



# **SINTESIS DEL DIAGNÓSTICO DEL SECTOR ARTESANAL**

Bogotá 1987

## C O N T E N I D O

	Pag.
NATURALEZA DE ARTESANIAS DE COLOMBIA S. A . . . . .	1
CONCEPTO DE ARTESANIA Y ARTESANO . . . . .	2
PROGRAMAS QUE ADELANTA ARTESANIAS DE COLOMBIA S. A.	4
-El Fomento como eje fundamental de las acciones de la Empresa	
ANTECEDENTES HISTORICOS . . . . .	6
ASPECTOS GENERALES	11
LAS ORGANIZACIONES ACTUALES . . . . .	13
PROBLEMAS DEL SECTOR . . . . .	15
LAS MATERIAS PRIMAS . . . . .	24
LA ARTESANIA COMO GENERADORA DE EMPLEO A BAJO COSTO	28
ARTESANIA INDIGENA . . . . .	34
CARACTERISTICAS DE LA PRODUCCION	38
-Tipo de productos	
-Forma de producción	
-Niveles tecnológicos	
COMERCIALIZACION . . . . .	41
-Aspectos generales	
-Ventas al consumidor	
-Ventas al intermediario	
-Comportamiento de las ventas de productos artesanales	
-Valor de las ventas	
CREDITO . . . . .	45
-Aspectos generales . . . . .	
EL SECTOR ARTESANAL Y EL COMERCIO EXTERIOR . . . . .	47
-El Estado Colombiano y la Promoción de Exportaciones Artesanales.	

## NATURALEZA DE ARTESANIAS DE COLOMBIA S. A .

**Artesanías de Colombia, S. A.** En virtud del Decreto-Ley 2974 i.968, es la entidad encargada de realizar el fomento y la comercialización de los productos artesanales en todo el territorio de la República.

Para ejecutar esta obra fue vinculada al Ministerio de Desarrollo Económico y con el objeto de poder recibir aportes del Gobierno Nacional, se firmó en 1970 un Contrato de Fideicomiso - para la prestación de tales servicios.

Artesanías de Colombia S. A., es una Sociedad de Economía Mixta del orden nacional, del tipo de las Anónimas, sometida al régimen previsto para las Empresas Industriales y Comerciales del - Estado, organismo dotado de Personería Jurídica, autonomía administrativa, patrimonio y capital propios. Tiene por objeto la - dignificación y mejoramiento del artesano colombiano, elevando su nivel cultural, profesional, social y económico, así como el desarrollo y promoción de la industria artesanal.

## Concepto de Artesanía y Artesano

En dos seminarios organizados por Artesanías de Colombia, el primero con la participación de entidades estatales que tienen que ver con el sector (Planeación Nacional, Ministerio de Desarrollo, Instituto de Antropología, Caja Agraria, Corporación Financiera Popular y Servicio Nacional de Aprendizaje), y un segundo con la participación de líderes artesanales, se adaptaron las definiciones y clasificaciones siguientes de artesano, artesanía y taller artesanal.

"Artesanía es una actividad creativa, de producción de objetos y prestación de servicios realizada con predominio manual con ayuda de herramientas y maquinarias simples, con las que se obtiene el resultado final individualizado, determinado por el modo eficiente y el desarrollo artístico. El objeto artesanal cumple una función utilitaria y tiende a adquirir la categoría de obra de arte".

"Artesanía Indígena es la producción de bienes determinada por el medio ambiente que constituye la cultura material de comunidades relativamente cerradas para satisfacer necesidades materiales y espirituales, donde se integran los conceptos de arte y funcionalidad".

"Artesanía Tradicional Popular es la producción de objetos resultante de la fusión de las culturas americanas, africanas y europeas, elaborados por el pueblo en forma anónima, con dominio completo del material, con elementos predominantes propios de la región, transmitida de generación en generación, que constituye expresión fundamental de su cultura y factor de identificación de la comunidad".

"Artesanía Contemporánea es la producción de objetos que incluye los elementos provenientes de otras culturas y que tiene una característica de transición y de universalidad".

" Artesano es la persona que ejerce una actividad profesional creativa en torno a un oficio concreto en un nivel preponderantemente manual, conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas, dentro de un proceso de producción mediante el que puede capacitar a otras personas. Trabaja en forma autónoma, es propietario o usuario de los medios de producción, deriva su sustento principalmente de dicho trabajo y transforma en bienes o servicios útiles su esfuerzo físico y mental".

" Taller Artesanal es un lugar, generalmente el habitacional - donde el artesano o artesanos tienen sus elementos de trabajo instalados para lograr un proceso autónomo de producción de objetos o prestación de servicios y donde existe una baja división del trabajo, con una función múltiple de creación, enseñanza y organización".

### **Programas que adelanta Artesanías de Colombia:**

Dentro de las más importantes labores realizadas por Artesanías de Colombia, corresponde un lugar sobresaliente a las ejecutadas por el área de Desarrollo.

La labor de Fomento atiende frentes específicos de trabajo a la comunidad y se ha orientado fundamentalmente hacia la investigación y la capacitación. Este trabajo se lleva a cabo en el área rural a través de programas como los adelantados en los Centros Artesanales de la Empresa. El de Maestro Artesano, Talleres Móviles, Talleres Regionales, y en el área urbana, a través de la Escuela Nacional de Artesanías, la Escuela de Formación de Instructores y los Talleres Urbanos.

La capacitación a los gremios artesanales en lo referente a liderazgo, organización gremial y técnica, se ha orientado a través de Seminarios, Jornadas de Capacitación y una nueva modalidad para las ferias artesanales de "salones ambulantes", en los cuales se dictan conferencias y se presta asesoría en distintos campos como el diseño, el crédito, el mercadeo y la técnica, (este programa está aún en su fase de experimentación).

Los programas que se adelantan en cada uno de los Centros Artesanales son prácticamente comunes para todos ellos y comprenden principalmente:

- 1º. Capacitación en técnica tradicional
- 2º. Asistencia técnica para mejorar los procesos productivos y por lo tanto la calidad de la producción.
- 3º. Crédito, que a través de los Centros Artesanales, constituye responsabilidad del respectivo Centro, aúncuando no deja de ser una labor complementaria de la División de Crédito.
- 4º. Suministro de materias primas (Centros Artesanales de San Jacinto, Pitalito y Bogotá), el cual se efectúa al costo para estabilizar los precios.
- 5º. Diversificación de la producción, la cual se adelanta partiendo del análisis de variación que pueda tener una técnica para la creación de nuevos productos, sin salirse del marco lógico de la producción artesanal (Centros Artesanales de Sandoná y San Jacinto).
- 6º. Asesoría en la organización de Ferias Artesanales que se realizan en las respectivas localidades y áreas circunvecinas.

- 7º. Uso del equipo técnico para experimentación, ajustes de calidad y producción por parte de los artesanos.
- 8º. Comercialización de la artesanía local. Se continuó la labor en Pitalito y se reabrieron dos Almacenes de los Centros de Ráquira y La Chamba.
- 9º. Coordinación con otras Entidades del Estado, acciones en beneficio de la comunidad (como ejemplo podemos citar la instalación de la Biblioteca Municipal en el Centro de Sandoná).
- 10º. Compra de artesanía tradicional que los constituye en Centros - de Acopio.

Los Centros Artesanales, además de su labor de capacitación y asistencia a la comunidad, se constituyen en puntos de apoyo para los programas que Artesanías desarrolla en los Departamentos respectivos.

La Empresa posee cinco Centros Artesanales

- Ráquira
- La Chamba
- Sandoná
- Pitalito
- San Jacinto

**El Fomento como eje fundamental de las acciones de la Empresa .**

Con base en la información detectada a través de los grupos interdisciplinarios de trabajo en los distintos departamentos hemos empreendido una caracterización objetiva de los diferentes grupos artesanales, específicamente sobre capacidad y volumen de producción, problemas en la adquisición de materias primas, procesos técnicos, diseño, tipo de taller u organización de la producción, mercadeo y canales de distribución, entre otros muchos aspectos. Se han llevado a cabo programas específicos de acuerdo a las necesidades de cada grupo, en las áreas de capacitación, asesoría en materia de organización comunitaria, asesoría técnica relacionada con el mantenimiento y conservación de las materias primas; asesoría en diseño y/o diversificación de la producción, etc .

./.

Tanto los programas de investigación como los programas de apoyo mencionados anteriormente se están realizando en los territorios nacionales y en 104 diferentes comunidades ubicadas en 18 Departamentos, 5 de ellos beneficiados con la presencia institucional de la Empresa a través de los Centros Artesanales.

### Antecedentes Históricos

El trabajo artesanal en Colombia tiene sus orígenes en el pasado aborigen. A este respecto son numerosas las crónicas en las cuales se menciona la existencia de actividades de tipo artesanal, desarrolladas especialmente por los grupos culturales asentados sobre la cordillera Oriental (en territorios pertenecientes en la actualidad a los departamentos de Santander, Boyacá y Cundinamarca). De la misma forma es importante el aporte de la investigación arqueológica en el conocimiento del origen de algunas industrias autóctonas, entre las cuales se destacan la cerámica, cuyo desarrollo se encuentra asociado a la gran mayoría de las culturas nacionales; el tejido de algodón, desarrollado principalmente por los grupos que habitaron el departamento de Santander; y la orfebrería, que se constituyó en especialidad de aquellas culturas que tuvieron su desarrollo en regiones pertenecientes a los actuales departamentos de Caldas, Risaralda, Quindío, Valle, Tolima, Córdoba, Magdalena y Cundinamarca.

Algunos documentos del siglo XVI hacen referencia a la existencia de esta actividad

"... con las mantas que tejían pagaban los indios en los primeros tiempos, las demoras a sus encomenderos y los requintos a Su Majestad, y desde 1555 se juzgó necesario prohibir la sacada de mantas del Reino para Popayán y otras partes, a fin de evitar la escasez y el encarecimiento". (1)

(1) Ibot León, en Ospina Vásquez, Luis. Industria y Protección en Colombia 1810-1930. E. S. P. Medellín. 1955. Pag. 62.



A partir del proceso de conquista y de colonización de nuestro territorio, el trabajo artesanal se fortalece, localizándose especialmente en los primeros centros urbanos y sus áreas circundantes (Santa Fé de Bogotá, Tunja, Vélez, Pasto y Socorro), erigidos como centros de intercambio de los productos agrícolas y por ende, centros de comercio de los productos manufacturados.

Por esta razón, estas ciudades se colocan a la vanguardia en la producción artesanal, y su supremacía se hace manifiesta hasta los primeros años del presente siglo. Los principales sectores manufacturados del país durante los siglos XVII y XVIII fueron - el tejido y la actividad cerámica, los cuales tuvieron una gran participación en los mercados locales. Desde el punto de vista tecnológico, puede señalarse que los tejidos experimentaron cierto desarrollo tecnológico, expresado en la incorporación de adelantos de origen europeo y el uso de nuevas materias primas, tales como la lana, entanto la producción cerámica continuó llevándose a cabo mediante el empleo de tecnologías rudimentarias.

