemos sus características y comportamientos.
- Ampliar nuestra red de puntos de venta (almacenes) en todo el país, a fin de aprovechar en mayores proporciones, esa gran intención de compra al detal que existe hacia las artesanías de calidad y con valores diferenciales de diseño, cultura y tradición. El presupuesto es montar dos almacenes adicionales en Bogotá, uno en Cartagena, uno en Medellín y uno en Cali. Para un total de cinco adicionales bajo el sistema de franquicias.
- Establecer la comercialización electrónica en forma mas directa, que la desarrollada en la actualidad, apoyada en el proyecto *ecomerz* que para tal efecto creo Proexport con el apoyo de naciones unidas. Este seria un canal adicional de ventas con el cual podamos fortalecer la promoción y distribución del producto, hacia segmentos de consumo muy especializados.

• ASPECTOS TECNICOS.

IDENTIFICACION DEL GRUPO OBJETIVO

Este proyecto se enfoca a la población artesana más vulnerable del país por su difícil condición, social, económica y de violencia, población en su mayoría mujeres cabeza de familia.

Artesanos de diferentes oficios pertenecientes a los departamentos de Caquetá, Putumayo, Meta, Huila, Tolima, Bolívar, Guaviare, Nariño y Santander son objeto de esta intervención.

En total el proyecto planteado a cuatro años pretende atender 3637 personas.

Se encuentra en las tablas 3-8 un cuadro donde para cada uno de los departamentos se especifica:

- a. Oficio
- b. Municipio
- c. Año de intervención

En varios de los departamentos se plantea trabajar con una población que varía el primer año entre 10 y 30 personas por municipio, para el segundo y tercer año la población se incrementa, en el cuarto año se plantea no vincular nuevos artesanos al proyecto sino trabajar con la misma población ya vinculada para fortalecerlos y consolidar el trabajo de los años anteriores.

En la siguiente tabla se resume por año y por departamento la población objetivo del proyecto.

GRUPO OBJETIVO	AÑOS DEL PROYECTO/AÑOS CALENDARIO			
	1	2	3	4
	2001	2002	2003	2004
CAQUETA	255	370	485	485
PUTUMAYO	215	270	325	325
META	150	185	230	230
HUILA	225	275	340	340
TOLIMA	205	260	340	340
GUAVIARE	44	44	44	44
BOLIVAR	150	265	265	265
CAUCA	337	417	497	497

GRUPO OBJETIVO	<i>AÑOS DEL PROYECTO/AÑOS CALENDARIO</i>			
NARIÑO	400	400	400	400
SANTANDER	190	235	285	285
TOTAL	2171	2721	3211	3637

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL GRUPO OBJETIVO

La población artesana presenta características comunes a la población rural e indígena del país, asociadas al contexto en el que se encuentra descrito en la primera parte del proyecto y que en general se pueden resumir en:

Condiciones de marginalidad económica y social que se refleja en la ausencia de servicios básicos y en los bajos niveles de escolaridad : un 17% de la población es analfabeta, cifra superior al promedio nacional que está por debajo del 5%; el 58.68% no tiene acceso a servicios de alcantarillado, el 20% no cuenta con energía eléctrica, el 27.93% no dispone del servicio de acueducto y únicamente el 8.52% tiene servicio telefónico.

El 24% de los artesanos realiza su producción totalmente a mano y el 57.10% utiliza herramientas simples; el 45.35% de los artesanos afronta problemas de escasez de materia prima y el 25.94% tiene dificultades en calidad de las materias primas.

El 82.38% de los artesanos no esta organizado, el 85.16% venden su producción en los municipios de origen.

El 82% de la materia prima empleada proviene de recursos naturales y de estos el 76% aproximadamente de bosques nativos.

CUANTIFICACION DE LAS ACTIVIDADES

Ver cuadro siguiente.

CUANTIFICACION DE LA POBLACION BENEFICIARIA

Ver cuadro siguiente.

● ***PRODUCCION PRIMARIA.***

Siendo que los insumos son materiales tales como madera, bejuco, arcilla, palmas las que se verán en la descripción técnica, se requiere estrategias que permitan facilitar el adecuado suministro de las mismas a la industrial artesanal.

En este sentido se requiere programas de extensión y cultivo para aquellas plantas que hoy por hoy, son fuente para el suministro de materias primas de las cuales, se conoce el manejo, pero es indispensable que en estas regiones se pase de la extracción silvestre al cultivo. Es el caso de la palma de iraca.

En caso de lograrlo se alcanzaría rendimientos que superan el 50% , se dejaría de importar esta materia prima y se aseguraría ocupación para 6.000 mujeres que se dedican al oficio de tejer sombreros.

Manejo y uso de recursos naturales como los bejucos y palmas requieren buen manejo en las técnicas de extracción, para asegurar la supervivencia de ciertas especies y mantener una fuente de materias primas, que de continuar como hoy, tiene serios peligros de extinción.

En el caso de la arcilla o mejor en oficio como la alfarería y la cerámica es indispensable introducir técnicas y tecnologías, que permitan incrementar los rendimientos, estrategias que sin duda buscan un mejoramiento de la productividad y competitividad del sector, frente al de otras regiones del mundo.

En segundo término está el oficio, el cual su potencial en estas regiones, encontramos gente que conoce oficios y técnicas, en otros términos hay capital social y humano, el cual puede producir rendimientos si se crean las condiciones para aprovecharlos adecuadamente.

En este punto como se trata es de vender antes que producir, es conveniente que se prepare para dar respuestas al mercado.

Esto es preciso que se generen organizaciones para dar respuesta al mercado, se precisa de organizaciones aptas para afrontar programas de producción y comercialización.

Es conveniente que en el país se logre que el artesano junto con Centros Especializados como son los Laboratorios de Diseño, trabajan en I + D investigación y desarrollo de nuevos productos.

Se requiere innovar usando conocimientos y técnicas ancestrales, pero sin renunciar al uso de los avances de la ciencia y de la técnica.

Es preciso programas de mejoramiento tecnológico, en lo cual se necesitan recursos financieros para adelantar estas inversiones.

Es por ello que se requiere un incentivo, un capital semilla el cual no debe ser superior al 50%, indispensable para que los empresarios de estas regiones puedan dar el salto que implica pasar de una mentalidad bucólica y parroquial a una concepción global del mundo.

Considerando que el 80% de las especies vegetales empleados en la artesanía provienen de selvas, pequeños bosques, pantanos y rastrojos; no han sido considerados dentro del contexto de especies comerciales y mucho menos han sido objeto de prioridad en las investigaciones de las Entidades del sector agrícola.

Artesanías de Colombia viene liderando desde hace 15 años los estudios y el uso y manejo racional de estos recursos, mediante esfuerzos con gentes con entidades como la FES, algunas Corporaciones de Artesanos Regionales, UMATAS, ONG's interesadas en el tema y algunos tesisistas de universidades.

Para este propósito Artesanías de Colombia ha generado varias metodologías que permitan avanzar en el tema sin tener que recurrir a grandes inversiones y convirtiendo el tema en algo viable para las reales capacidades del artesano.

Estas metodologías permiten además que se vaya construyendo la información básica en forma paralela a la implementación de estrategias de uso y manejo racional.

Estos metodologías son: formulación de proyectos con participación comunitaria de recursos naturales empleados en la artesanía (Artesanías de Colombia – FES), fichas de diagnósticos de especies vegetales, animales y recursos minerales, empleados en la producción artesanal (Artesanías de Colombia), Guía metodológica para el seguimiento y evaluación de proyectos de recursos naturales empleados en la artesanías (Artesanías de Colombia), Metodología de evaluación de propuestas de uso sostenible de materias primas silvestres utilizadas en la artesanía (Artesanías de Colombia – FES-Instituto Alexander Von Humboldt), modelo de investigación física de recursos vegetales utilizados en la producción artesanal (Artesanías de Colombia), modelo de planes de manejo de palmas (werregue) utilizados en la artesanía (Artesanías de Colombia – FES).

En la región del proyecto se están adelantando actualmente trabajos relacionados con las siguientes especies: palo de sangre, iraca, plantas tintóreas y cumare fundamentalmente, toda vez que la prioridad que la prioridad institucional se concentró en los últimos 10 años en las especies identificadas en procesos de escacés y que poseían un alto número de artesanos que se proveían de ellas y su producto poseía un alto potencial exportador como la caña flecha, la iraca, la palma tetera, la palma de werregue y el bejuco tripeperro, ubicados principalmente en la selva pacífica, alta montaña, zona andina y zona atlántica.

En el trabajo básico se levanta información relacionada con:

- Fenología de las especies.
- Sistemas de propagación.
- Fitogeografía.
- Estudios fitosociológicos

- Tasas de crecimiento.
- Taxonomía.
- Sistemas de manejo.
- Sistemas de aprovechamiento.
- Ecología de las especies.
- Potencialidad de las Especies.
- Vulnerabilidad ambiental.

