



Ministerio de Desarrollo Económico

artesanías de colombia s. a.

PRESENTADO POR :

GRACIELA SAMPER DE BERMUDEZ
J. ARMANDO CASTAÑEDA V.
MIGUEL BERMUDEZ PORTOCARRERO
MARCO ANTONIO SEPULVEDA R.

POLITICA PROPUESTA PARA ARTESANIAS DE COLOMBIA

I. EL SECTOR ARTESANAL

A. IMPORTANCIA RELATIVA

Se estima que el 15% de los colombianos constituyen la población artesanal.

Esto significa que existen 4.000.000 de artesanos en el país. (1), la mayor parte trabajan individualmente aunque algún porcentaje de estos se han organizado en 150 asociaciones y 450 núcleos. (2).

La producción artesanal se estima en 5.000 millones en 1980.

B. BENEFICIOS SOCIO-ECONOMICOS

Se logra lo siguiente al promover este sector:

1. Reducir el desempleo ya que se genera un empleo con una inversión de - \$10.000 en comparación con \$3.740.000 en la industria automotriz. (3) .
2. Genera divisas , pues en diez (10) años las exportaciones han crecido en más de 6000%. En 1978, último año en que se tiene información, se exportaron US\$30.000.000 (4) . Con estas exportaciones se fomenta una manifestación auténtica de la cultura del pueblo colombiano que identifica y diferencia las distintas regiones del país y proyecta su imagen cultural a nivel internacional.

(1), (2) Departamento Nacional de Planeación
(3) Acolfa y Ministerio de Desarrollo Económico
(4) Instituto de Comercio Exterior



3. El valor agregado del sector artesanal es del 100% mientras que por ejemplo en el automotriz es del 35% . (5).
4. Socialmente el artesano es el mismo empresario que ya posee los medios de producción que requiere y las características de su producción lo mantienen alejado de la monotonía y deshumanización que afronta la fuerza de trabajo en otros sectores de la economía. Por ser empresarios, estos son creativos , - dinámicos y contribuyen a la producción nacional.

C. ARTESANIAS DE COLOMBIA

1. Artesanías ha recibido \$301 .0 Millones del Presupuesto Nacional desde su - iniciación en 1971 hasta 1982 (6)
2. Desde su iniciación Artesanías ha realizado lo siguiente :
 - a. Tenía en Activos en 1980 la suma de 240 millones . (7).
 - b. Ha creado, modificado y rescatado 1.453 diseños de productos . (8).
 - c. Ha organizado 80 asociaciones artesanales . (9).
 - d. Ha establecido 51 Talleres capacitando 9.690 personas . (10).
 - e. Ha promovido los mercados artesanales que han beneficiado a 81.755 artesanos. (11)

(5) Ministerio de Desarrollo Económico
(6), (7), (8), (9), (10), y (11) Artesanías de Colombia



- f. Ha promovido el establecimiento de almacenes de artesanías ya que de 10 que existían en Bogotá en 1970 existen 520 en Bogotá en 1980 (12).
- g. Ha canalizado fondos hacia el sector artesanal, de Proexpo, del Banco Interamericano de Desarrollo, Gobierno de Canadá y de los Departamentos .
- h. Ha hecho que las artesanías sean apreciadas y utilizadas por un gran número de colombianos .
- i. Ha logrado un conocimiento del sector y de sus necesidades .

11. ANTECEDENTES

El comienzo de Artesanías de Colombia fue como una empresa comercializadora lo cual dió oportunidad al artesano de poder colocar parte de su producción y darla a conocer. Tal experiencia y la continua preocupación del Estado por mejorar las condiciones del extenso sector condujeron a celebrar el contrato de fideicomiso en 1970. Los objetivos enumerados en este contrato fueron muy amplios y abarcaron la mayor parte de las formas de fomentar y comercializar artesanías .

Bajo estas directrices la Empresa conformó su estructura orgánica, definiendo dos áreas de acciones como son el Fomento y la Financiera y Comercial .

(12) Artesanías de Colombia



Los programas básicos para llevar a cabo los objetivos descritos son : (Ver descripción de programas anexo No.1)

1. Centros Artesanales
2. Compra
3. Asesoría Integral y Diseño
4. Talleres Artesanales Urbanos
5. Organización Comunitaria
6. Promoción Artesanal
7. Crédito
8. Ventas
9. Centro de Documentación

111. PROPUESTA

La presente propuesta esta fundamentada en tratar de que Artesanías de Colombia atienda sus funciones de Comercialización y Fomento a la vez que por la forma de enfrentar estas dos actividades, dependa en el largo plazo de un mayor porcentaje de recursos diferentes del Presupuesto Nacional para su funcionamiento.

En este orden de ideas las exportaciones y las necesidades de los vendedores en el exterior, suministrará el dato fundamental de lo que se comercializara. Esto contemplado con un presupuesto de venta para el mercado nacional, daran las necesidades



de producción.

Estos datos del exterior y el presupuesto de ventas puntualizarán los productos que deben diseñarse, los limitantes en producción que se deben mejorar y el control de calidad requerido.

De aquí se desprende un PRESUPUESTO ANUAL.

Obviamente la parte de **fomento- producción** - responderá al cumplimiento de este presupuesto requiriendo, produciendo y entregando los productos elaborados para cumplir los pedidos oportunamente, dando toda la prioridad a los pedidos de exportación.