"Desde los primeros años de la Colonia hallamos que la actividad manufacturera del país, que prácticamente se reducía a la producción de textiles ordinarios de lana y algodón, se ha localizado en lo que es hoy el norte del departamento de Cundinamarca y porciones de Boyacá y Santander. Estos centros manufactureros fueron una pieza esencial en la vida económica del país".(1)

Debido al aislamiento geográfico entre las diferentes regiones del Nuevo Reino de Granada y la escasez de vías que impedían una fácil comunicación, la producción artesanal durante los siglos XVII y XVIII tuvo un carácter eminentemente regional.

Un aspecto que garantizó la supervivencia del trabajo artesanal en nuestro territorio durante la época colonial, consistió en la gran demanda que tuvieron los productos manufacturados de origen nacional: debido a los altos costos de las mercancías importadas, y a la buena calidad de los productos nacionales, entre los cuales valen la pena destacar: los productos textiles y las prendas de vestir.

(1) Ibid. Pág. 62

"...con pocas excepciones, los productos extranjeros no suplían los de producción nacional dados en el mismo sitio de consumo o a mediana distancia de él, dentro del país: no lo permitían las - estorbosas regulaciones comerciales y los costos del viaje por mar y en el interior: aún en el grupo de los artículos manufacturados sucedía algo parecido: las ropas del Reino y de Pasto -en el uso de la época "ropa" designaba cualquier producto textil- y algunos otros artefactos de producción nacional se consumían en todo el país".(2)

Durante el siglo XIX, el trabajo artesanal tuvo un gran despliegue. No obstante el bajo nivel tecnológico empleado por los artesanos locales, el volumen de producción era apreciable y el mercado de estos productos superó los límites regionales. A esto - contribuyeron principalmente las políticas oficiales de tipo proteccionista, expresadas en altos gravámenes para la importación de los artículos extranjeros cuya producción se pretendía fomentar en el país, y el desarrollo incipiente de la producción nacional de tipo industrial. Así, en 1850, la producción textil - de las provincias del Socorro, Tunja, Popayán y Pasto no solo estaba dirigida al mercado local, sino además era comercializada en los mercados de Antioquia, Venezuela y Ecuador (1). De igual forma, los productos cerámicos y los tejidos de lana y algodón - del altiplano cundiboyacense, conservaron su importancia ante la poca competencia que ofrecían los productos extranjeros o semi-industriales de origen local.

Otro sector que tuvo gran importancia durante el siglo XIX fue - el de elaboración de sombreros "Panamá" conocido desde hacia mucho tiempo en la provincia de Pasto, y que toma gran fuerza en - Barichara, "Santa Fé de Antioquia, Aguadas, Suaza y Timaná, de donde se exportaron buenas cantidades para Venezuela, las Antillas y el sur de los Estados Unidos".(2) De la misma forma, "el trabajo del fique, sin mucha competencia del exterior y - ciertos ramos: zapatería, ebanistería, son los preferidos de los consumidores locales".(3).

Por su parte, "en 1880, se fundó en Rionegro una escuela de cerámica por cuenta del Estado de Antioquia, la cual posibilitó en los municipios del Oriente de Antioquia el desarrollo de la

(2) Ibid, Pag. 34

(1) Ibid, Pags, 137, 224 y 320

(2) Ibid, Pag. 227

(3) Ibid Pag. 138

producción cerámica, que ha conservado hasta hoy una curiosa forma de vida, mitad campesina, mitad capitalista. Las principales localidades productoras fueron Granada, La Unión, Santuario y Carmen de Vibalora". (4)

Un aspecto de gran importancia que señalan tanto Mollien (5) como Ancizar (6) del trabajo artesanal en nuestro territorio durante el siglo XIX, es la gran capacidad de la oferta de este tipo de artículos, no obstante el bajo nivel tecnológico empleado en su producción. Tal vez el factor que mejor puede explicar este fenómeno radica en el gran volumen de población empleada en este tipo de actividad. Así, la actividad artesanal en el siglo XIX - es llevada a cabo por personas residentes en las zonas urbanas y rurales del país, encontrándose muy ligada a los procesos agrícolas de aquellas regiones, donde la artesanía tuvo un gran desarrollo.

Durante las primeras décadas del siglo XX, la producción artesanal se vio afectada profundamente por sucesos de índole tanto nacional como internacional. El desarrollo industrial del país, especialmente del sector textil, cuyo mercado tuvo un alcance nacional, debido al desarrollo de las vías de comunicación, afectó la producción artesanal de este tipo de bienes que venían produciéndose en algunas regiones desde el siglo XVIII. Por esta razón, algunos centros productores de tejidos de algodón de tipo tradicional "se fueron pasando hacia los tejidos de fique" (1) en tanto este tipo de producción tradicional subsistió en algunas localidades del altiplano Cundiboyacense y Nariño "(Soatá, Garagoa, La Floresta, Iza, Pasto e Ipiales) donde sus habitantes debían parte de su subsistencia a los tejidos que fabricaban." (1)

Por su parte, la Primera Guerra Mundial afectó enormemente, el mercado de los famosos sombreros "Panamá", lo cual determinó la desaparición de esta actividad en las localidades de Santander, sobreviviendo en aquellas del Viejo Caldas (Aguadas y Pácora), Huila y Nariño, cuya producción estaba dirigida principalmente hacia el mercado nacional y en menor grado a la satisfacción de una reducida demanda externa. (2)

(4) Ibid Pag. 313

(5) Ibid Pag. 178

(6) Ancizar, Manuel. Peregrinación de Alfa. Colección Banco Popular. Bogotá, 1970 Volumen 5. Pag. 153

(1) Ospina Vásquez, Luis op. cit. Pag. 407

(2) Ibid. Pag. 409

De la misma forma, otros ramos como la cerámica se vieron afectados por el surgimiento de la producción industrial de hierro, aluminio, loza y vidrio que inundaron el mercado a partir de la década del 30, limitando su producción y consumo a sus zonas tradicionales.

En conclusión, puede señalarse que el trabajo artesanal en Colombia tiene sus orígenes en la época prehispánica, donde la gran mayoría de las culturas que poblaron el territorio nacional desarrollaron la producción de objetos de diversa índole. Estas condiciones previas, sirvieron de base para el desarrollo de la actividad artesanal durante la época colonial. A este respecto Ospina Vásquez señala: "la primera producción industrial colonial floreció donde había sobrevivido una población indígena importante, y que ya desde antes había desarrollado sus aptitudes para este género de operaciones" (3)

Un aspecto importante que favoreció el desarrollo de la actividad artesanal durante el período colonial, estuvo relacionado con la gran demanda que tuvieron en el país los productos artesanales, debido a la escasa competencia que ofrecían los productos extranjeros, como consecuencia de su alto valor y de las estorbosas regulaciones de tipo comercial a las que estuvieron sometidos a lo largo del período. De igual forma, durante el siglo XIX, la artesanía ocupó un lugar importante en la oferta de artículos, importancia que se mantuvo hasta las primeras décadas de este siglo, cuando empieza a ser desplazada del mercado por la producción industrial.

Una característica de la producción artesanal a lo largo de la historia es su estrecha vinculación con las actividades agrícolas. Si bien el trabajo artesanal tuvo su desarrollo en las áreas circundantes de las primeras ciudades coloniales, en la actualidad sus principales centros de producción se hallan localizados en las zonas rurales o urbanas de aquellos municipios donde la influencia del desarrollo industrial y de la agricultura capitalista no se ha hecho evidente. Es por ello que cualquier explicación del origen y desarrollo del trabajo artesanal en Colombia deba llevarse a cabo desde una perspectiva que contemple la transformación del país durante el presente siglo y el papel que en su evolución social y económica ha jugado el desarrollo agrario e industrial.

(3) Ibid, Pag. 63

## Aspectos Generales

La planificación del sector artesanal debe integrar en forma coherente y bajo la coordinación de Artesanías de Colombia, los -diferentes entes o instituciones que pueden intervenir en la -planeación y ejecución de los programas: estas entidades deben representar no solo al Estado, sino al sector privado, las autoridades locales y el sector artesanal.

En la actualidad existen diferentes organismos que en alguna -forma trabajan con el sector sin ninguna coordinación que per-mita agruparlos; es decir, no hay una relación directa entre lo que éstos hacen o pretenden hacer por el sector artesanal, las necesidades reales del sector y una política nacional para esta actividad. Consciente de ésta y de otras problemáticas Artesanías de Colombia S. A., ha venido trabajando intensamente en los últimos años para lograr avances no sólo en esta materia sino - en todas las que tienen que ver directa e indirectamente con el sector artesanal. Tampoco existen organizaciones gremiales sufi-cientemente sólidas y representativas de la población artesanal, que sean capaces de defender los intereses de los afiliados, me diante la intermediación ante el Estado y el sector privado.

Las organizaciones de artesanos se han caracterizado por su dé-bil formación, debida a la fragmentación originada por el sinnúmero de gremios existentes con radios de acción específicos y - limitados. Aunque durante el siglo 19 jugaron un papel impor- tante, su débil consolidación no logró perdurar en el tiempo y se ha manifestado en vacíos de organización.

El artesanado en Colombia no alcanzó en ningún momento un nivel de agremiación sólido y organizado que le permitiera obtener be- neficios importantes del Estado. La labor artesanal en el área rural se caracterizó siempre por ser una actividad apoyada en la actividad agrícola, realizada en una alta proporción por mujeres como parte de los trabajos domésticos; es decir, artesanas aisla das en el hogar. La producción artesanal urbana se constituía, -al contrario de la producción campesina, en una actividad única para los artesanos, con un mercado mucho más amplio y con intere ses comunes que defender.

./.

Por la época de la Independencia se dieron los primeros intentos asociativos de los artesanos en los centros urbanos, bajo la forma de sociedades mutualistas, cuyo papel fue inducir la idea de la organización entre los trabajadores. Con el proceso de transformación de la economía colonial a una economía capitalista (iniciado a mediados del siglo), la introducción del librecambio, la libre exportación y la reducción de aranceles a las importaciones en 1847, los artesanos, seriamente afectados, crearon el primer gremio organizado que haya existido en Colombia con el nombre de "Sociedad de Artesanos". A esta sociedad podían pertenecer no solamente los artesanos sino otros interesados. Además de la defensa de los intereses económicos, la Sociedad se preocupó también por el mejoramiento educativo de sus miembros y comenzó a tener una gran fuerza política que se reflejó en la presión ejercida para lograr la elección presidencial de José Hilario López en 1849, adquiriendo una característica partidista netamente liberal; su acción se dirigió a alcanzar objetivos diferentes a los inicialmente propuestos, dejando de un lado los intereses gremiales y cambiando su denominación por Sociedad Democrática.

El gobierno liberal se dedicó entonces a fomentar y apoyar la creación de organizaciones de este tipo, con lo cual se convirtieron en instrumentos políticos de gran utilidad. Paralelamente con el apoyo del clero, los conservadores venían dedicados a fomentar la organización popular, con las denominadas "Sociedades Populares", desde 1848. Estos dos tipos de organizaciones comenzaron a proliferar en los centros urbanos del país y sus componentes iban desde simples artesanos hasta intelectuales.