Así mismo se integran diversas estrategias que permitan fomentar el uso y manejo sostenible de estos recursos naturales, para lo cual se han definido diferentes líneas de acción estrechamente ligadas entre sí y todas necesarias de desarrollar para poder lograrlo; ellas son:

- Promoción y apoyo a investigaciones sobre diferentes aspectos de la ecología y biología de ecosistemas naturales y especies vegetales y animales utilizados en la elaboración de artesanías.
- Apoyo a iniciativas de propagación, cultivo y diseño de manejo sostenible de recursos naturales usados como materias primas en la producción artesanal.
- Apertura y apoyo a espacios de intercambio de experiencias entre los artesanos, corteros y entidades gubernamentales y no gubernamentales.
- Divulgación y sensibilización a los diferentes sectores de la sociedad sobre avances, conocimientos, metodologías y experiencias en torno al uso sostenible de los recursos naturales en productos artesanales
- Fortalecimiento de procesos de gestión y concertación de los grupos de artesanos y de participación de los diferentes actores involucrados en el proceso.

En el proceso productivo se adoptarán tecnologías simples que reducirá los tiempos actualmente aplicados, lo que generará mayor número de unidades producidas por día, lo que a su vez permitirá abastecer la demanda no cubierta y llegar a nuevos mercados.

De otra parte, los cultivos del fique de Santander, cada vez más reducidos, por la nula rentabilidad que representan, se incrementarán y sus cultivadores tendrán un aumento de ingresos. Por un lado, los tejedores de productos diversificados harán una constante demanda, que pagarán mínimo al precio que compran en Cauca y Nariño y segundo con la aplicación de planes de manejo para obtener semillas resistentes a la estrella y a la macana, plagas que atacan al fique, se obtendrán mayor número de toneladas por hectárea. El fique tiene grandes ventajas frente a otros cultivos, es resistente a heladas y sequías, no exige tecnologías costosas, con un buen manejo es de gran duración; es una fibra biodegradable con múltiples usos: fabricar materiales de construcción, aglomerados y abonos entre otros.

La conservación y ampliación del cultivo del fique se acompañará con un programa de capacitación de manejo ambiental para erradicar la contaminación de los cuerpos de agua, que ocurre en el proceso de lavado del fique.

Considerando que el estado del conocimiento actual de las especies vegetales relacionadas con el proyecto, es aún muy insipiente y por lo tanto no puede satisfacer los requerimientos de la información solicitados en este componente, se presenta a manera de modelo la información de la Iraca y especies tintoreas en Nariño, haciendo la salvedad de que esta es una de las pocas especies de uso artesanal que ha podido generar en el país procesos de investigación que nos permiten satisfacer los requerimientos de los términos de referencia:

Diseño y desarrollo de sistemas agroforestales para producción de iraca (*Carludovica palmata*) y especies tintoreas en Nariño

Problema: Escasez de materia prima de iraca y colorantes naturales de buena calidad para la elaboración de productos artesanales competitivos en el mercado.

Causas: Disminución en la producción regional (por superficie de área, por número de plantas, por la baja rentabilidad del cultivo, por falta de asesoría y estímulos para los productores, reemplazo de iraca por cultivos de pan coger, poca cohesión entre productores).

Consecuencia: Mala calidad de los productos elaborados por las artesanas, dependencia de materia prima procedente del Ecuador, disminución en la producción regional de Artesanías.

Los municipios como Linares, San Pablo y demás municipios de Nariño dedicados al cultivo y a la artesanía de la palma de iraca, son municipios que poseen una zona netamente agrícola con predominio del minifundio. Allí se registran índices de extrema pobreza, el 40% de la población tiene necesidades básicas insatisfechas, el 16.8% vive en condiciones de miseria y el analfabetismo alcanza el 28%. El alto grado de desempleo que obliga a las personas a buscar alternativas económicas, entre las cuales, la artesanía tiene gran importancia. Los cultivadores de iraca en este momento no cuentan con ningún tipo de asociación.

La actividad artesanal en Nariño tiene un obstáculo para mejorar su competitividad, relacionado con la incipiente producción de la materia prima (iraca-paja toquilla). Esta materia prima, utilizada por miles de pequeñas artesanas de los municipios de Linares, Sandoná, Consacá, Ancuya, y otros, provienen principalmente de Linares, donde existen 220 agricultores que cultivan aproximadamente 300 Ha. de Iraca y que comercializan la materia prima en las cabeceras municipales. Ultimamente ha ingresado gran cantidad de paja toquilla desde el Ecuador para ser vendida a los artesanos de Nariño, debido a la escasez de la misma en el Departamento.

El cultivo de la palma de iraca en Nariño no se presenta con dedicación exclusiva sino que se produce en forma silvestre y complementaria. En la actualidad no se tienen asociaciones de agricultores, planes o programas tendientes a organizar la producción. Los cultivos existentes en parcelas de agricultores son muy antiguos y con poco mantenimiento, hay poca asistencia técnica para incrementar su productividad y los sistemas agrícolas donde se desarrollan son poco sostenibles en términos agroecológicos.

Objetivo General:

Incrementar la producción de materia prima de iraca y colorantes naturales de buena calidad mediante el desarrollo de cultivos agroforestales en el departamento de Nariño

Objetivos Específicos:

- Fortalecer la organización de los cultivadores en los municipios productores de iraca en Nariño
- Recuperar y validar los conocimientos tradicionales sobre cultivo y manejo de iraca y especies tintoreas entre los productores de Nariño
- Reconvertir los cultivos de iraca existentes a sistemas agroforestales diversificados con especies colorantes y de pan coger.
- Expandir la producción de iraca en Nariño mediante la implementación de nuevos cultivos en arreglos agroforestales.
- Incentivar otras formas de aprovechamiento del cultivo de iraca como fuente de alimento, medicina, utensilios de uso familiar y protectora de cuencas.
- Valorar económicamente la producción de iraca con el fin de estimular entre productores y entidades, el fomento a la misma.

PRINCIPALES CARACTERISTICAS DEL GRUPO OBJETIVO.

Se pueden considerar dos grupos objetivo: los agroecosistemas a los cuales pertenece la iraca y la población de productores.

Los agroecosistemas-cultivos de iraca: Son aproximadamente 300 Ha. cultivadas con bastante antigüedad y escaso mantenimiento que requieren mejoramiento en la calidad del sistema (diversificación, fertilización suelos, aprovechamiento sostenible, renovación y propagación). La iraca (*Carludovica palmata*), pertenece a las siguientes categorías taxonómicas (Reino: Vegetal, División: Espermatofita, Subdivisión: Angiosperma, Clase: monocotiledoneas, Orden: Synantha, familia: Cycolanthaceae).

La iraca es una planta perenne silvestre que se reproduce en su medio natural por emisión de hijuelos que generan sus rizomas y aún por semillas, originando grandes macollas y tupidas manchas en terrenos colonizados por ella. En cultivos artificiales se propaga por colinos y semillas. Una planta de iraca puede emitir una hoja nueva cada mes. Es una planta muy exigente de agua. El mejor momento para cosecharla es cuando la lámina de la hoja que sale está plegada, formada por cuatro lóbulos que se identifican cuando la hoja está abierta. Las semillas son de color blanco- marfil de 2 a 3 mm de diámetro con cierto contenido de aceite. Un gramo de semillas contiene un promedio de 1.750 semillitas. La iraca es nativa del continente americano, se encuentra desde Guatemala hasta Perú, Bolivia, Ecuador, Venezuela y Colombia. (Iglesias, L.E.; 1999). La iraca crece en gran diversidad de suelos, altamente resistente a factores limitantes del sustrato pero requiere alta humedad. El clima apto para su desarrollo es el clima cálido, entre los 1.000 y 1.800 m de altitud, (pero se puede encontrar distribuida naturalmente desde los 250 m de altitud), a temperaturas entre los 22 y 25 Grados Centígrados y precipitación pluvial de 1.500 mm. Se desarrolla mejor en las riberas de los ríos y bajo sombra. La iraca tiene un valor comercial de acuerdo a la región donde se produce: Hay lugares donde la hoja abierta la utilizan para hacer ranchos, para transportar productos agrícolas, para cerrar la boca de los costales; el peciolo de la hoja hendido y secado se utiliza para hacer canastos, los cogollos semiabiertos, para hacer escobas de barrer y blanquear con carburo.