Para fijar prioridades claras en el área de Fomento, esta área tendrá las siguientes - prioridades para los productos que surjan de los ya mencionados, presupuesto de venta y vendedores del exterior :

1. Diseño,
2. Eliminación de cuellos de botella en la producción,
3. Control de calidad

Los programas existentes se adecuaran a esta nueva política ; como por ejemplo el programa de crédito "**FINARTE**" se orientará a financiar a los artesanos que fabriquen - productos dentro del plan de mercadeo.

Fomento deberá dedicar su acción a unos pocos artesanos, principalmente sus provee - dores, conociendo por experiencia que la mayoría del sector copia estas innovaciones,



si estas les son rentables. En caso de que no exista esta divulgación en forma natural, Artesanías tendrá que ayudarla.

Una vez definidas estas actividades que se consideran básicas dentro de las circunstancias actuales, podríamos fijar para los artesanos que no encuentran fomento dado que sus productos no están en el plan de mercadeo, unos programas encaminados a - capacitar y rediseñar sus artesanías con el fin de hacerlos competitivos. Para este fin, se utilizaran los mercados artesanales para divulgar los nuevos diseños.

Del anterior programa se desprenderan unas necesidades financieras que deben ser estudiadas por la Junta. Además, se desprenderán cambios que también deben ser analizados.

Se deduce de lo anterior que tendrá que existir una unidad de alto nivel dentro de Artesanías, dedicada a la planificación y su permanente evaluación: Esta unidad deberá cuantificar lo logrado por comercialización y fomento permanentemente.

El esquema propuesto se plantea a la Junta teniendo como base el contrato de Fideicomiso. La experiencia en Artesanías nos dice que se han elaborado diferentes estudios pero no se han conseguido los recursos para llevarlos a cabo. Lo anterior se escribió por lo tanto teniendo en cuenta la capitalización de Proexpo, y su vinculación como socio mayoritario.



ANEXO No. 1

DESCRIPCION DE PROGRAMAS REALIZADOS POR LA EMPRESA

1. CENTROS ARTESANALES

La filosofía con que fueron creados los centros fue la de prestar servicio para acopio de productos artesanales, de instrucción para mejorar la producción y, de capacitación a los nuevos artesanos y suministro de insumos indispensables de difícil adquisición o acaparamiento, a precios razonables.

2. COMPRAS

Es un eslabón fundamental del fomento artesanal, al servir la Empresa como punto de contacto entre artesanos, comerciantes y consumidores finales. Índices demuestran que en un 10% de las compras realizadas por Artesanías de Colombia provienen de los Centros Artesanales, en un 14% del Programa de Talleres Artesanales Urbanos, un 7% de áreas indígenas y el 67% restante corresponde a los artesanos independientes, grupos y asociaciones artesanales.

Es conveniente destacar que a través de este programa se inicia la promoción de muchos nuevos productos que de no ser así sería difícil su vinculación a la oferta artesanal vendible.



3. ASESORIA INTEGRAL Y DISEÑO

Es el área de trabajo profesional orientada al desarrollo de productos artesanales. Allí se estudia todo el proceso del producto desde el análisis de una necesidad hasta el desarrollo de una idea, su producción mercadeo y evaluación. O sea, busca que el sector artesanal desarrolle mejores productos, conciba artículos realizables, proponga innovaciones, interprete las necesidades de los usuarios del producto, aproveche los usos de nuevas tecnologías y racionalice la producción trabajando conjuntamente con el instructor para lograr una adaptación al mismo.

4. ORGANIZACION COMUNITARIA

El objetivo básico es asegurar una adecuada organización productiva de la artesanía tradicional popular y contemporánea. Con este programa la Empresa ha logrado organizar 80 asociaciones y capacitar a 90.000 artesanos, convirtiéndolos en sujetos económicos capaces de controlar, negociar y recibir créditos.

5. TALLERES ARTESANALES URBANOS

Es una unidad de producción organizada con carácter asociativo en el cual se desarrolla una técnica tradicional para elaborar artículos contemporáneos. Brinda trabajo en las ciudades capitales al mayor número de personas de esca-



esos recursos como también rescata técnicas artesanales tendientes a desaparecer debido a los fenómenos migratorios vividos en el país. El programa otorga una posibilidad a un grupo marginado de la población urbana de mejorar sus ingresos, incorpora a la fuerza productiva a la mujer y sirve como ejemplo para que se multipliquen.

6. PROMOCION ARTESANAL

El éxito de un sector depende en su mayor parte de la programación realizada. Así es como artesanías ha promovido los mercados artesanales, concursos de maestros artesanales, exposiciones y divulgación a través de la Televisora Nacional Cana Educativo principalmente.

7. CREDITO ARTESANAL

La actividad moderna demanda el poder acudir al crédito y más aún cuando se trata de pequeños proyectos artesanales. Dentro del programa es indispensable conocer las peculiaridades de la artesanía, la oportunidad, el costo razonable, las garantías adecuadas, los plazos etc.

8. VENTAS

Parte Final de la actividad de Artesanías de Colombia S.A. es el funcionamiento de seis almacenes distribuidos en Bogotá (3) Cartagena (1), Medellín (1), Pasto (1).

Los Centros Artesanales cuentan también con puntos de venta para aprovechar el flujo turístico.



9. CENTRO DE DOCUMENTACION

Conscientes de la importancia que tiene la información tanto en el aspecto de producción y comercialización del producto, como en el de la capacitación - del artesano, la Empresa creó su Centro de Documentación e Información especializado en el campo de las Artesanías, denominado " CENDAR ".

/ea.