Sin embargo la política liberal de libre importación de manufactura textil, al mismo tiempo que estimula la producción primaria para el intercambio por manufacturas europeas, reduce el espacio de la producción artesanal al mercado popular local. Este hecho genera que en 1850 las sociedades artesanales tiendan a identificarse más con los conservadores y la iglesia en la búsqueda por consolidar la economía del sector secundario en contra de la importación.

La acción que ejercieron las sociedades de artesanos en la segunda mitad del siglo 19, en el campo político, social y económico, fue la base para la formación de posteriores formas asociativas como sindicatos, mutuarías, y cooperativas.

En 1909 se reconoció legalmente la primera asociación de artesanos de Sonsón, de composición heterogénea (sastres, zapateros) y bajo el patrocinio eclesiástico. En 1919 se desarrolló un activo proceso de organización gremial del sector artesanal: organizaciones de zapateros, de sastres, carpinteros y ebanistas. Durante el gobierno de Marco Fidel Suárez, con la expedición del decreto que autorizaba la compra de uniformes y botas militares en el extranjero, se produjo una fuerte indignación entre los artesanos, quienes exigieron la derogatoria del decreto. En la primera Asamblea General Obrera constitutiva del Partido Socialista, de 14 organizaciones asistentes, 9 eran asociaciones artesanales.

Con la introducción de métodos de producción nuevos, la inversión de capital en instalaciones y equipos fabriles y la producción masiva en varios renglones de la actividad artesanal, se comenzó un proceso de desplazamiento en algunos sectores de la producción artesanal y consecuentemente la proletarización de los artesanos en algunas ciudades o regiones del país. En aquellos sitios donde la producción fabril no se instauró, la producción artesanal continuó con la misma característica del siglo anterior: para consumo local doméstico. Paralelamente a este desplazamiento se generó un vacío de organizaciones.

## Las Organizaciones Actuales

No se conocen los antecedentes que dieron origen a la reglamentación de la profesión de artesano ni de sus formas de organización; parece que estos se enmarcan dentro del contexto general legal de organizaciones gremiales impulsado a partir de la República Liberal. Solamente se puede hacer referencia al marco legal actual de las organizaciones gremiales de artesanos, a partir de la Ley 36 de 1984 y su decreto reglamentario, el 258 de 1987.-

### 1. Diferentes tipos de Organización Gremial y la Ley 36

En lo que respecta a su derecho de agremiación, en el capítulo III de la Ley se enumeran las diferentes formas de agrupamiento que se reconocen como organizaciones de carácter gremial de los artesanos, así como sus requisitos mínimos de constitución a saber:

## CAPITULO III

## LAS ORGANIZACIONES GREMIALES DE ARTESANOS

**ARTICULO 23** Se reconocen como organizaciones gremiales de artesanos las siguientes: Empresas Asociativas, Asociaciones, Federaciones Confederaciones, Cooperativas y demás colectivi-dades de Artesanos constituídas o que se constituyan de acuerdo con la Ley.

**ARTICULO 24 DE LA EMPRESA ASOCIATIVA ARTESANAL** Empresa Asociativa Artesanal es aquella forma de organización en tor no a la producción que divide el trabajo entre sus miembros de manera especializada y equitativa. Se caracteriza por la propiedad colectiva sobre los medios de producción. Estará - conformada por un número mínimo de 10 artesanos.

La Empresa Asociativa es la resultante de la unión de trabajado-res que asocian ante todo su trabajo personal para la producción de un bien o servicio. Se caracteriza por la propuedad común, - trabajo colectivo y gestión colectiva de los socios, y su carac-terística básica es la homogeneidad del grupo (socioeconómica, -técnica y de edad). Son sociedades de responsabilidad limitada y persiguen la elevación del nivel socioeconómico de sus socios, por lo tanto son empresas con ánimo de lucro que deben consti-tuírse por escritura pública y registrarse en la Cámara de Comer cio. La distribución de las utilidades se da por partes iguales.

**ARTICULO 25 DE LA ASOCIACION DE ARTESANOS** La Asociación de Artesanos es la forma de Organización de primer grado, que reúne un grupo de personas en torno a su profesión con unos objetivos precisos y definidos en los estatutos. Esta se cons tituye sin ánimo de lucro, y debe contar con por lo menos 25 socios activos.

Las Asociaciones de Productores, tienen por objetivo básico hacer el mercadeo de los productos y su comercialización e incidir en los precios en favor de los productores y consumidores. Igualmente

(1) Ministerio de Trabajo, SENA. "La Empresa Asociativa". Colección PMUR No. 7. Bogotá, 1981.



puede racionalizar la consecución y utilización de los recursos crediticios. No tienen ánimo de lucro, ni reparten utilidades entre los socios: éstas engrosan el capital común y deben tener personería jurídica. (1)

**ARTICULO 26 DE LA FEDERACION DE ARTESANOS** La Federación de Artesanos es la Organización de segundo grado, que agrupa un número mínimo de 5 Asociaciones de artesanos. Tiene objetivos precisos y definidos en los Estatutos y se constituye sin ánimo de lucro.

**ARTICULO 27 DE LA CONFEDERACION DE ARTESANOS** La confederación de artesanos es la Organización de tercer grado que agrupa un número mínimo de 3 Federaciones de artesanos. Tiene cobertura nacional y objetivos definidos en los Estatutos. Se constituye sin ánimo de lucro.

**ARTICULO 28 DE LAS COOPERATIVAS DE ARTESANOS** La Cooperativa de artesanos es la Organización de personas agrupadas en torno a unos intereses comunes. Debe estar constituida por un número de socios no inferior a 25 y se caracteriza por la igualdad de obligaciones y derechos entre sus afiliados. Tiene estatutos propios elaborados por sus miembros.

Las Cooperativas resultan de la asociación voluntaria de un grupo de personas que organizan esfuerzos y recursos con el propósito principal de servir directamente a sus miembros. Los socios tienen los mismos derechos y obligaciones independientemente de las aportaciones de capital. Los excedentes se distribuyen entre los socios en proporción a las transacciones que cada uno realice.

### Problemas del Sector

La problemática del sector artesanal vista a partir de los artesanos es una aproximación al conocimiento real de las acciones y estrategias que deben plantearse a partir de las organizaciones de artesanos y de Artesanías de Colombia.

Los artesanos consideran que sus principales problemas están con centrados en los siguientes niveles o grupos de problemas :

1. Problemas para la comercialización y venta de los productos, ocasionados por la estrechez del mercado, la inestabilidad de las ventas, la falta de sitios fijos de venta, los precios bajos de compra, el transporte, la presencia de intermediarios, la competencia y finalmente la demora en los pagos por parte de los intermediarios. El 65.4% de los artesanos agrupan sus respuestas bajo este problema.

2. Problemas de la producción de los objetos, y que tienen que ver con la falta de capital, la dificultad para conseguir la ma-teria prima, el alto costo de ésta cuando tienen que comprarla y consecuentemente el bajo volumen de producción. En este ítem se incluyen también aquellos problemas originados por la falta de -capacitación de los artesanos, lo cual repercute en la mala cali-dad de la producción, la falta de creatividad y la copia de los-diseños, la falta de control de calidad y de precios. El 56.4% de los artesanos consideran este grupo de problemas como impor-tantes.

3. El tercer grupo hace relación a la desunión de los artesanos, traducida en la falta de organización, el individualismo, falta de conciencia del valor del trabajo artesanal, así como desunión y desorganización al interior de las organizaciones existentes.-El 20.5% de los artesanos coinciden en la formulación de este problema como característico del sector.

4. Este último grupo de problemas cobija una serie de aspectos - como la ausencia de lugares de almacenamiento, de vías de comuni-cacion, mala imagen de los artesanos, contaminación, etc los cua-les se agruparon bajo la categoría "Otros" y son problema para - el 2.4% de los artesanos.

A continuación se presenta un cuadro que permite ver la distribu-ción de los problemas de los artesanos según que estén organiza-dos o no y el área en la que viven .

Problemas del sector artesanal colombiano

(En Porcentajes)

1. SEGUN LA PARTICIPACION EN ORGANIZACIONES

PROBLEMA	%TOTAL	% NO ORGANIZADOS	% ORGANIZADOS
COMERCIALIZACION	65.4	66.1	70.3
DE PRODUCCION	56.4	52.7	48.6
DESUNION	20.5	21.6	18.2
OTROS	2.4	2.0	3.4

2. SEGUN AREA RURAL-URBANA

PROBLEMA	%TOTAL	% RURAL	% URBANA
COMERCIALIZACION	65.4	57.4	68.6
DE PRODUCCION	56.4	56.9	56.1
DESUNION	20.5	20.4	20.6
OTROS	2.4	3.7	1.9

Conclusiones

1. Existe en Colombia un amplio sector de productores artesanales, que se ubican en cerca de la mitad de los municipios colombianos. Dichos productores se encuentran estrechamente vinculados a una tradición y vocación artesanal presente en espacios socio-económicos donde predominan patrones mixtos - en la producción agrícola; transición de la producción atrasada hacia formas modernas, bajos niveles de ingreso y precarias condiciones de vida.

La dinámica social y económica de estos municipios, ha permitido el surgimiento de formas y estrategias de sobrevivencia que permiten a un amplio sector de hogares combinar las fuentes de ingresos provenientes de las pequeñas empresas familiares, entre ellas las artesanales, con las que se pueden obtener de la participación en otros sectores, principalmente de los no agrícolas.

Existe una clara diferencia entre la producción de artesanías en centros urbanos y la que se origina en localidades rurales. Al interior de los conglomerados urbanos, existen a su vez diferencias significativas en torno al tamaño de las ciudades lo que determina mayores o menores ventajas en relación con los mercados, la disponibilidad de recursos para la producción y la participación en los programas de apoyo al sector.

En el conjunto del territorio nacional se observa la presencia de varios espacios productores conformados por grupos de municipios donde unidades de producción de distinta escala y productividad elaboran diferentes productos, con diferentes técnicas. Al interior de estos espacios, existen polos de mayor desarrollo en relación con un oficio, una técnica o la utilización de materias primas de origen local. Sin embargo alrededor de los polos no existe ningún tipo de articulación y su localización es dispersa al interior de los municipios y los espacios productores de artesanías que estos conforman.

El desarrollo desigual de la producción en función del espacio, así como la dispersión y aislamiento de los productores en la geografía nacional, son características estructurales del sector artesanal, que inciden en todas las variables asociadas - con su desarrollo, tales como: el acceso a los mercados, a los medios adecuados de comercialización, a las fuentes de materias primas y a los beneficios de los programas de apoyo y fomento del sector.

2. Las unidades de producción se organizan básicamente alrededor del trabajo que aportan los miembros del hogar del artesano, observándose una alta participación en el trabajo artesanal - de jóvenes y mujeres, de jefes, esposas e hijos. Esta estrategia se combina con un patrón de reproducción demográfica - que muestra una tendencia a la existencia de hogares de mayor tamaño que el promedio del país.

El trabajo generado en las unidades de producción se caracteriza por su permanencia, baja rotación y alta participación de ayudantes familiares, dada la flexibilidad en las jornadas de trabajo que permiten adecuar la participación de jóvenes y mujeres. El trabajo asalariado no es frecuente y cuando existe; las remuneraciones oscilan alrededor del salario mínimo. -Es más usual observar la presencia de trabajadores por obra o contrato. Los pagos a la fuerza de trabajo familiar se dan a través de la inversión de las ganancias en los gastos que requiere el hogar para cubrir sus necesidades básicas: comida, vestido, educación, etc. El trabajo familiar vinculado a la producción funciona por fuera de toda reglamentación estatal o convencional. No existe, por tanto, ninguna protección para los trabajadores en el campo de la seguridad social o laboral.