Las hojas de iraca antes de abrir son llamadas cogollos y son los que se utilizan con un proceso de ripia y asoleada para las artesanías. Los cosecheros de esta fibra (paja toquilla) los presentan al mercado por mazos de 28 cogollos. Los sincarpios (infrutescencias) de la iraca son utilizados en decocción como hemostático en hemorragias internas y externas. Los cogollos tiernos de color blanco-amarillento se utilizan como alimento, conocido como nacuma o palmito. (Iglesias, 1.999) La ventaja de la reproducción por semilla sexual es que se pueden obtener hasta 40.000 plantas de una sola infrutescencia. Otra forma de propagación es por colinos y ñames: los primeros se pueden sembrar directamente en el sitio definitivo con buen riego y los segundos deben colocarse en bolsas de polietileno para emisión de rebrotes y pueden ser transplantados a los tres meses. Hasta ahora no se conocen plagas o enfermedades con ataques severos, solo palometas y chupadores que se han controlado con basudín.

El corte de cogollos se puede realizar en cualquier estación, desde que tenga 60 cm. en adelante y que no haya empezado a abrir. Algunos corteros prefieren cosechar en menguante. Luego viene el beneficio y ripiada. (Iglesias, 1.999) La producción de plantas colorantes es muy incipiente, se encuentra relegada a pocos individuos en las viviendas de algunas familias o se encuentran en estado silvestre en poca cantidad y con escasas técnicas de procesamiento reconocidas.

La población de productores de iraca:

Los municipios como Linares, San Pablo y demás municipios de Nariño dedicados al cultivo y a la artesanía de la palma de iraca, son municipios que poseen una zona netamente agrícola con predominio del minifundio. Allí se registran índices de extrema pobreza, el 40% de la población tiene necesidades básicas insatisfechas, el 16.8% vive en condiciones de miseria y el analfabetismo alcanza el 28%. El alto grado de desempleo que obliga a las personas a buscar alternativas económicas, entre las cuales, la artesanía tiene gran importancia. Los cultivadores de iraca en este momento no cuentan con ningún tipo de asociación.

Enumeración de Alternativas:

Alternativa 1:

-Apoyo a 220 productores con el suministro de semilla y asistencia técnica a para incrementar la producción de iraca y especies colorantes en sus parcelas, mejorarla calidad ambiental y productividad de sus agroecosistemas con su conversión a sistemas agroforestales.

Alternativa 2:

-Fortalecer la organización de 220 productores de iraca en Nariño en un proceso de recuperación de conocimientos y potenciales tradicionales y el diseño participativo de sistemas agroforestales para la producción de iraca que incremente su independencia y la rentabilidad de la producción.

-Validar y ampliar los cultivos agroforestales de iraca con arreglos que incluyan especies de uso artesanal, colorantes, alimenticias y medicinal.

-Valoración económica y ambiental de la producción de iraca en sistemas agroforestales sostenibles que estimule su conservación por los agricultores y apoyo de las entidades.

DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES PLANTEADAS PARA DESARROLLAR LA ALTERNATIVA No. 2

Actividad 01: Descripción:

-Taller de concertación y sensibilización para la organización de la asociación de productores

Insumos y recursos necesarios: Transporte refrigerios, materiales didácticos, material audiovisual, papelería.

Actividad 02: -Taller de capacitación para el fortalecimiento de la asociación y gestión de proyectos productivos

Insumos y recursos necesarios: Transporte y refrigerios, materiales didácticos, material audiovisual, papelería.

Actividad 03: Descripción:

Taller diagnóstico y caracterización agroecosistemas actuales y conocimientos / prácticas tradicionales

Insumos y recursos necesarios: Transporte y refrigerios, Encuestas, grabadora, cassetes, cámara fotográfica y rollos, papelería, marcadores, filmadora, equipo de campo (libretas, metro, lazo, herramientas, etc)

Actividad 04: Descripción:

Taller de diseño participativo de fase experiencial para arreglos agroforestales de cultivo de iraca y especies asociadas

Insumos y recursos necesarios: Transporte y refrigerios, papelería, marcadores, proyector, vhs, diapositivas,

Actividad 05: Descripción:

Desarrollo fase experiencial: cultivo, fertilización, diversificación, tomas de datos, creación de semilleros,

Insumos y recursos necesarios: Transporte y refrigerios, cámara fotográfica, rollos, filmadora, fichas para toma de datos, semillas, plástico, madera, clavos, lazos, herramientas,

Actividad 06: Descripción:

2 Intercambios de semillas y conocimientos sobre uso y manejo de iraca y especies asociadas

Insumos y recursos necesarios: Transporte y refrigerios, material audiovisual, herramientas de campo, semillas, ollas y fogon,

Actividad 07: Descripción:

Visitas de seguimiento y asistencia técnica a productores con acompañamiento UMATAS

Insumos y recursos necesarios: Transporte, fichas, equipo de campo e insumos agropecuarios.

Actividad 08: Descripción:

5 Talleres seguimiento y evaluación fase experiencial- Asesoría técnica.

Insumos y recursos necesarios: Transporte, fichas de seguimiento y evaluación, material y equipo audiovisual (proyector, vhs, diapositivas, videos) papelería,

Actividad 09: Descripción:

Taller valoración económica iraca

Insumos y recursos: Transporte, documento evaluación fichas de seguimiento, equipo audiovisual, papelería.

Actividad 10: Descripción;

Sistematización, análisis y redacción- publicación informe final y materiales de divulgación: Equipo cómputo: (scanner, impresora, software), papelería, material fotográfico

V. INDUSTRIA ARTESANAL

DESCRIPCIÓN DEL PROCESOS DE PRODUCCIÓN

La siguiente es la clasificación de los productos artesanales por oficio :

TRABAJOS EN CERAMICA:

Alfarería: Por tradición, se le da este nombre a trabajos de tipo relativamente rústico, de manera exclusiva en barro y con una sola cocción para la elaboración de vasijas y figuras. Para la construcción de piezas se aplican las técnicas de moldeado, modelado en rollo y torneado. La materia prima se prepara moliendo o macerando la tierra hasta su mayor grado de pulverización.

Cerámica y porcelana: Es la actividad tradicional de producción de objetos de alta calidad y excelente acabado en arcilla cocida. La arcilla es previamente mezclada con desengrasantes y se le aplican elemento minerales y químicos para mejorar su presentación. Se utilizan técnicas como grabado, calado, incisión, aplicación, incrustación, pintura directa o por negativo.

● TRABAJOS EN TEJEDURÍA:

Tejeduría en telar: Mediante el manejo de hilos flexibles de diferentes calibres, a través del entrecruzamiento ordenado, sencillo o combinado, con trama y urdimbre, se obtienen piezas de diferentes clases según los materiales de los hilos. Se destaca el uso de telares de marco y/o armazón clasificados entre verticales o de marco y horizontales o de pedales.

Tejidos: Es el entrecruzamiento o anudado de uno o más hilos o fibras realizado directamente a mano o con agujas, en telares pequeños de marco o de cintura.

Aplicaciones en tela: Consiste en la elaboración de objetos útiles y especialmente decorativos, realizados mediante la unión y superposición de telas o retazos con la técnica de costura a mano o máquina de coser.

Cordelería e hilandería: Actividad mediante cuyos procesos de escarneo, combinación de materiales, peinados, estirado, torcido o trenzado a mano o con implementos especiales se obtienen fibras, hilos o cordones rústicos y finos, sogas, lazos, cabuyas, para los cuales se utilizan algodón, lana, seda, fique, moriche y otros.

Cestería: Se distingue de las demás especialidades por la aplicación de fibras duras, contrario al uso de fibras blandas de las demás especialidades. Consiste en la elaboración de objetos mediante la disposición ordenada y estructurada de materiales vegetales duros como el bejuco, cañas, hojas, tallos, etc.

Sombrerería: Es la elaboración de sombreros mediante diversas técnicas, entre las que se destacan el cruce a mano de fibras para construir directamente el producto y la elaboración de trenzas y rollos con los que se arma el objeto uniendo el material por sus bordes sobremontados y en movimiento espiral, sujetos mediante costura o hilvanado.

❶ TRABAJOS EN MADERA:

Carpintería: Oficio de producción de una gama de objetos en madera de muy diversas clases y diferentes tipos de acabado, mediante procedimientos técnicos como corte, talla, labrado, torneado, calado, cepillado, armada y pegado cuyo diseño sigue los imperativos de la funcionalidad del producto. Cubre toda una gama de producción, que va desde las carrocerías hasta silleterías y utensilios de trabajo.

Ebanistería: Especialidad del trabajo en madera a través del cual se elaboran muebles en maderas finas, especialmente en ébano. El diseño aplicado en sus productos se ciñe especialmente a los determinantes de la estructura de los objetos, pero rebasa la rigidez funcional, para destacar aspectos de tipo estilístico. Se utilizan herramientas para el labrado, torneado, pulimento y armada. Se cuentan herramientas como garlopas, cepillos, pulidoras, brillamarquines, formaleta, martillos, etc. Los productos característicos que se elaboran con esta técnica cubren toda una gama de mueblería fina.