El tamaño promedio de las unidades es de tres trabajadores, sin embargo existe un segmento importante de productores individuales y de menor tamaño que el promedio. Las unidades más grandes son escasas y su tamaño máximo es de 10 trabajadores.

Los procesos de producción están determinados por el uso de herramientas manuales y en menor proporción de equipos y máquinas de tipo mecánico; generalmente de propiedad del artesano, obsoletas en su mayoría y compradas por lo general en un mercado de segunda mano. La división técnica del trabajo es elemental y se limita a la cooperación simple entre los -oficios, sin que exista especialización apreciable al interior de los mismos. El productor artesanal asume por lo general todas o la mayoría de las tareas y funciones claves de la producción. Las unidades artesanales, toman de esta manera la forma de organización técnica y social típicas de la -producción mercantil simple.

Las unidades de producción se ubican en la vivienda del hogar del productor. De esta manera el espacio de la producción se sobrepone al espacio de las relaciones y la reproducción social. Esta relación permite que las unidades de producción sean además, lugares de transmisión y reproducción hereditaria de un conocimiento y un "saber-hacer" artesanal, que le da particularidades propias al proceso de so-

cialización de los conocimientos, habilidades y destrezas -del artesano. La característica anterior tiene una gran im portancia en la definición de las estrategias de apoyo al sector, en cuanto se relaciona con la promoción de la parti cipación, la organización de los productores y las formas - de capacitación y difusión de los oficios.

Existen diferencias importantes alrededor de las caracterís ticas del sector, lo que muestra su naturaleza heterogénea-donde coexisten diversos tipos de unidades desde las más atrasadas, hasta las más dinámicas y productivas. Las con-sideraciones anteriores hacen pensar en la necesidad de -orientar las políticas de apoyo sobre una guía que consulte las diferencias entre los sub-sectores artesanales en fun-ción de problemáticas comunes en torno a la unidad: insu-mos, transformación y distribución.

3. En el sector artesanal se origina una variada gama de produc tos que se caracterizan por poseer un doble valor de uso uno definido por su función utilitaria (sombrero) y otro por su valor de signo, su contenido cultural, estético o de goce (sombrero vueltaio). Existen además otros productos que ca-recen de todo valor utilitario funcional y que solo poseen un valor estético, cultural y artístico: el adorno, lo deco rativo. Estos productos en el mercado, responden a una de-manda de bienes de tipo indumentario, doméstico, decorativo y lúdico, que proviene de segmentos poblacionales diferencia dos en función de los ingresos y los patrones de consumo. Las demandas por los productos artesanales de tipo indumenta rio y doméstico son los más importantes y predominan en el - mercado; por esta razón, en la oferta artesanal son más fre-cuentes los productos como el calzado, el vestido, los úti-les para los oficios domésticos y los implementos para el ho gar.

- ✦ Los productos artesanales participan en un mercado de bienes de consumo final de hogares y personas, en el que actúan ade-más productos iguales o sustitutos, producidos en unidades de mayor tamaño, productividad y escala (micro, pequeña, mediana y gran industria), que ofrecen mejores calidades, precios más bajos y mayores volúmenes. De acuerdo con el tipo de produc-tos, la oferta artesanal se encuentra orientada a la satisfac

ción de necesidades primarias y necesidades secundarias o su tuarias de la población. Por las razones anteriores los productos artesanales buscan cada vez más nuevos mercados, donde la demanda proviene principalmente de los sectores socioeconómicos con un mayor nivel de ingreso : grandes centros urbanos y ciudades turísticas.

Factores como el diseño, la calidad, el precio y el dinamismo en el gusto del consumidor, afectan cada vez más las posibilidades de desarrollo de la producción artesanal en todas sus actividades: procesos de producción, formas de mercadeo y comercialización. Acomodar la oferta artesanal a las necesidades de una demanda cambiante y exigente, requiere de cambios básicos en la concepción del productor respecto al destino de la producción. La producción no debe seguir determinada por el producto en sí, sino por los requerimientos de la demanda y las características de los mercados.

Las concepciones de lo precario y lo rústico como esencia de lo artesanal deben ser superadas y los programas de apoyo al sector deben concentrar sus esfuerzos en procesos adecuados de modernización de la producción artesanal, dentro de los límites y patrones de lo que realmente valida y justifica la producción artesanal.

4. La forma vigente de abastecimiento de materias primas y los factores propios que inciden en este proceso, determinan en buena parte los niveles de producción, sus costos, y el desempeño de los artesanos en el mercado. La participación individual genera condiciones de dependencia y subordinación de los artesanos con proveedores y productores, lo que no les permite obtener las ventajas de la economía de escala, ni modificar un régimen de altos precios en las materias primas. En adición, la progresiva disminución de productos agrícolas, la disminución en los rebaños y el menor acceso a tierras y arcillas, que en su conjunto sirven de fuentes de abastecimiento de materias primas naturales; hacen todavía más compleja la situación del artesano que en proporciones considerables depende de este tipo de insumos.

Cambiar las relaciones de tipo individual en el abastecimiento de materias primas, por unas nuevas de carácter asociativo que

permitan una mayor capacidad de negociación con los proveedores, obtener descuentos, abastecimientos regulares, crédito y plazos adecuados, y mejores calidades, deben ser las metas de una política de apoyo y fomento del sector en el corto plazo.

Dentro de estos propósitos la coordinación interinstitucional de las entidades del sector agrícola, pecuario y forestal debe apoyar a nivel local y regional, la recuperación de suelos, cultivos y rebaños que permita una renovación de las fuentes naturales de materias primas y con ello, la proyección en mejores condiciones de un gran número de municipios de larga trayectoria y vocación artesanal.

5. El verdadero "cuello de botella" del sector artesanal lo constituye la demanda y comercialización de los productos. Este proceso complejo y especializado se resuelve de una forma simple a través de los canales típicos y usuales que generan alta dependencia de intermediarios, de las ventas por encargo y de los contactos individuales.

De esta manera, los altos excedentes en la circulación de los bienes artesanales son captados por los agentes del proceso de intermediación en almacenes y la participación en ferias. Las ferias han demostrado una capacidad reducida de integración de los mercados y han perdido todo su atractivo para convertirse en un bazar de intermediarios, donde los contenidos de lo artesanal se reemplazan por una subasta de todo tipo de productos, generalmente de baja calidad.

La feria artesanal como se le concibe actualmente, se ha convertido en un factor desarticulador de los productores, lo que genera una alta competencia por el control de la organización, los períodos de realización, la localización espacial y una alta proliferación de comerciantes en el negocio artesanal.

La concepción del productor multifuncional (productor, comercializador y transportador) y la canalización de un mercado incierto no pueden seguir siendo el eje de las políticas de comercialización de las artesanías. Se requiere de un cambio



significativo en las políticas de fomento y apoyo que inviertan el orden y la importancia con la que se afectan los di-ferentes factores que impiden el desarrollo del sector. Se debe comenzar por el eslabón clave, la comercialización de ti po permanente. -

Esta concepción generará además una visión distinta de los - programas de crédito, capacitación, asistencia empresarial y asistencia técnica generalmente insuficientes fuera del mar-co de la comercialización. Los esfuerzos deben dirigirse a la creación de un sistema de comercialización capaz de inte-grar y ordenar los mercados, de identificar las oportunidades, de realizar los contactos y de intermediar las transacciones. Existen experiencias pioneras en Colombia y en otros países que pueden servir de guías para estos propósitos.

6. Estrechamente relacionado con el punto anterior existe la pro-blemática de la relación de los artesanos con el comercio de sus productos en el exterior. Para el productor artesano es muy difícil exportar sus productos a otros mercados del mundo. En términos generales, no dispone del capital, ni de la capa-cidad administrativa para eliminar las barreras naturales e institucionales que el mercado internacional le impone. Estas barreras se aumentan por la imposibilidad de acceder a los me-canismos, requisitos, trámites y condiciones complejas implan-tadas por el estado a través del Incomex y las aduanas

La opción más adecuada para el desarrollo del sector artesa-nal, está dada por una participación agresiva en el mercado internacional. Para hacer viable esta alternativa debe pro-cederse a la revisión de las políticas, leyes y mecanismos vi gentes para la exportación. Adicionalmente, se requiere estu diar un esquema de comercialización adecuado, que ofrezca al-productor un aparato de comercialización adecuado y especiali zado para el comercio en el exterior.

La revisión de las políticas de Proexpo debe llevar a su demo-craticización, facilitando la participación de los artesanos en los programas de fomento y crédito, modificando los sistemas y mecanismos financieros y facilitando la posibilidad de la creación de una red de comercializadoras internacionales de -

artesanías, adecuadamente localizada en los espacios productivos del sector.

En este punto, es necesario replantear las políticas y prioridades para el sector. El esquema de comercialización al exterior debe sufrir una apertura. No se trata de vender y comprar, se trata de promover los negocios, facilitar los contactos, asesorar los trámites, dar información sobre los mercados, sus condiciones y requerimientos. Artesanías de Colombia, a nivel operativo, debe ser el eje de una política de exportación de artesanías.-

### Las Materias Primas

Uno de los problemas que más incide en el desarrollo y desempeño de las unidades de producción del sector artesanal, lo constituyen las condiciones y las características de abastecimiento de las materias primas (MP). Las barreras y limitaciones en torno a los precios, el crédito, los volúmenes, la calidad, los proveedores y la organización, definen esta problemática, lo mismo que el tipo de relaciones entre artesanos demandantes, productores de MP, mercado y políticas del Estado.

Las dificultades productivas diarias, obligan al artesano a dominar sus materias primas y a buscar tecnologías más adecuadas que le permitan mayor eficiencia, en su trabajo. Esta búsqueda se realiza en algunas poblaciones, con la asesoría de la Empresa, como el caso, de la utilización de hornos de gas, en el Departamento del Huila, uno de los primeros productores de gas en el país (hornos que fueron diseñados después de un estudio solicitado por nosotros a Tubos Moore).

Otro caso sería la utilización de arcilla, maderas, metales y colorantes naturales. Sobre este tema Artesanías de Colombia ha realizado una larga investigación, con el fin de encontrar en nuestros recursos tintes de origen vegetal, en su afán de reducir costos de producción.

## Sitios de abastecimiento

En términos generales los artesanos se abastecen de materias primas en los mercados locales y con menor frecuencia recurren a mercados mayores de tipo regional (comarcal o departamental). Los mercados comarcales adquieren mayor significación en el caso de los productores de tejidos en aquellos talleres de mayor tamaño. Los mercados departamentales o nacionales, atraen por lo general pocos productores artesanales, y se caracterizan por la participación casi exclusiva de los grandes productores ceramistas.

Con excepción de los grandes centros urbanos, los artesanos se abastecen en mercados locales por lo general pequeños, hecho que incide en los precios altos debido a las economías de escala que los artesanos no enfrentan en condiciones ventajosas.

## Tipos de materia prima

La demanda por materia prima, en términos de productores, especificaciones y referencias, es muy amplia y se agrupa básicamente en dos tipos: materia prima de origen industrial y materia prima natural no elaborada. Los resultados de la encuesta muestran que la mayor parte de los artesanos demandan en forma simultánea los dos tipos de materia prima, debido a la naturaleza misma de los productos y a las condiciones locales del medio económico y social en donde se realiza la producción.

La demanda por los diferentes tipos de materia prima está diferenciada según la ubicación espacial de los productores y los productos artesanales de los diferentes subsectores. Los artesanos ubicados en localidades urbanas demandan en mayor proporción materias primas naturales. A nivel de los productos, la demanda se relaciona con la naturaleza propia de los materiales requeridos para la producción y su disponibilidad. La escasez de materiales naturales determina la mayor o menor demanda de aquellos de origen industrial.

La disminución progresiva de los cultivos que sirven de base para la elaboración de materias primas, así como la reducción de los ha

tos de ovinos y caprinos y el agotamiento o difícil acceso a las fuentes de lodos y barros, contribuyen a la utilización cada vez mayor de materia prima de origen industrial.

Los productores de artesanías del cuero y de los agrupados en la categoría "otros productos" presentan un tipo de demanda diferente, en donde es clara la alta dependencia de las materias primas de origen industrial y la muy poca demanda por materias primas naturales.

El comportamiento de la demanda de materia prima del sector artesanal, muestra el desarrollo de un proceso de sustitución de materias primas de origen natural por las de origen industrial, debido básicamente a la escasez y agotamiento de las fuentes de materia prima natural en las localidades donde se realiza la producción. Obtener las mismas materias primas de tipo natural, fuera de sus localidades, significa para el artesano altos costos de transporte que no está en capacidad de sufragar. Adicionalmente este proceso de sustitución se ve acompañado por el ahorro en tiempo y esfuerzo de trabajo que trae la utilización de materias primas ya elaboradas.

### Los proveedores

Los artesanos utilizan y combinan diversas formas y canales de abastecimiento de materia prima. Los resultados de la encuesta muestran la existencia de dos formas básicas de abastecimiento: una, determinada por la extracción directa de las materias primas naturales y/o por la compra de materias primas extraídas y elaboradas por agricultores o por otros artesanos de la localidad; y otra, definida por el abastecimiento en los mercados mayoristas y minoristas y las compras directas en fábrica. Estas formas de abastecimiento definen el tipo de proveedores de materias primas para el sector artesanal.

En el conjunto de la muestra, se observa que los artesanos recurren en mayor proporción a los proveedores mayoristas y minoristas (50%); en menor proporción (27%) obtienen materia prima de -

proveedores-productores artesanales y en mucha menor medida (13%) se abastecen por medio de la extracción directa de los materiales. Las compras directas en fábrica son muy poco usuales (3%) en el sector artesanal.

Los talleres artesanales ubicados en localidades rurales obtienen la materia prima principalmente por extracción directa, compra a proveedores-artesanos - productores directos y minoristas. Los urbanos dependen más de proveedores mayoristas y minoristas y de los productores directos de tipo artesanal.

Los productores ceramistas muestran una mayor dependencia de las materias primas naturales extraídas directamente o compradas a otros artesanos, y recurren con menor frecuencia a los proveedores minoristas o mayoristas. Por otra parte, en otros oficios como la talla, el cuero y los oficios varios donde predomina la utilización de materia prima industrial, los negocios se establecen principalmente con proveedores mayoristas y minoristas.

El tamaño de los talleres no indica de forma significativa, en la determinación del tipo de proveedor de materias primas. Para todos los tamaños se observa una distribución por tipo de proveedor similar a la observada para el conjunto. Los proveedores por lo general están establecidos en las localidades donde se ubica la producción. Esta tendencia se observa en áreas urbanas y rurales y en todos los oficios y tamaños.

Los productores más grandes y los artesanos de tejido recurren en mayor proporción que el promedio, a otros mercados de tipo comarcal y departamental.

#### Forma de compra, volumen, sistema de pago y plazos

En su gran mayoría la materia prima se compra al detal. La excepción a esta tendencia la constituyen los talleres de cerámica que dadas las características de la producción, la escasez de barros y

los altos costos de transporte, requieren de inventarios mayores.

El anterior comportamiento se relaciona con los volúmenes de compra de materia prima. Los artesanos compran materiales e insumos en cantidades suficientes para cumplir con los pedidos del mes. Algunos mantienen inventarios mayores, como en el caso de la cerámica, la talla en talleres grandes; otros, en menor proporción, mantienen inventarios pequeños pero no suficientes para cumplir con los pedidos siguientes.

### **La Artesanía como generadora de empleo a bajo costo**

Conscientes de la importancia que para la generación de empleo a bajo costo tiene la artesanía, iniciamos estudios de materias - primas en diferentes lugares del país que nos permitieran el desarrollo de una artesanía contemporánea, lo suficientemente válida en cuanto a diseño y utilización apropiada de los recursos, se refiere.

Se trabajó directamente sobre grupos con técnicas artesanales tradicionales, con el objeto de reactivar la economía de quienes la producen y de formar nuevos núcleos de artesanos que se dedicaran en un futuro a la artesanía contemporánea, fomentando así nuevos empleos, estabilidad en el ingreso y el arraigo a su región de origen.

El apoyo a los grupos consiste en dar asistencia directa en su lugar de trabajo en: producción, diseño, comercialización, capacitación técnica, capacitación empresarial, utilización de sus materias primas, crédito a la producción y organización social.

Los siguientes fueron los Programas adelantados

#### **1. Talleres Regionales de Capacitación Artesanal**

Con el fin de formar nuevos artesanos este Programa se ha orientado

./.

tado a la creación de nuevos frentes de trabajo en zonas donde la materia prima existe pero la tradición nó.

#### 1.1 Taller de Mármol en Palermo – Huila

Este es un ejemplo claro de las posibilidades de una arte sanía contemporánea que bien orientada, puede ser elemento fundamental para una política de generación de empleo. El mármol en esta población fué ignorado como materia prima artesanal por muchos años. En el segundo semestre del año 85, capacitamos el primer grupo de trabajo con – 30 alumnos, y ellos a la vez capacitaron 1 ó 2 personas más, para la formación de sus propios talleres. La inversión total de este primer curso incluyendo alquiler de la casa, instructor y materiales fué de \$750.000.oo. Considere ramos que el promedio para generar un punto de trabajo fue de \$10.000 aproximadamente.

#### 1.2 Taller de Artes de Fuego en Pitalito – Huila

Este fue inaugurado con el Mercado Permanente el 1º de Agosto de 1.986. Su objetivo inicial es la capacitación en la técnica de vidrio soplado utilizando reciclaje.

#### 1.3 Talleres de Figue en Aratoca y Curití

Este Programa que fue adelantado con base en un estudio – realizado por la Universidad de Los Andes y orientado por Artesanías de Colombia, fue desarrollado conjuntamente – con la Asociación Alemana para la Educación de Adultos .-Su objetivo es diversificar la producción de costales de figue, desaparecidos a causa de la introducción al merca-

do del empaque industrial de polipropileno (su cobertura puede alcanzar en un futuro a 9.000 familias).

#### 1.4 Taller de Bordado en Tierra Bomba – Cartagena

A pesar de su ubicación privilegiada frente al Laguito en la ciudad de Cartagena, esta población carece como ninguna otra de servicios de luz, agua potable y transporte

adecuado. Sus habitantes se dedicaron a la pesca y nunca vieron en el mar un recurso diferente. Hemos montado allí un Taller de Bordado, cuya casa fue donada por el doctor Hernán Echavarría y dotada por la Empresa. De esta forma 25 familias de Tierra Bomba han encontrado nuevos ingresos a través de la artesanía.

### 1.5 Taller de Coco y Elementos del Mar en La Boquilla

A pesar de formar parte de la ciudad de Cartagena, las condiciones de vida de los pescadores de la Boquilla y sus familias han sido siempre exiguas. Hemos tomado en alquiler una casa la cual fue reconstruida y dotada para montar el Taller de Capacitación en la elaboración de joyería en hueso, coco y caracolas.

Se desarrollaron talleres en otras técnicas y lugares como

Bambú " en Pitalito

" en Tarquí (Huila)

" en Cartago

" en Armenia

" en San Gil

Talla de piedra en San Agustín

Muebles y Objetos de Mimbres en Neiva

## 2. Programa de Talleres Móviles de Capacitación

Es también un Programa revolucionario de educación no formal. Consiste en crear pequeñas unidades transportables a manera de talleres en cajas especialmente diseñadas, en lugares donde no es posible construir o dotar un taller permanente. Este equipo es entregado al Instructor, quien lo utiliza durante el curso y lo devuelve a la Empresa, posteriormente, con el fin de que sea rotado.

El primero de éstos es un Taller para Joyería, con equipo para capacitación de 15 estudiantes. Aún están en diseño



los de Talabartería, Bambú y Carpintería.

### 3. Talleres Urbanos

En Bogotá, se conformaron 25 nuevos Talleres Urbanos en el último año. Se dotó y restauró la casa de Santa Rosa de Lima la cual acoge una población de 2.800 familias -vinculadas a la técnica de tapices primitivistas. Técnica iniciada por Graciela Samper de Bermúdez hace 12 años y que hoy se ha convertido en uno de los primeros artículos de exportación.

Este Programa de Capacitación en Artesanía Contemporánea espera extenderse a otras capitales como Cali, a través del Convenio con el Departamento del Valle, Medellín, Cartagena e Ibagué.

#### Escuela Taller (Instalaciones de la Empresa en Bogotá)

4.

La característica básica de ella radica en los conceptos de educación individualizada, flexibilidad en el manejo de técnicas, investigación y creatividad. Durante 1.987 se capacitaron un total de alumnos inscritos en las técnicas de tejidos, telares, talla en madera, marroquinería, joyería, impresión de telas y vidrio soplado. Técnicas a las que se les agregó capacitación en color, dibujo, diseño y nociones de administración y mercadeo.

#### Escuela Nacional de Capacitación de Instructores

5.

La creación de una Escuela de Capacitación de Instructores fue tomando forma, y, una de las razones para su formación, fue la orientación a tantos instructores en el país, que movidos por un sentido, equivocado a veces, de colaboración a la comunidad se dedican a enseñar una serie de "Manualidades" que no obedecen a la tradición de la población que la recibe, ni a la utilización apropiada de los recursos naturales que la circundan.

Pero fundamentalmente se creó para desarrollar y enseñar nuevas formas de artesanías, proporcionando así una acti

vidad que beneficia a ese nuevo Colombiano que ingresa a la hermosa profesión de artesano.

Como parte del Programa de Capacitación de Instructores llevamos a cabo un Curso Nacional de Hilado en la sede de Bogotá, con la participación de 23 artesanos de todo el país. El objetivo de éste, era capacitarlos en el uso de la Rueda de Pedal, que les permite mejorar su técnica. Estos Instructores por haber sido becados por Artesanías de Colombia, tienen como compromiso transmitir su técnica a otros artesanos.