Calado: Es una especialidad de carpintería y ebanistería, consistente en la decoración de objetos de madera, mediante la hechura de cortes transversales en las tablas en que se elaboran, como elemento decorativo, principalmente cortes de partes que se hacen siguiendo el diseño gráfico de una figura, elaborado directamente sobre la madera o preestablecido en un papel.

Talla: Trabajo en maderas duras y blandas, materiales de frutos vegetales y en elementos líticos como piedra, mármol, obsidiana, caliza y otras, a los cuales se extraen bocados por percusión o cincelados, fricción y pulimento hasta ir diseñando la figura o cuerpo del objeto deseado.

Torneado: En el sector artesanal está especializado en el arreglo de la madera, mediante el que se elaboran piezas o productos circulares, generalmente columnas, vajillas, recipientes y juguetes. Los productos característicos son, entre otros, los platos, pocillos, ensaladeras, cocas, joyeros, etc.

Trabajos en Bambú: Se refieren a la producción de objetos con estructura por armazón, cuyos procesos de elaboración requieren acciones de cortes y perforaciones hechos en puntos fijados sobre medidas para la ejecución de empates o ensamblajes por presión y ajustes con cuñas. En ocasiones se combina con guadua, material al que se da un tratamiento muy semejante cuando se trata de producción artesanal, razón por la que se encuentran asociados.

Barniz de Pasto: Es el trabajo de aplicación de telas de contextura elástica, elaboradas con sustancias vegetales extraídas del árbol mopamopa. Las sustancias se procesan con técnicas de maceración, molido y cocción para su conversión y se aplican sobre superficies principalmente de madera. Se

destaca la decoración de figuras de aves y otras imágenes; se decoran bandejas, platos, licoreras, cofres y jarrones.

Enchapado en Tamo: Consiste en el revestimiento decorativo, con fibras vegetales, especialmente el tamo, tallo de la espiga de trigo, previamente arreglado en laminillas y aplicadas con pegantes directamente sobre las superficies de los objetos a decorar. La tarea no consiste en un sistema de incrustación sino de pegado decorativo.

Taracea: Técnica que consiste en la incrustación de materiales de origen vegetal o mineral, dispuestos decorativamente sobre superficies, generalmente de madera; esta técnica proviene de los Árabes

Trabajos en Tagua: Producción artesanal tradicional mediante la que se elaboran objetos decorativos, generalmente miniaturizados, y en las que, regularmente, se utiliza el material vegetal llamado corozo o marfil vegetal, comúnmente conocido como Tagua. Su decoración es complementada con aplicación de colores.

❶ TRABAJOS EN VIDRIO:

Vidriería: Es el manejo del vidrio mediante técnicas de soplado, modelado, moldeado, tallado y recortado. Es la producción de objetos en vidrio previamente fundido a gran temperatura.

❷ OTROS TRABAJOS

Cerería: Elaboración de objetos útiles y decorativos con sustancias viscosas, semiduras de color amarillo, de origen animal o vegetal, moldeables a baja temperatura. Son comunes la cera de abejas y la parafina. Se incluyen los productos elaborados en cebo o estearina de res y otros animales corpulentos. Se utilizan técnicas de ablandamiento y licuado de sustancias.

MATERIAS PRIMAS

Los recursos naturales ofrecen una amplia gama de productos, que se constituyen en la materia prima básica para la transformación artesanal mediante la utilización de diferentes técnicas.

Es importante definir pautas básicas de manejo sostenible de recursos naturales, de tal forma que estos puedan ser aprovechados con toda su potencialidad a través del tiempo, favoreciendo su renovabilidad y multiplicación, disminuyendo así el impacto en los ecosistemas.

Estudios efectuados por Artesanías de Colombia indican que aproximadamente el 80% de la actividad artesanal en Colombia hace uso de materias primas extraídas de los ecosistemas naturales. Hasta el

momento se ha establecido que no menos de 500 especies vegetales revisten interés para la actividad artesanal, bien pudiendo duplicarse esta cifra, dado el potencial existente en las especies vegetales del país, lo cual ha sido poco estudiado. Para el caso de especies de fauna y otros recursos, la cantidad potencial de especies aún no se ha determinado, pero hay perspectivas promisorias al respecto.

El trabajo básico define sistemas de aprovechamiento sostenible de recursos naturales renovables, fundamentados en el conocimiento del desarrollo de cada especie (ciclo vital) y, sobre todo, sistemas de regeneración del recurso que asegura la renovabilidad del mismo. Se debe dejar atrás la concepción de que los recursos son inagotables y que se renuevan solos, hay que tener conciencia de que es necesario incluir sistemas de manejo que ayuden a las especies a perdurar en el tiempo.

El **objetivo general** de este componente en el proyecto es apoyar la labor del artesano, mediante el desarrollo de trabajos básicos sobre especies vegetales, brindándole el conocimiento necesario sobre los recursos naturales utilizados como materia prima para el desarrollo de su actividad, en especial sobre manejo y renovabilidad de los mismos

Objetivos específicos

- ◆ Proponer y desarrollar un marco general de investigación básica sobre recursos naturales con potencial artesanal.
- ◆ Generar investigación básica sobre características particulares de desarrollo (ciclo vital) de recursos naturales renovables utilizados en la actividad artesanal.
- ◆ Desarrollar un sistema de información básica que divulgue los resultados obtenidos en las investigaciones adelantadas.
- ◆ Incluir la variable de sostenibilidad y aprovechamiento racional de los recursos naturales en la actividad artesanal.
- ◆ Mejorar los sistemas de aprovechamiento de materias primas que se utilizan actualmente de tal forma que se hagan más eficientes, con posibilidad de generar nuevas técnicas de manejo.

Políticas Nacionales relacionadas con el componente de materias primas

Dentro de los programas de pequeña propiedad y economía solidaria, se hace referencia a la importancia de invertir recursos para promover la recuperación de especies vegetales utilizadas como materias primas en la actividad artesanal; igualmente, se menciona la necesidad de brindar asistencia técnica a los artesanos en cuanto al desarrollo de tecnologías y utilización de materias primas. Artesanías de Colombia está facultada para impulsar proyectos especiales en infraestructura de servicios técnicos y de organización productiva.

El Plan Nacional para la Microempresa, con la participación del Sena puede apoyar iniciativas de capacitación microempresarial; estos programas se refuerzan con los de Economía Solidaria, que ofrecen la oportunidad de apoyo al desarrollo rural y capacitación al microempresario.

El proyecto general aquí presentado y los subproyectos que de él se deriven, se pueden articular perfectamente con los programas de seguridad social integral, en especial los de atención a la tercera edad y la prevención y atención de la discapacidad. Entidades como el ICBF y el programa de Empleo Urbano de Emergencia, pueden apoyar las iniciativas de ocupación laboral artesanal de estos grupos poblacionales. El Ministerio de Salud, por su parte, puede contribuir a esta labor con programas de aplicación de mecanismos operativos de prevención y desarrollo de tecnologías adecuadas. La integración de la mujer a estos procesos también es perfectamente viable, más si se considera que el 74 % de la mano de obra artesanal es femenina.

La Política para Minorías Étnicas puede también articularse con el presente proyecto, ya que propone el estudio y aplicación de las tecnologías y conocimientos desarrollados por las poblaciones indígenas y el impulso de sus iniciativas de preservación, aprovechamiento y manejo sostenible de los recursos naturales en sus territorios.

Esta misma Política para Minorías Étnicas propone el impulso de prácticas tradicionales de producción de las comunidades negras y creación de pequeñas empresas productivas que se identifiquen con el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales. El Plan Pacífico adelantará programas específicos para el desarrollo de estos sistemas de aprovechamiento.

La Política Nacional de Ciencia y Tecnología incluye como una de las estrategias el desarrollo y fortalecimiento de la capacidad nacional en ciencia y tecnología, que implica fortalecer el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología. A través de esta estrategia se puede articular el presente proyecto con los tres programas planteados:

- Formación de recursos humanos para la investigación y el desarrollo tecnológico.
- Creación y consolidación de centros de investigación.
- Integración a las redes internacionales de investigación y desarrollo tecnológico.

Otra estrategia dentro de la Política de Ciencia y Tecnología se refiere al desarrollo de las "redes de información", que pueden apoyar al sector artesanal en investigación, información y servicios tecnológicos, con la posibilidad de integrar en esta gestión a universidades y otras entidades generadoras de conocimiento.

Una tercera estrategia que en materia de ciencia y tecnología puede prestar un apoyo fundamental a este proyecto, es la de *generación de conocimiento para el desarrollo sostenible*, que pretende en uno de sus programas desarrollar y fortalecer la capacidad científica nacional para el conocimiento de los ecosistemas. Este programa impulsará la investigación de ecosistemas y biodiversidad, financiará la investigación en ciencias básicas complementarias como la biotecnología, impulsará el desarrollo de tecnologías y sistemas de producción sostenibles y fomentará la recuperación y aplicación del conocimiento de las comunidades tradicionales.