Realizamos también el Primer Simposio de la Creatividad en el Sector Artesanal, el cual fue considerado como el punto de partida de este Programa. Este Simposio fue un llamado a las Entidades Públicas y Privadas las cuales generalmente, con actitud paternalista se dedican a la capacitación desordenada en la artesanía, para trabajar con juntamente con la Empresa evitando "Capacitar para formar desempleados".

Los llamados Mercados o Ferias Artesanales, están llenos de las "buenas intenciones" de estas entidades. Estamos seguros que si se desarrolla correctamente esta idea de -la capacitación de instructores, a nivel nacional, evita-remos la deformación de nuestra artesanía y el que el artesano produzca y no venda.

#### Programa Talleres Infantiles

6. Este Programa, tendiente a que los niños utilicen sus "electivos" en las escuelas para la capacitación en técnicas artesanales e investigación, se ha presentado al - Ministerio de Educación buscando la posibilidad de que sea implementado en las escuelas del país.

En el momento, estamos montando a través de un Convenio con la Secretaría de Educación del Municipio de Cali, un Taller Infantil de Cerámica, Muñequería e Investigación de las posibilidades de las materias primas del Valle del

Cauca, en la Escuela Eustaquio Palacios, ubicada en la "Loma de La Cruz" en esa ciudad.

6-A            Programa para Niños Subnormales o Jóvenes Minusválidos

En el Instituto Tobías Emmanuel (Cali) se montó un taller en la técnica de telar.

Este Programa de Rehabilitación y Capacitación se extendió también al Centro de Rehabilitación Nacional de Teletón en Bogotá.

7.            Proyecto Empaques Artesanales

Este Programa es fundamental para la generación de empleo. Su objetivo es producir empaques con materias primas naturales, obedeciendo a una demanda pre-establecida. Este es el caso de Cerinza (Boyacá), que produciría empaques en esparto para exportación de frutas.

Se ha iniciado el estudio de posibilidad de la explotación del vástago de banano en el Quindío, y la calceta de plátano en la región de Urabá.

No cabe duda que un Proyecto como éste, en el cual se crea la oferta a través de la capacitación utilizando un recurso natural inexplorado, para responder a una demanda, podría ser de gran utilidad en regiones con tantas dificultades en el campo social.

### Artesanía Indígena

La producción artesanal indígena se encuentra dispersa en el territorio nacional ocupando principalmente zonas selváticas (Llanos Orientales), Amazonía y Costa Pacífica), y zonas montañosas localizadas en la Región Andina. Los principales núcleos artesanales indígenas detectados a través de la revisión bibliográfica realizada para tal efecto son:

- Guajira y Estribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta (localidades de los departamentos de Magdalena, Cesar y Guajira)
- Costa Pacífica (localidades costeras de los departamentos de Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño sobre el Océano Pacífico)
- Región del Macizo Colombiano (localidades de los departamentos de Cauca y Nariño e intendencia del Putumayo)
- Región de la Cordillera Occidental (localidades de los departamentos de Risaralda y Chocó).
- Golfo de Urabá (localidades costeras de los departamentos de Antioquia y Chocó, sobre el Océano Atlántico)
- Llanos Orientales y Amazonía (suroriente del Vichada, medio Vichada, bajo Casanare, alto y bajo Guaviare, Amazonas, Caquetá y Vaupés).

Debido a factores de carácter geográfico, cultural y económico, las diferentes zonas productoras de artesanía indígena poseen características propias que definen a su vez problemáticas particulares.

El medio ambiente, como determinante del tipo de materia prima disponible, condiciona el tipo de producción artesanal. Con respecto a la disponibilidad de materias primas en estas zonas, puede señalarse que son abundantes y solo los altos costos de algunos insumos de origen industrial (cordelería de algodón entre otros como en el caso de la tejeduría wayuu) pueden afectar la producción debido a sus costos crecientes.

Los principales productos artesanales provenientes de estas zonas son

- Guajira y Estribaciones de la Sierra Nevada de Santa Marta mochilas, hamacas y otros tejidos en hilo de algodón de origen autóctono o industrial, así como tejidos en fibras vegetales (fique).

#### Costa Pacífica cestería y tejidos en fibra vegetal

Macizo Colombiano: sombreros en fibras vegetales (iraca principalmente), tejidos en telar con fibras vegetales y animales, cerámica y talla en madera.

- Región de la cordillera Occidental : cestería y tejidos varios en fibras vegetales.

- Golfo de Urabá : molas de tela (collages de retazos de tela industrial).

- Llanos Orientales y Amazonía : cestería, cerámica, tallas en madera, adornos con plumas, cordelería y tejidos en fibras vegetales (cumare)

Desde el punto de vista de la cultura, la cual determina los criterios estéticos y simbólicos así como la función que debe acompañar la elaboración y utilización de cada uno de los elementos, se ha observado una diferenciación bastante marcada al interior de cada una de las zonas productoras, donde objetos de distintas comunidades indígenas, muchas veces similares para los ojos de un observador desprevenido, encierran contenidos propios y particulares de cada una de ellas, en su condición de objetos desarrollados como respuesta a necesidades particulares de cada una de estas culturas.

El proceso de pérdida gradual del contenido simbólico de los objetos, señalado por la antropología cultural como efecto del proceso de aculturación, se encuentra estrechamente vinculado con el grado de participación de las comunidades indígenas en una economía de mercado. Por ello, la producción a escala de objetos de cultura material, como resultado de la demanda del mercado nacional, encuentra una respuesta más efectiva en aquellas comunidades cuya integración a este ha sido mayor. Tal es el caso de las comunidades indígenas localizadas en las regiones del Macizo Colombiano y la Cordillera Occidental, donde se observa la producción seriada de algunos artículos y la consecuente pérdida del valor cultural original, como consecuencia de su mayor integración al mercado. Son por ello estas comunidades las que presentan una -

mayor oferta de objetos artesanales dentro del universo de la producción de artesanía indígena del país.

De otro lado, las comunidades indígenas localizadas en los Llanos Orientales y la Amazonía, con una participación marginal en el mercado nacional, presentan una baja oferta de productos artesanales, los cuales conservan casi intacto su contenido simbólico original; y su escasa producción se encuentra dirigida tan solo al intercambio esporádico con comunidades indígenas de la región, y a la satisfacción de necesidades domésticas.

Esta reducida oferta de productos artesanales está determinada además por el reducido número de artesanos presentes en estas comunidades. Como lo señala Urbina (1) en su trabajo, la labor artesanal entre los huitotos y muinanes está reservada solo a personas de avanzada edad, que por esta condición han alcanzado el mayor grado de perfeccionamiento en las técnicas de elaboración de objetos de cultura material.

A su vez, desde el punto de vista económico, existen diferencias al interior de cada una de las comunidades indígenas en cuanto a sus formas de producción económica y al tipo de intercambio que llevan a cabo con otros grupos culturales vecinos, (no necesariamente indígenas), lo cual se encuentra de igual forma ligado con su grado de integración a la oferta y demanda de bienes y servicios generados por el mercado nacional.

Aunque la economía de las comunidades indígenas asentadas en el Macizo Colombiano y la Cordillera Occidental es eminentemente agrícola existe otro tipo de actividades de tipo complementario que consumen la fuerza de trabajo de los individuos pertenecientes a ellas. Tal es el caso del jornaleo agrícola, la cría de animales domésticos, la actividad comercial y la producción de elementos de cultura material. Este tipo de producción se encuentra no solo dirigido a la autosubsistencia sino a satisfacer los requerimientos de un mercado externo. Así mismo, se trata de

(1) URBINA, Fernando Estudio de la Cultura Material y Comercialización de Artesanías Indígenas Huitotos y Muinanes Artesanías de Colombia-Universidad Nacional, Pag. 353; 1986.

comunidades con cierta vocación comercial, en las cuales la circulación del dinero es bastante usual.

En las comunidades indígenas asentadas en zonas selváticas, los individuos desarrollan simultáneamente la actividad agrícola con la caza y la pesca a nivel de subsistencia. La fabricación de objetos de cultura material es desarrollada de manera esporádica y solo cuando la necesidad lo exige. Se trata de comunidades donde la circulación del dinero es inusual, y donde aún predomina el intercambio a través del trueque.

En las comunidades más integradas al mercado nacional (región Andina), el mercadeo es llevado a cabo por los mismos productores, que se desplazan hacia los centros de mercado más cercanos, vendiendo sus productos tanto al consumidor como a intermediarios, locales o foráneos. De la misma forma, algunos de estos intermediarios recorren dichas zonas comprando la producción a los artesanos indígenas que la venden al borde de la carretera.

En estas regiones la actividad de intermediación de productos artesanales se presenta como una actividad especializada y permanente, gracias a la disponibilidad de vías de comunicación adecuadas, a través de las cuales los productos pueden ser llevados hacia los centros de mercado. Así mismo, las zonas productoras de artesanía indígena localizadas en el Macizo Colombiano y las es-tribaciones de la cordillera Occidental se encuentran comunicadas con los centros urbanos y poseen algún tipo de infraestructura de vías de comunicación, como es el caso de las comunidades indígenas de los departamentos de Cauca, Nariño, Quindío, Risaralda, Cesar, Córdoba y Magdalena.

Esto no ocurre con la producción artesanal de otras regiones caracterizadas por un casi total aislamiento geográfico (Llanos Orientales y Amazonía), donde los productores o intermediarios deben desplazarse con dificultad, por vía aérea o fluvial, para llevar la producción hacia los centros de mercado. Esto determina que la intermediación de productos artesanales indígenas en estas regiones sea una labor esporádica y no especializada, fenómeno que se ve reforzado por la reducida oferta de productos artesanales provenientes de estas zonas.

Estas condiciones particulares de la producción de artesanía indígena en la región de la Amazonía y los Llanos Orientales, hacen difícil su incorporación dentro de un análisis de conjunto del sector artesanal colombiano. Este hecho señala la existencia de una problemática bastante particular, cuyo conocimiento debe buscarse mediante el empleo de una metodología que permita observar a nivel individual cada uno de estos casos particulares. Por esta razón, y teniendo en cuenta los objetivos del estudio, la inclusión de estas

realidades particulares llevaría a distorsionar la visión de la problemática de la producción artesanal desde la perspectiva de conjunto, y a ignorar problemáticas no menos importantes pero difícilmente incorporables a este tipo de estudios.

## Características de la Producción

### Tipo de productos

En el sector se produce una muy variada gama de productos, entre

utilitarios y artísticos, que de acuerdo a sus usos más frecuentes pueden clasificarse en varias líneas o categorías artesanales: doméstica, decorativa, indumentaria, lúdica y del trabajo. En algunos productos se observaron usos múltiples (doméstico-decorativo), pero como se verá más adelante, los usos combinados son poco frecuentes.

En los talleres seleccionados se identificaron los productos importantes del sector artesanal. En su conjunto, estas unidades producen 1357 artículos distintos, 1.7 en promedio por unidad. -Las unidades elaboran básicamente productos terminados (87%); - muy pocas elaboran materias primas como único producto; un 10% elabora los productos en forma parcial; y una pequeña proporción (2%) además de su producción, termina los productos parcialmente elaborados en otras unidades. En las unidades en las que se realizan todos los procesos de la producción, se observan prácticas de subcontratación en donde predominan los pagos por obra o con-

trato, la entrega de materias primas, materiales, diseños y patrones, y se facilita al subcontratista un lugar de trabajo y los instrumentos de trabajo de la unidad del productor.



En el conjunto de la producción artesanal predominan los artículos asociados a los usos domésticos y a la indumentaria, que agrupan el 70% del total de productos. Menor participación tienen la artesanía de tipo decorativo (23%), que agrupa los productos destinados a las actividades productivas (4.2%), y la lúdica (juguetes, instrumentos musicales, etc). Se ve, entonces, que la producción artesanal se vincula a un mercado de bienes - finales de carácter utilitario, en donde predominan las demandas de los hogares, las familias y las personas. Esta característica permite dimensionar el grado de competencia que tiene que enfrentar el sector artesanal en relación con la producción manufacturera de las mismas ramas donde se ubica la artesanía, típicamente tradicionales o de otras con productos similares o sustitutos, a precios más bajos, mejores calidades, etc., como en el caso de los plásticos.

Los artículos domésticos y de indumentaria dominan en la producción de los talleres urbanos y rurales. Existe sin embargo una diferencia respecto a la producción de la artesanía decorativa, lúdica y la vinculada a la elaboración de artículos para las actividades productivas (empaques), que se producen en mucha mayor proporción en los talleres urbanos.

A nivel de los subsectores artesanales, existen diferencias asociadas a la misma naturaleza de los talleres: los talleres de cerámica y talla producen básicamente artesanía doméstica y decorativa, predominando en los primeros los artículos domésticos y en los segundos los decorativos; los talleres de tejidos son típicos en elaboración de indumentarias y artículos domésticos; el taller de cuero se vincula en lo fundamental a la producción de indumentarias; y los talleres dedicados a oficios distintos producen en su gran mayoría artesanías decorativas, lúdicas y - artículos para los sectores deportivos.

No se aprecia una relación clara entre el tipo de artesanías productivas y el tamaño de los talleres, que indiquen tendencias en la producción de ciertas líneas. En todos los rangos de tamaño cerca de las dos terceras partes de la producción se agrupa en las categorías básicas: artesanía doméstica y de la indumentaria.

## Forma de producción

Los procesos de producción de artesanías están ampliamente determinadas por el uso de herramientas manuales, principalmente en los talleres rurales. Una quinta parte de las unidades incorporan a la producción maquinaria o equipo, notándose un claro predominio de estos medios de trabajo en los talleres urbanos. Los productores que utilizan solo sus manos en la elaboración de artesanías son la minoría y predominan en los talleres rurales y en el tejido. El uso extendido de herramientas manuales se observa en todo tipo de oficios, con excepción de los talleres de cuero en donde predomina ampliamente el uso de máquinas y equipos. A nivel de los distintos tamaños de los talleres, se observa una disminución del trabajo manual, una menor participación en el uso exclusivo de herramientas manuales y una mayor introducción de máquinas y equipos, en la medida que se pasa de las más pequeñas a las más grandes.

La heterogeneidad del proceso de producción y la coexistencia, al interior del sector, de diversas tecnologías, son otra de las características básicas de las unidades artesanales. Las diferencias tecnológicas en los procesos de trabajo generan segmentos bien definidos de productores y por tanto necesidades y requerimientos específicos. La transformación y modernización del sector implica, entonces, la necesidad de políticas y programas por subsectores, por áreas y por tamaños y líneas de producción, que junto a las políticas globales y agregadas, permitan situar a los productores artesanales en mayores condiciones de competitividad en los mercados internos y externos.

## Niveles tecnológicos

Las herramientas manuales utilizadas en los procesos de producción son en su inmensa mayoría de propiedad de los productores. Por lo general, las herramientas se adquieren en los mercados; pero existen talleres que usan herramientas fabricadas por los mismos trabajadores, principalmente en las unidades rurales y en los talleres de cerámica, en donde la mayoría de herramientas son fabricadas por los productores. Muy pocos talleres

disponen de herramientas nuevas, lo frecuente es encontrar una mezcla de medios de trabajo usados y nuevos, observándose un segmento de talleres en donde las herramientas de trabajo son en su totalidad viejos, principalmente en las áreas rurales y los talleres de tejido. El valor promedio de las herramientas es sumamente bajo, \$10.000.00 aproximadamente; el 70% de los talleres muestran inversiones promedio menores a los \$6.000.00: el valor promedio estimado del parque de herramientas es muy superior en los talleres urbanos (\$13.000), los talleres de talla y cuero (\$22.000) y las unidades con más de tres trabajadores (\$14.000 a \$20.000).

En síntesis, el comportamiento de los indicadores anteriores - señala que la producción artesanal fundamenta su proceso productivo principalmente en el uso de herramientas manuales; éstas son muy elementales, viejas en su mayoría y muchas fabricadas por los propios productores, lo que determina muy bajos niveles de inversión de capital fijo, con niveles de producción y productividad sumamente limitados. En estas condiciones, las unidades de producción de artesanías, en su gran mayoría, se comportan dentro de los parámetros típicos de la llamada producción mercantil simple, condición que determina sus limitadas posibilidades de reproducción a mayor escala.

## Comercialización

### **Aspectos Generales**

Las labores de venta de los productos artesanales dentro de la unidad de producción son responsabilidad exclusiva del artesano productor, quien además es la persona encargada de fijar el precio de los mismos. En efecto, se ha encontrado que el 88.8% del conjunto de artesanos productores cumplen el papel de vendedores de la producción de su unidad; el resto delega esta función a otras personas, preferiblemente miembros del hogar.

Además, ha podido determinarse la existencia de una pequeña proporción de artesanos (9.7%), especialmente en las áreas urbanas, que operan como comercializadores de la producción de otros artesanos.

## Ventas al Consumidor

Un aspecto que caracteriza la comercialización de los productos artesanales, es la débil relación que existe entre el productor y los consumidores finales, la cual se expresa en la relativamente baja proporción de artesanos que venden sus artículos al consumidor. Observando el conjunto de la muestra, solo el 51.9% de los productores artesanales venden alguna parte de sus productos a los consumidores finales. Por su parte, el 28% del total de los productores señalan esta como la forma exclusiva de comercialización de sus productos.

Por lo general, las ventas al consumidor se llevan a cabo en la misma localidad; solo una reducida proporción de artesanos salen a vender sus productos a otras localidades cercanas. El taller artesanal es el principal lugar de venta al consumidor, donde - el 70.9% de los artesanos que utilizan esta forma de comercialización, llevan a cabo sus transacciones. Le siguen en orden de importancia: las ferias artesanales, las ventas ambulantes (comercio callejero) y las plazas de mercado, como lugares ocasionales para la venta de productos artesanales, hacia los cuales se desplaza el artesano, utilizando generalmente los servicios de transporte público.

Los principales productos que se comercializan a través de la venta directa al consumidor son aquellos clasificados dentro del oficio de talla (trabajo en madera, hueso, calabazo y pauche) seguido de los tejidos (tejidos en lana y canastos) y la cerámica (adornos y materos). En la categoría de otros oficios, vale la pena destacar la venta directa al consumidor de artículos de cobre, adornos, aretes, anillos y trabajos en joyas.

## Ventas al Intermediario

El intermediario, por lo general, es persona nativa de la región o vinculado a ella desde hace varios años y que posee una amplia experiencia y conocimiento acerca de la comercialización de este tipo de productos.

De acuerdo con el radio de acción donde opera, pueden distinguirse dos clases de intermediario:

El intermediario local, por lo general comerciante de mercancías varias (tendero o dueño de almacén), o comerciante especializado, quien vende al consumidor, u opera como acopiador de la producción, la cual vende a otros intermediarios de mayor capacidad, ya sean locales o foráneos.

El intermediario no local (o regional), por lo general transportador, quien recorre las áreas urbanas y rurales de una región comprando productos, ya sea directamente al productor, o a acopiadores de las diferentes localidades. En la mayoría de los casos es este tipo de intermediario quien moviliza la mercancía hacia los principales centros de consumo.

El 72% de los productores artesanales manifiesta vender todo o parte de su producción a intermediarios, lo cual confirma la importancia de la intermediación en la comercialización artesanal.

Por su parte, la relación entre el productor y el intermediario de los productos artesanales tiene un carácter muy especial, el cual se expresa generalmente a través de la existencia de vínculos extracomerciales entre las partes. En algunas localidades artesanales del país, estos vínculos se centran en las relaciones de compadrazgo y amistad, las cuales implican compromiso entre artesano e intermediario, y determinan en última instancia el carácter de las transacciones que entre estos se llevan a cabo.

Sin embargo, vale la pena señalar el limitado apoyo que el artesano recibe por parte del intermediario. Solo el 40% de los artesanos que comercializan a través de las redes de intermediación manifiestan haber recibido algún tipo de servicio o favor de parte del intermediario. En orden de importancia, los principales servicios que el artesano recibe del intermediario son: adelantos en dinero, venta de la materia prima, préstamos en dinero o en materia prima. Por lo general, y como podrá observarse más adelante, este tipo de servicios por parte del intermediario afectan desfavorablemente al artesano, disminuyendo su capa-

cidad de negociación y su participación en la fijación de los precios de sus productos.

Con respecto a los problemas entre los productores y los intermediarios, el 70.6% señala que se encuentran insatisfechos debido principalmente a la demora en los pagos y al bajo precio que en la actualidad ofrecen los intermediarios por sus productos.

### Comportamiento de las Ventas de Productos Artesanales

Un aspecto que caracteriza la producción artesanal se refiere a la forma como el artesano desarrolla la labor productiva de manera continua a lo largo del año, y de manera independiente con respecto a los ciclos del mercado (oferta y demanda)

Este fenómeno tiene relación directa con la baja productividad de las unidades artesanales, las cuales deben acumular un determinado volumen de productos para las épocas en las cuales se incrementa la demanda.

Con respecto al comportamiento de las ventas de productos artesanales, su ciclo es similar al de otros productos del mercado.

Las ventas de los productos artesanales alcanzan su máximo nivel en el mes de diciembre, experimentando un fuerte descenso durante los meses de enero y febrero, cuando presentan su nivel más bajo. A partir de marzo, las ventas presentan un leve ascenso que continua hasta el mes de junio, manteniéndose casi constante hasta agosto. A partir de este mes, se experimenta un gran incremento que se extenderá hasta el mes de diciembre.

Con respecto al comportamiento de las ventas por tipo de producto, la cerámica y los tejidos son los que presentan una mayor estabilidad a lo largo del año. Por su parte, las ventas de los productos de cuero y talla son a su vez los que presentan una menor estabilidad durante este período.

## Valor de las Ventas

Las unidades de producción urbanas tiene ventas cuyo valor promedio supera en más del 100% las de zonas rurales.

Desde la perspectiva de los diferentes oficios, es notable el alto valor de las transacciones mensuales en las unidades especializadas en la elaboración de artículos de cuero, las cuales superan ampliamente el promedio mensual de las ventas de las demás unidades. En orden de importancia, le siguen las unidades especializadas en la producción de artículos clasificados dentro de la categoría de otros oficios, las de cerámica, las de talla y por último, las unidades de producción de tejidos.