Una última estrategia de ciencia y tecnología, pretende integrar estas a la sociedad y la cultura colombianas, mediante programas de popularización, actividades científicas juveniles y articulación del país a redes de información.

Realmente esta Política de Ciencia y Tecnología ofrece múltiples posibilidades al desarrollo del proyecto de investigación básica que aquí se expone, más si se tiene en cuenta que los recursos de inversión en investigación aumentarán casi en un 100 %. Es necesario recordar que la inversión nacional en investigación científica y tecnológica pasará del 0,5 % del PIB al 1 % del PIB.

En las localidades que conforman este proyecto se han identificado especies vegetales de alto uso en la producción artesanal, así como recursos minerales, arcillas, metales preciosos y semipreciosos, piedras y cristales y recursos animales como el cuero y la lana.

En el cuadro que se presenta a continuación se relacionan 70 especies vegetales de uso artesanal en las localidades del proyecto, identificando el oficio en el que se usa, su nombre común, nombre botánico, familia y la parte de la planta que usa el artesano y la distribución geográfica.

No	ESPECIE	NOMBRE COMUN	DISTRIBUCION
1	Cyathea carasacana	helecho	Tolima
2	Cupressus sempervirens	cipres	Pais
3	Pinus patula	pino	Pais
4	Podocarpus gutemalensis	pino chaquiro	Putumayo
5	Podocarpus oleifolius	pino romeron, pino romerillo pino real	Putumayo Meta
6	Camnosperma panamensis	sajo	Nariño
7	Rhabdadenia biflora	lecho	Cauca
8	Thevetia peruviana	Cascabel, cobalonga	Huila
9	Schefflera morototoni	Cajeto, mano de oso, tortolo	Santander, Cauca, Meta
10	Helianthus annuus	girasol	Pais
11	Montanoa cudrangularis	coya negra, majuyo, arboloco	Huila, Nariño, Tolima, Cauca
12	Alnus acuminata	aliso	Pais
13	Pseudobombax septenatum	Beldaco, ceibo	Nariño, Tolima
14	Cecropia	yarumo	Putumayo
15	Mora megistosperma	nato	Nariño
16	Clusia multiflora	guande	Nariño
17	Symphonya globulifera	tometo, marro	Nariño
18	Curatella americana	Chaparro, mantecoyuco	Huila, Meta, Tolima
19	Croton glabellus	Algayubo, pulvide	Tolima, Nariño
20	Erytheryma rubrinervia	poroto	Putumayo
21	Quercus humboldtii	roble	Pais
22	Juglans neotropica	nogal	Pais
23	Couroupita guianensis	maraco	Guaviare
24	Eschweilera amazonica	fono blanco	Caqueta

25	<i>Cedrales montana</i>	cedro	Pais
26	<i>Cedrelinga catenaeformis</i>	achapo	Caqueta
27	<i>Pithecellobium guchepele</i>	igua	Huila
28	<i>Brosimum guianense</i>	maquenque	Nariño
29	<i>Ficus maxima</i>	acedero	Huila, Tolima, Caqueta
30	<i>Poulsenia armata</i>	damagua	Nariño
31	<i>Virola sebifera</i>	Guanabillo, sangre de toro	Meta
32	<i>Duroia hirsuta</i>	Soliam, turmaemico	Putumayo
33	<i>Eleagia pastensis</i>	mopa mopa	Putumayo
34	<i>Salix viminalis</i>	mimbre	Pais
35	<i>Sapinudus saponaria</i>	jaboncillo	Bolivar
36	<i>Manilkara zapota</i>	nispero	Tolima
37	<i>Guzama ulmifolia</i>	guacimo	Bolivar
38	<i>Sterculia apetala</i>	zapato	Santander
39	<i>Furcracea cabuya</i>	fique	Pais
40	<i>Bactris gasipaes</i>	cachipay	Tolima
41	<i>Iriartea deltoidea</i>	bombona	Putumayo
42	<i>Mauritia flexuosa</i>	moriche	Meta
43	<i>Oenocarpus bataua</i>	Milpeso, palma lechera, unamo	Caqueta, Putumayo, Meta
44	<i>Socratea exorrhiza</i>	zancona	Guaviare
45	<i>Canna coccinea</i>	achira	Huila
46	<i>Canna indica</i>	buria	Putumayo
47	<i>Carludovica palmata</i>	iraca	Cauca, Nariño, Putumayo
48	<i>Thoracocarpus bissectus</i>	puño wasca	Putumayo
49	<i>Scirpus californicus</i>	tatora	Putumayo
50	<i>Andropogon bicornis</i>	pasto elefante	Nariño
51	<i>Aulonemia queco</i>	tunda	Cauca
52	<i>Bambusa vulgaris</i>	bambú	Pais
53	<i>Guadua angustifolia</i>	guadua	Pais
54	<i>Phyllostachys aurea</i>	bambú	Pais
55	<i>Rhipidocladum harmonicum</i>	gaita	Nariño
56	<i>Smilax floribunda</i>	bejuco negro	Nariño
57	<i>Furcracea cabuya trelease</i>	fique	Huila
58	<i>Triticum aestivum</i>	trigo	Nariño
59	<i>Verbena officinalis</i>	vervena	Bolivar
60	<i>Hymenaea Courbaril</i>	algarrobo	Cauca
61	<i>Nectandra sp</i>	amarillo	Caqueta
62	<i>Swietenia macrophylla king</i>	Caoba, granadillo	Caqueta
63	<i>Cedrela odorata</i>	cedro	Caqueta
64		cachajo	Cauca
65	<i>Pyrenoplyphis major</i>	Chonta, macana	Putumayo
66	<i>Junglas regia neotropica</i>	nogal	Cauca
67		palo de boya	Putumayo
68		palo de balso	Putumayo

69	Tabebuia pantephyllia	Roble, flormorado	Huila, Cauca
70		urapan	Putumayo

VI. ASPECTOS ORGANIZACIONALES.

Para desarrollar este proyecto es preciso hablar de la articulación de la cadena productiva de la artesanía.

Esto quiere decir que es necesario trabajar en cada una de las etapas de producción, así:

En la producción de materias primas con la vinculación de pequeños propietarios para la multiplicación, el cultivo o la extracción de materias primas capacitándolos, pero sobre todo organizándolos, bien sea en empresas comunitarias, cooperativas o asociaciones de agricultores dedicados a esta actividad primaria fundamental para el desarrollo de la industria artesanal.

En la elaboración de objetos artesanales es preciso la conformación consolidada de la empresa de producción existente, fortaleciendo su capacidad de gestión empresarial preparándola para ofrecer respuestas oportunas al mercado.

A nivel de comercialización, vinculando a productores y a empresarios especializados, mediante estrategias que permitan disminuir el número de intermediarios en la cadena, aprovechando eso sí, la experiencia de quienes ya están vinculados en el negocio.

Este proyecto de desarrollo cuenta con el acompañamiento de Artesanías de Colombia y el compromiso regional de los fondos Mixtos, empresas de carácter departamental, ONGs interesadas en la promoción del sector y las empresas artesanales organizadas en cooperativas, asociaciones, empresas comunitarias y empresas de trabajo solidario y familiares que en este momento con el proyecto se formalizarán en unos casos y se fortalecerán empresarialmente, en otros.

De igual manera, a nivel local se cuenta con el apoyo de Alcaldías, Juntas de Acción Comunal, las cuales están articuladas al proyecto.

Para desarrollarlo se requiere de empresas flexibles conformadas al rededor de un proyecto; organizaciones de base de amplia participación comunitaria en las cuales como en todas las empresas el derecho a la participación está en función a su capital.

En este caso, su capital social asegura que sea el oficio, que todas las empresas agrupen única y exclusivamente a personas con conocimiento del oficio y cuyo interés sea el de desarrollarse personalmente a través de los proyectos productivos concebidos para atender las exigencias del mercado. Es conveniente que sean empresas comunitarias, por cuanto el volumen, la necesidad de interlocución fluida, la capacidad de respuesta oportuna y la economía de escala así lo ameritan.

Para lograr ésto, Artesanías de Colombia ha desarrollado una metodología de capacitación particularmente en la formulación de proyectos, las cuales son garantía de éxito de esta propuesta.

ANALISIS ORGANIZACIONAL:

Una de las principales fortalezas de Artesanías de Colombia S.A. es su Recurso Humano, la mayor parte de éste constituido por profesionales con post grado en diferentes áreas. Las metas institucionales se buscan llevar a cabo a través del trabajo en equipo, el cual nos permite dar respuesta a los retos que nos impone la búsqueda del desarrollo del sector artesanal mediante la realización de convenios, proyectos y eventos comerciales. Los resultados se obtienen también gracias a la capacidad de adaptación al cambio y a la respuesta a situaciones de presión, así como a la creatividad de los grupos de trabajo.

El área comercial cuenta con seis especialistas en mercadeo, con experiencia en ventas y comercio internacional.

GERENCIA GENERAL

Tiene como funciones llevar la representación legal de la Entidad, dirigir la administración y funcionamiento de la entidad.

SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA

Planea, organiza y controla la ejecución administrativa, financiera, de recursos físicos y humanos a cargo de las unidades asignadas por parte de la entidad.

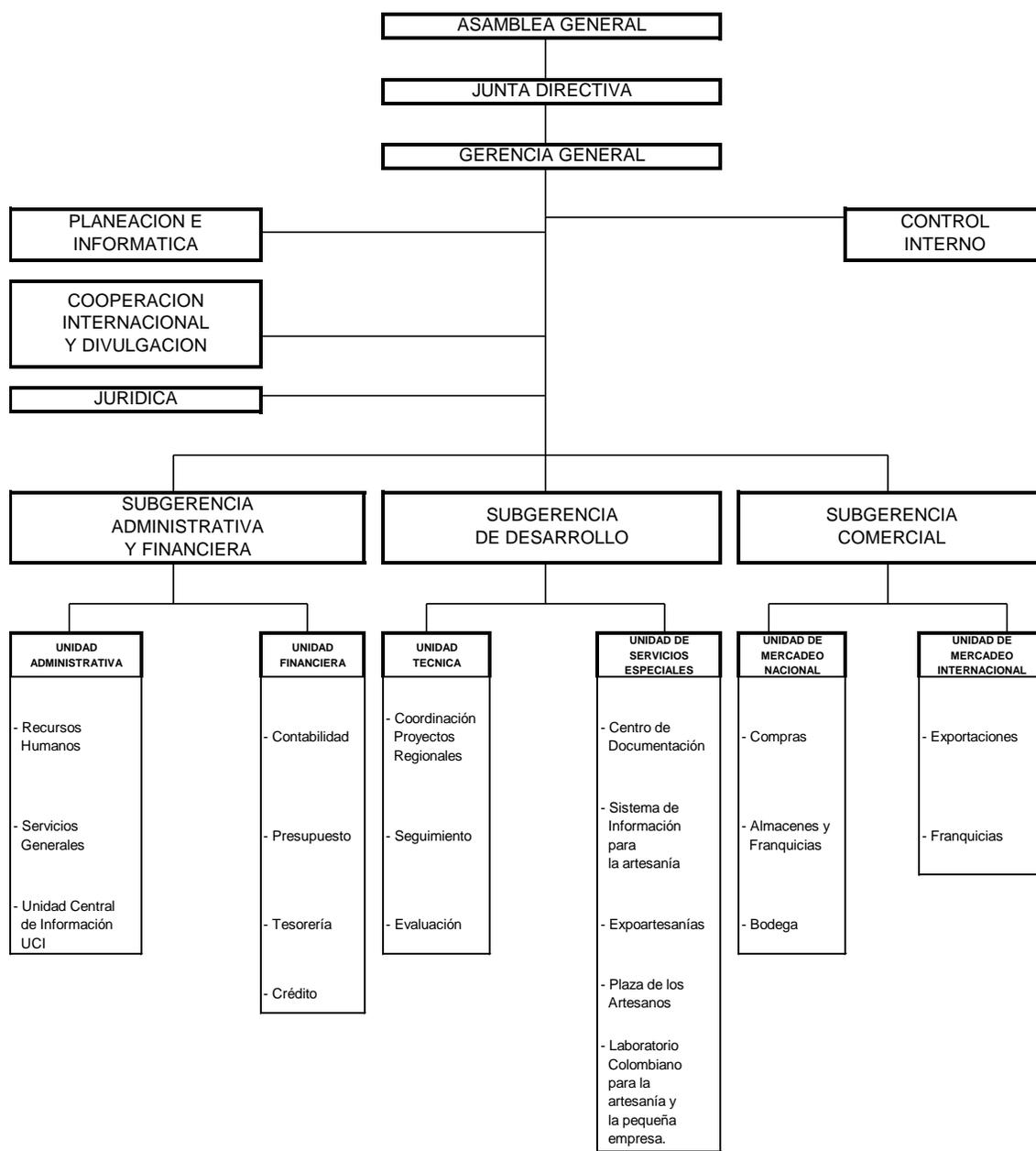
SUBGERENCIA DE DESARROLLO

Interviene en los procesos de fortalecimiento y estímulo de los grupos asociativos con el fin de mejorar la productividad y optimizar la utilización de los recursos. Define programas de formación y capacitación para el desarrollo de todas las etapas que intervienen en la producción, a saber: desarrollo de productos, mejoramiento tecnológico y control de calidad, sostenibilidad del medio ambiente, organización para la producción y realiza convenios con entidades públicas y privadas para el desarrollo del subsector.

SUBGERENCIA COMERCIAL

Planea, organiza y controla la ejecución de planes de comercialización a nivel nacional e internacional. Participa con las otras subgerencias en la organización de eventos en los cuales se expone y comercializan los productos artesanales.

ORGANIGRAMA ARTESANIAS DE COLOMBIA



Acuerdos de trabajo en las regiones del Proyecto

1. Fundación Microempresarial – MONTES DE MARIA. – Cauca.
2. Gobernación del Cauca, Fondo Mixto de Promoción de la Cultura del Cauca, Corporación de Turismo del Cauca, Cámara de comercio del Cauca. – Cauca.
3. Fondo Mixto de Promoción de la Cultura y las Artes del Caquetá, Gobernación del Caquetá, Alcaldía Mayor de Florencia, Cámara de Comercio de Florencia y Asociación Territorial de Promoción Turística del Caquetá. Caquetá.
4. Instituto Departamental de Cultura, Turismo y Bellas Artes del Caquetá, Alcaldía Mayor de Florencia, Asociación territorial de Promoción Turística del Caquetá, Cooperativa Financiera del Amazonas, COFINAM. – Caquetá.
5. Secretaria Departamental de Cultura del Huila. – Huila.
6. Gobernación del Huila y el Instituto Huilense de cultura. – Huila.
7. Cooperativa de mujeres para la promoción integral. Coopmujer. – Huila.
8. Cámara de Comercio de Pasto. – Nariño.
9. Cámara de Comercio de Pasto, Gobernación de Nariño, Alcaldía de Pasto, Contactar, Cesmag, Sena, Artesanos, Fondo Mixto de Cultura Nariño, Fucie, Fedanp, Acopi, y la Universidad de Nariño. – Nariño
10. Corporación asociación por el Tolima. – Tolima.
11. Gobernación del Guaviare, Fondo Mixto para la promoción de la Cultura y las Artes del Guaviare. – Guaviare.
12. Gobernación de Nariño, Cámara de Comercio de Pasto, Samaniego, Linares, Ancuya, La Florida, Ospina, Tuqueres y Sapuyes. – Nariño.

Personal de planta de Artesanías de Colombia.

CODIGO	NOMBRE	CARGO
52795345	FARFAN LEON GLORIA ANGELICA	APRENDIZ SENA
52795923	MARIN VILLAR ANA MARIA	APRENDIZ SENA
41497780	ARIAS PARADA ROSA BLANCA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO
17109281	REYES LUQUE JESUS ALFONSO	AUXILIAR ADMINISTRATIVO
19054511	BUITRAGO SILVA CARLOS EDUARDO	AUXILIAR ADMINISTRATIVO
19079407	LAZO MIDEROS MANUEL	AUXILIAR ADMINISTRATIVO
19274860	DEL CASTILLO MOLINERO GUILLERM	AUXILIAR ADMINISTRATIVO
19382403	SARMIENTO BELLO JAIRO	AUXILIAR ADMINISTRATIVO
2940143	FUNEME HECTOR ISAAC	AUXILIAR ADMINISTRATIVO
6755140	DAZA GELVEZ LUIS FRANCISCO	AUXILIAR ADMINISTRATIVO
79134872	ROMERO SAAVEDRA OSCAR ARMANDO	AUXILIAR ADMINISTRATIVO
41364989	CAYCEDO PEÑA ROSA HILDA	CONTROL INTERNO
24469020	DUQUE DUQUE CECILIA	GERENTE
11378928	MARROQUIN BUSTOS LUIS ALFONSO	PROFESIONAL
17048315	HERRERA RUBIO NEVE ENRIQUE	PROFESIONAL
20320475	SALGADO CASTILLO ANA VICTORIA	PROFESIONAL
23492621	MUÑOZ VARGAS EDA LUCIA	PROFESIONAL
24306508	RIVILLAS CARDONA MARIA CAROLA	PROFESIONAL

28878691	GONZALEZ CASTAÑO MARIELA	PROFESIONAL
39539139	PIÑEROS FERNANDEZ MONICA PATRI	PROFESIONAL
39687468	CORRADINE MORA MARIA GABRIELA	PROFESIONAL
41793793	MARTINEZ MIRANDA NOHORA MARIA	PROFESIONAL
46365824	PARRA ROJAS ANGELA ALICIA	PROFESIONAL
51698457	CORREDOR PUENTES NELLY EUGENIA	PROFESIONAL
51931626	MORENO TORRES GLORIA ISABEL	PROFESIONAL
63433369	GONZALEZ ARIZA JANNETH	PROFESIONAL
7441193	VEGA CAMARGO AZER DE JESUS	PROFESIONAL
79359909	IRIARTE POLANCO FELIPE	PROFESIONAL
27122390	CAJIAO DE RUAN ZITA LUCY	PROFESIONAL ESPECIALIZADO
32524165	SALAZAR GARCES MARIA GLADYS	PROFESIONAL ESPECIALIZADO
35319372	DIAZ LOPEZ LYDA CARMEN	PROFESIONAL ESPECIALIZADO
41387033	MARROQUIN DE NARVAEZ MARIA TER	PROFESIONAL ESPECIALIZADO
79105656	TORRES PERICO MILTON ILDEBRAND	PROFESIONAL ESPECIALIZADO
9525982	ORTIZ GERMAN	PROFESIONAL ESPECIALIZADO
24604266	VALLEJO RABA SARA ELISA	PROFESIONAL G1
52269790	DIAZ RODRIGUEZ GIOVANNA ALEXAN	PROFESIONAL G1
46366897	MUÑOZ FRANCO DORA YANETH	PROFESIONAL G2
51555464	ORTIZ PERALTA MARTHA	PROFESIONAL G2
20352075	SIERRA VILLAMIL AURORA	SECRETARIA
41322706	CANTOR TAUTA FLOR LIGIA	SECRETARIA
51587049	CARO PINZON YOLANDA DEL PILAR	SECRETARIA
51691569	LINARES CASTILLO MARIA IRMA	SECRETARIA
41356459	GARZON CABALLERO EMMA BEATRIZ	SECRETARIA EJECUTIVA
51737232	COLORADO BERNAL GABRIELA AUROR	SECRETARIA EJECUTIVA
12967913	BENAVIDES ERNESTO ORLANDO	SUBGERENTE
17156322	CARRILLO REINA LUIS ADRIANO JA	SUBGERENTE
91230710	GRANADOS PICON GERMAN	SUBGERENTE
19300061	POSOS CASTRO JUAN VICENTE	TECNICO
19458102	MERCHAN BARRERA EDGAR AUGUSTO	TECNICO
23548407	MUNEVAR DE CUBIDES GILMA	TECNICO
38243200	CEDIEL MEDINA CARMEN ROSA	TECNICO
39536564	AYALA ZAMBRANO MARIA MYRIAM	TECNICO
41343485	MEJIA FLORIAN FELICIA	TECNICO
41380046	ARIAS DE WALTEROS ANA SILVIA	TECNICO
41587121	SALAZAR DE MONTOYA LEONOR	TECNICO
51606632	DELGADO CONTRERAS LUZ HERMINDA	TECNICO
51723336	RAMOS ROZO GLORIA JEANNETTE	TECNICO
52006850	TUTA PENAGOS EDILMA	TECNICO
65710566	DAZA SALINAS CARMEN LETICIA	TECNICO
41606431	SALAZAR GARCIA ELIZABETH	TECNICO G1
9170759	ORTEGA GUZMAN MANUEL RAMON	TECNICO G1
19176503	SANCHEZ FUNEME CARLOS ALFONSO	TECNICO G2

Lista de Asesores en Diseño - Unida de Diseño de Artesanías de Colombia.

NOMBRE	PROFESIÓN
Aida Ximena Guerrero Palacio	Diseñadora Textil
Clara Ines Segura Infante	Diseñadora Textil
Elsa Victoria Duarte Saavedra	Diseñador Industrial
Federico Palacios Infante	Diseñador Industrial
Guido Adrian Bolaños Ortiz	Diseñador Gráfico
José Alexis Renteria	Diseñador Industrial
Leila Marcela Molina Caro	Diseñador Industrial
Lina Calderón Gallon	Diseñador Industrial
Liz Adriana Fetiva Santamaría	Diseñadora Textil
Luis Alejandro Rincón Diaz	Diseñador Industrial
Margarita Robayo Bello	Diseñadora Textil
Margarita María Spanger	Diseñadora Textil
María Antonia Martinez Melo	Diseñador Industrial
Maria Helena Uribe Velez	Diseñadora Textil
Ricardo Reyerros Navarro	Diseñador Industrial
Sandra Helena Uribe	Diseñador Industrial
Yilber Alfonso Gonzalez Reyes	Diseñador Industrial
Alicia Perilla Morales	Diseñadora Textil
Carlos Enrique Cortes Jaramillo	Diseñador Gráfico
Claudia Helena Gonzalez Vizcaya	Diseñadora Textil
Claudia Paola Otalora	Diseñador Industrial
Claudia Patricia Garavito Carvajal	Diseñadora Textil
Costanza del Pilar Arevalo	Diseñadora Textil
Edward Francisco Barragan M.	Diseñador Industrial
Fernan Arias Uribe	Diseñador de Joyas
Freddy Antony Valero Silva	Diseñador Industrial
Gina Patricia Franco Camargo	Diseñador de Interiores
María Fernanda Revelo Unigarro	Diseñador Industrial
Maria Luisa Castro Fernadez	Diseñadora Textil
Olga Quintana Alarcon	Diseñador Industrial
Patricia Valenzuela	Diseñadora Textil
Paola Costanza Cabrera Viancha	Diseñador Industrial
Rafael Botero Salas	Diseñador Industrial y de Modas
Nicolas Gomez	Diseñador Industrial
Yadira Olaya	Diseñador Industrial

● **ASPECTOS AMBIENTALES**

Análisis de impacto ambiental

El proyecto generará un impacto positivo toda vez que la reconversión y ampliación de sistemas de producción y uso y manejo del manejo silvícola extenderá sus beneficios a todos los sistemas ecológicos involucrados en el proyecto y sociales de manera integral, al verse incrementada la diversidad de especies y espacios de uso, propender por la conservación y propagación de la especies trabajadas se mejorará la calidad del suelo por el aporte de materia orgánica y por la protección frente a los factores como viento y lluvias fuertes. En algunas especies como la iraca y las plantas tintoreas mejorará su productividad neta. La diversidad de especies vegetales en los sistemas incrementará la diversidad de hábitats y alimento para las faunas nativas, ayudando al control natural de plagas y enfermedades. Los ciclos de agua serán mas efectivos al incrementarse la estratificación de los agroecosistemas, los que a su vez funcionaran como un corredor biológico para mamíferos y otros grupos de animales. A nivel económico y cultural, los agricultores, corteros, recolectores, procesadores y productores verán incrementados sus ingresos por venta y autoconsumo de los productos de sus cultivos o recursos silvícolas, mejorando su calidad de vida.

Habrá mayor sostenibilidad social, económica y cultural por la existencia de organizaciones formales e informales de diversa índole por medio de alianzas y creando sinergia con sus potenciales humanos y de recursos, evoluciona logrando la recuperación, aplicación y conservación de prácticas tradicionales y asimilando nuevas estrategias y técnicas para mejorar la calidad de vida y del ambiente. Los mecanismos de retroalimentación propios que se pueden desarrollar a lo largo del proyecto, aseguran con mayor posibilidad, la continuidad y el progreso en el trabajo de producción agroforestal y forestal. La valoración de conocimientos con respecto a la agricultura, silvicultura y la toma de decisiones al interior de las comunidades las fortalece, en la medida que se solucionan problemas de alimentación y otras necesidades primarias y se satisfacen las necesidades de materia prima para su desarrollo productivo artesanal.

Para aquellas especies vegetales que se encuentran en estado de escasez, se priorizarán controles institucionales, los sistemas de aprovechamiento y la organización de la oferta artesanal frente a la oferta del recurso, paralelo al repoblamiento y uso adecuado, procesos todos desarrollados todos en participación activa de los diferentes comercios involucrados

De otro lado los programas y proyectos de economía campesina y carácter ambiental impulsados por los municipios y departamentos, así la producción artesanal entraría a integrarse a estos proyectos ambientales con una polivalencia de funciones dado que las diferentes especies a repoblar con la dirección de los planes de manejo ambiental tienen utilidades múltiples de tipo ecológico (recuperación de microcuencas, control de la deforestación, erosión), de tipo económico al ser insumos para la

producción artesanal, de tipo social y cultural ya que se utilizan como elemento para construcción de vivienda, alimento especialmente animal, medicina tradicional y componente importante paisajístico.

Igualmente, la aplicación de innovaciones y desarrollo tecnológico está inscrita dentro de planes articulados con la utilización de tecnologías limpias y reducción de contaminantes atmosféricos, hídricos y edafológicos resultantes de la apropiación de técnicas tradicionales en el manejo de materias primas y de la transferencia de métodos y procesos experimentados en otros lugares.

• **ASPECTOS FINANCIEROS**

A continuación se incluyen los estados financieros que reflejan: Plan de Inversión, Flujo de caja, proyecciones costos de producción, proyecciones de ingresos y fuentes de financiación y uso de los fondos, lo cual refleja la viabilidad del proyecto desde el punto de vista económico por el impacto que va a tener en las comunidades y la rentabilidad social para una región que tanto necesita del estado.

A continuación se anexa:

- **Plan de Inversión**
- **Flujo de caja**
- **Proyecciones costos de producción**
- **Proyecciones de ingresos**
- **Fuentes de financiación**

• ***ASPECTOS ECONOMICOS Y SOCIALES***

Se seleccionaron 3.662 beneficiarios, contando con agricultores que se ocupen del uso, conservación y multiplicación de materias primas usadas en la artesanía y artesanos que conocen el oficio.

Se cuenta con las organizaciones de productores que existen, independientemente que los mismos sean formales o informales y la continuación de la gente de participar en el proyecto.

Los beneficiarios del proyecto son familias con compromisos que hoy por hoy desarrollan actividades de extracción de materia primas para el uso de la artesanía, como trabajo marginal y que de alguna manera permitirá mejorar sus ingresos, si se vincula a este proyecto que busca el desarrollo económico y social de una población marginada de la región seleccionada.

Los compromisos de participar en el proyecto es porque están dispuestos a asumir un programa de producción, en la medida que haya quien asegure la compra de la producción de los productos, lo cual se logra con el desarrollo de la cadena de producción.

Para el caso de los artesanos o empresarios de la artesanía, el criterio de selección en el conocimiento de alguna técnica; de un oficio específico, el cual como es tradicional en nuestro país fue desarrollado o se aprendió de generación en generación.

Los sitios elegidos para trabajar en el proyecto es porque allí hay una mayor contribución, la cual permitirá un mayor impacto en el corto plazo.

Lo anterior por cuanto si bien hoy la producción transcurre a nivel familiar y existen formas incipientes de organización, en algunos casos más con el concepto gremial que de producción y comercialización es necesario trabajar para lograr un impulso a una actividad que mediante la transformación de materias primas agregaría valor, mejoraría los ingresos de la gente y se convertiría en una alternativa de ocupación continua encontrando así un verdadero camino para el desarrollo económico y social de esta región.

La generación de ingresos será proporcional al esfuerzo que se realice para articular la cadena de producción y se consigan las metas de ventas de los nuevos productos elaborados por estas comunidades:

En los dos primeros años estaríamos hablando de lograr ocupación para 3.662 personas, número que crecería en la medida que las empresas de producción se articulan a la economía del mercad.

La experiencia de Artesanías de Colombia en trabajar de esta naturaleza en regiones similares a la estudiada ha demostrado crecimientos en el nivel de ingresos hasta de un 500% y lo mismo que a su capacidad de producción, es el caso de la zona del Gran Cumbal en tres años, su capacidad de

producción creció en un 800%, producto del manejo del concepto de integridad, el cual implica que la par que se trabaja con la gente, se mejora el producto, sus procesos de producción y la tecnología.

Un análisis de los beneficios frente a los costos del proyecto, en el entendido que lograríamos impactos similares a la de otras experiencias. Indicaría que el el país recuperaría su inversión en un período de cinco años y en adelante iniciaría un proceso de generación de riqueza para Colombia.

PLAN DE TRABAJO

El plan de trabajo corresponde a las actividades que están descritas y costeadas en el proyecto, depende del flujo de fondos.

Para esto está planteado un esquema de desembolsos trimestral, con lo cual el FIP podría revisar en detalle la actividad en ese periodo de tiempo y al final habría un informe, el cual a su vez incluiría el horizonte del siguiente período; esto como una manera de asegurar el éxito del proyecto.

El proceso de acompañamiento previsto por Artesanías de Colombia, implica utilizar todas las estrategias y metodología de trabajo desarrolladas a lo largo de 37 años de experiencia y cerca de diez años en el tema de diseño y desarrollo de productos y adopción de nuevas tecnologías.

El FIP dispondrá en este proceso de una metodología de seguimiento para el tema de organización de la producción, para lo cual existe una metodología para la formulación y presentación de proyectos.

Para la formación de capital social hemos desarrollado un material que se denomina “Administrando mi trabajo artesanal con lo cual es posible formar formadores y multiplicar los resultados en el corto plazo.

Los resultados en este campo son verificables con las ofertas de Expoartesania, feria Plaza de los Artesanos, Exportaciones de los últimos diez años, entre otros.

El proyecto y evaluación lo realiza la Entidad con firmas contratadas externamente como lo hemos realizado en eventos anteriores.

El seguimiento es más un acompañamiento al proceso, una verificación de como los planes y programas del empresario o de la Empresa asociativa se cumple, puesto que es un proceso corregir el rumbo a tiempo.

De igual manera, propondríamos que se constituya un comité de seguimiento con FONADE, FIP y Artesanías de Colombia, a través del cual mensualmente harían un seguimiento a los resultados operativos del proyecto.

El proyecto se programó a 2 años, pensando en desembolsos trimestrales, en el cuadro del flujo de fondos está ajustado a los que sería el desarrollo de cada una de las actividades.

CONCLUSION.

Es un proyecto viable en el cual asegura el crecimiento económico y social de la población de las regiones solicitada para este proyecto.

BIBLIOGRAFIA

Se consultaron diversas fuentes para la elaboración del presente proyecto, entre estas se encuentran:

- ⑩ CASTILLO, Juan Angel. Desarrollo de nuevos productos e imagen en Plumería, talabartería y Otros oficios. Diagnostico Comunidad Sikwane. Artesanías de Colombia, Julio del 2000.
- ⑩ CASTRO, Manuel Fernando, ARISTIZABAL , Hugo y PALOU, Juan Carlos. Conflicto, región y desarrollo en el Sur oriente colombiano.
- ⑩ Censo Económico, Nacional Artesanal. Artesanías de Colombia. Junio 1998
- ⑩ CORREDOR, Andrés. Kametsa. Artesanías de Colombia, Octubre 1997.
- ⑩ DANE. Censo Poblacional 1993.
- ⑩ Departamento Nacional de Planeación. Cálculos de la Unidad de Desarrollo Social.
- ⑩ Departamento Nacional de planeación. Plan Colombia.
- ⑩ DUARTE, Gloria Maía. Técnicas artesanales en las comunidades indígenas Ingas y Kmasa del Valle del Sibundoy, Putumayo. Artesanías de Colombia. Febrero 1987.
- ⑩ GOMEZ CONTRERAS, Emiro. Estudio y evaluación de la artesanía cerámica en Colombia.
- ⑩ GONZALES, Isabel Convers. Proyecto Productivo artesanal indígena del Departamento del Meta. Convenio artesanías de Colombia-Sena. Febrero de 1997
- ⑩ MONTOYA DE LA CRUZ, Gerardo. Comunidad Artesanal de la Chamba: aproximación a los componentes socio-culturales . Artesanías de Colombia 1990.
- ⑩ PACHECO, Juan Carlos. Cuaderno de Diseño. Talla en Piedra, Barichara, Santander. Artesanías de Colombia, Sena. Santa Fé de Bogotá, 1997
- ⑩ PACHECO, Juan Carlos. Diagnóstico de los oficios artesanales den las poblaciones de Villavicencio y Acacías, Meta. Artesanías de Colombia, septiembre de 1999.
- ⑩ Productos artesanales y materias primas del Huila. Artesanías de Colombia 1995.
- ⑩ RENTERIA, Jorge Alexis. Asesorías en Diseño en las comunidades Kametsa e Inga del Alto Putumayo. Artesanías de Colombia. Santa fé de Bogotá, Marzo de 1998.

- ⑩ Revista de criminalidad de la Policía Nacional de Colombia 1999.
- ⑩ RINCON, Alejandro Díaz. Cuaderno de diseño de las Asesorías de Talla en Piedra en San Agustín y San José de Isnos -Huila, Barichara – Santander, forja en hierro en Santa Fe de Bogotá y moldes en resina poliéster reforzada con fibra de vidrio Barranquilla y Galapa-Atlántico. Santa Fé de Bogotá, 1999.
- ⑩ VELASQUEZ, Arlein. Oficios y Maestros Artesanos del Huila. Instituto Huilense de Cultura, Artesanías de Colombia, Neiva 1995.