## C r é d i t o

### Aspectos Generales

La conservación del artesano como pequeño productor independiente se da en aquellas ramas de la actividad donde no existe competencia industrial y también en aquellas actividades artesanales que se caracterizan por la producción de objetos con valor artístico. Otro subgrupo de artesanos que ha logrado persistir y progresar es aquel que, además de elaborar artículos utilitarios, les ha añadido un componente decorativo o artístico. Para todos ellos el apoyo institucional no solo debe incluir asistencia técnica, cursos de capacitación y ayudas para la comercialización, sino también apoyo financiero.

En el país existen muchas instituciones que cuentan entre sus líneas de acción con la promoción a diferentes actividades industriales y comerciales. Existen líneas de crédito agrícola, para la pequeña y mediana industria, etc, Sin embargo, en general no hay una línea de crédito para la artesanía; solamente Artesanías de Colombia cuenta en la actualidad con crédito especial para el sector artesanal, el cual puede tramitarse bajo dos modalidades crédito para capital fijo y crédito para capital de trabajo .

./.

Artesanías de Colombia ha enido otorgando créditos desde 1.982 con recursos del BID, del Canadá y de la Caja Agraria, así:

Años	Número de Créditos Otorgados	Valor
1.982	178	\$ 13'101.689.00 <sup>0</sup>
1.983	212	\$ 17'548.000.00
1.984	210	\$ 20'110.430.00
1.985	469	\$ 32'500.000.00
1.986	880	\$ 54'207.820.00
1.987	919	\$ 89'261.900.00
1.988 (Mayo 31)	466	\$ 59'550.000.00

./.



## El Sector Artesanal y el Comercio Exterior.

Frente a las múltiples limitaciones de todo tipo que tiene en artesano para vender sus productos en el mercado nacional, surge casi automáticamente una fórmula salvadora: La exportación, vender en otros mercados del mundo. Ante la estrechez reconocida del mercado doméstico esta alternativa resulta casi evidente. Sin embargo, exportar no es fácil. La viabilidad de exportar artesanía, en nuestro caso, debe analizarse a partir de dos elementos básicos frente al mercado mundial: - la unidad de producción (taller artesanal) y el estado colombiano como administrador y promotor de las ventas externas.

Para el productor la venta de las mercancías elaboradas es todo un proceso que se torna más complejo cuando esta venta se realiza en mercados de otros países. Dos tipos de barreras enfrenta el artesano que pretende penetrar, por su cuenta, el mercado mundial: aquellas que genera la expansión del mercado local o doméstico en un contexto internacional (barreras naturales) y aquellas que determina la intervención del gobierno en la gestión de las ventas externas (barreras institucionales):

Consideramos, en primer lugar, las limitaciones naturales que el mercado internacional plantea al productor artesano:

### 1. Barreras Naturales.

a) La comunicación con el mercado externo: La primera venta.

La realización de la venta implica un acuerdo previo entre vendedor y comprador. Se discuten y pactan precios, volúmenes, condiciones de pago y entrega. Este proceso se cumple más cuando la transacción se desarrolla en un mercado externo (de otro país). Pensamos en la sola localización de los potenciales compradores extranjeros. Claro está que esta información sobre demanda externa puede obtenerse a través de agencias especializadas; pero un estudio de mercado internacional cuesta. También existen otras alternativas: los

"Directorios Empresariales", las revistas especializadas; aquí el costo de la información inicial puede ser nulo; lo mismo ocurre cuando terceras personas (familiares, amigos otros empresarios) ponen al tanto al productor, de una "oportunidad de exportar". Las acciones de promoción de los productos en otros mercados del mundo pueden significar, en algunos casos, inversiones de capital: cuando el empresario viaja personalmente, o lo hacen representantes de ventas, por ejemplo. Estudios recientes sobre el tema indican que el 44% de los pequeños y medianos industriales se iniciaron en la exportación por visita a la fábrica o al taller del comprador extranjero, generalmente representante de cadenas de almacenes que tienen su centro de acción en EEUU o Europa (1).

Con mucha seguridad, se podría afirmar que los artesanos exportadores corresponden a aquellos que Benhar llamó "exportadores pasivos": "el mercado viene a ellos". El productor-artesano no tiene tiempo, ni dinero adicional, para informarse sobre alternativas, requisitos y condiciones que la exportación implica.

Para publicar los productos artesanales, experiencias en otros países han demostrado que el CATALOGO es un mecanismo muy apropiado. Aquí además de exponer una información detallada sobre la venta de los productos (precios, volúmenes de oferta, condiciones de pago, etc.) pueden destacarse aspectos externos al artículo, como su fabricación manual, sus connotaciones etnográficas, históricas, culturales y regionales. En los países desarrollados el poseer este tipo de mercaderías, ya sean decorativas o de uso, es sinónimo de distinción e incluso de gusto refinado. Con todo, los costos de diseño y elaboración de dicho catálogo son imposibles para cualquier artesano.

(1) Cabrera, Javier, op.cit. p. 266 .

## b) La Práctica Exportadora

Si conseguir los clientes en el mercado mundial es muy difícil, mantenerse en los mercados de exportación lo es mucho más.

La realización efectiva de la primera y las siguientes exportaciones determina cambios cuantitativos y cualitativos en los procesos de producción y de comercialización de las mercancías. Veamos, entonces, cuáles son las nuevas circunstancias de venta en los mercados externos y sus efectos inmediatos sobre la unidad de producción exportadora.

- Incremento de los costos de transporte.

Se explican por el mayor distanciamiento geográfico del mercado. El productor que exporte, debe correr por lo menos con los gastos del transporte interno: desde el taller o sitio de producción al puerto de embarque (puerto marítimo, aeropuerto, o puerto terrestre) a donde confluyen las rutas internacionales. El costo de trasladar productos artesanales -sobre todo de aquellos de cierto volumen como los muebles tallados, por ejemplo- desde regiones - aisladas, donde los medios de transporte son muy precarios, en mal estado o ineficientes (caso del Chocó, Nariño, y la mayoría de zonas caracterizadas como artesanales), posiblemente supera el 50% de los precios de venta de estos artículos en el mercado local. - Aunque los costos unitarios de transporte pueden reducirse si se movilizan grandes masas de mercancías: (economías de escala) éstas no están al alcance del artesano, porque sus despachos son muy pequeños en la mayoría de los casos.

- Prolongación del tiempo de pago

La mayor distancia aumenta además el tiempo de pago de las mercancías, dependiendo del estado de los medios de comunicación y de transporte existentes en los países de destino y del manejo de las prácticas crediticias de que Colombia dispone.

Si las ventas realizadas en el mercado extranjero representan una proporción alta del volumen de producción, la demora del pago efectivo de las mercancías, puede afectar notoriamente el ritmo normal de producción. Para evitar el estancamiento o la parálisis de la producción se hace necesario mantener un excedente de capital-dinero (capital de trabajo) y un inventario adecuado de materias primas. En caso contrario al productor no le queda más remedio que acudir al crédito (al mercado extrabancario en el caso del artesano) o adquirir materias primas con crédito comercial, reconociendo sobrepuestos (costos de financiamiento). En estos últimos casos, los gastos adicionales que genera la exportación - intereses, sobrepuestos - disminuyen el ingreso neto de las ventas externas.

Sobre el contexto anterior, las dificultades que tiene el artesano para garantizar la producción mientras se realiza el pago efectivo de las mercancías exportadas resultan evidentes: no mantiene excedentes de capital-dinero, tampoco inventarios de materias primas. La salida, si no le pagan a tiempo, es el mercado extrabancario o un crédito comercial costoso.

- Los pedidos externos voluminosos

Otro factor relacionado con la distancia y con las condiciones propias del mercado externo tiene que ver con los volúmenes de demandas externas. La incertidumbre que se deriva de la obtención oportuna de los suministros obliga al comprador extranjero a mantener un inventario relativamente grande de mercancías importadas (inventarios óptimos), para garantizar el flujo normal de ventas. Los pedidos por esta razón tienden a ser grandes. - Además, los costos de transporte, tanto internos como externos, que implica trasladar la mercancía importada hasta el sitio de venta, se reducen cuando se movilizan grandes volúmenes de mercancías.

Los volúmenes mínimos de compra que establece el importador son grandes, e inalcanzables generalmente para el artesano. Para muchos de ellos su ilusión acaba precisamente cuando, después de exportar las "muestras" con la información pertinente, les llega la confirmación del primer pedido. En el medio artesanal y microempresarial las anécdotas de este tipo son innumerables. Una muy elocuente: una señora que producía 20 muñecos a la semana, por insinuación y colaboración de un amigo (con alguna

experiencia en comercio exterior), exportó unas muestras de su producto a los EEUU. A los 60 días tenía en sus manos una carta donde le confirmaban un pedido de 5.000 muñecos "para empezar". La señora al mirar la fortuna que se le abría ante sus pies se desplazó por todos lados buscando apoyo financiero y -técnico, pero no lo consiguió. Al final, traumatizada por cierto, tuvo que aceptar su incapacidad objetiva para aprovechar esa magnífica oportunidad.

Si la exportación de artesanías se maneja técnicamente y si la articulación con el mercado externo se realiza a través de instancias técnicas y profesionales (no con amigos, familiares o instituciones altruistas como actualmente se hace), los pedidos voluminosos son un requisito que se tiene que enfrentar y resolver. No hay alternativa. Qué tan difícil es lograrlo? Cómo pueden incrementarse los volúmenes de producción artesanal exportables?

### c) Los Efectos en el Proceso de Producción

Las circunstancias de venta de las mercancías cambian en un contexto mundial. Las condiciones de producción tienden a modificarse para responder precisamente a esas variaciones del mercado. Hemos considerado ya, como característica del mercado internacional, los volúmenes de demanda relativamente grandes, lo cual determina la utilización de técnicas de producción orientadas a aumentar el volumen de los artículos fabricados, innovaciones tecnológicas que van desde simples cambios en los procesos de trabajo hasta la incorporación de sofisticada maquinaria y equipo.

A nivel del producto-mercancía resulta más práctico, dilucidar las circunstancias de venta en el mercado internacional de las artesanías colombianas, para establecer, sobre esta base, las modificaciones que la práctica exportadora, impone en los procesos productivos.

La competencia se agudiza en el mercado mundial en términos de precios, calidad y presentación de los productos. Veamos como -

las artesanías de nuestro país responden, o deben responder, a estas exigencias para competir con productos similares, también artesanales o industriales, que provienen de todos los países.

La presentación del producto tiene que ver con su forma, diseño, decoración, empaque. Este tratamiento no es sencillo, y se re-monta a la misma concepción del producto, antes de elaborarlo efectivamente (el diseño). Las grandes compañías comerciales in vierten inmensas sumas de dinero en investigación de mercados, para precisar patrones de consumo y visualizar las tendencias de la demanda. El artesano, si no tiene las condiciones mínimas para producir eficientemente menos las tiene para desarrollar una-exitosa presentación del producto. Esto es una labor de expertos en mercadeo, de técnicas en la comercialización.

## 2. Barreras Institucionales

Son limitaciones por la intervención del Estado como administrador de las ventas externas: autorizaciones, trámites y controles. Un proceso lento y engorroso. Las grandes empresas disponen generalmente de un equipo de expertos que se dedican exclusivamente a realizar las gestiones burocráticas que la exportación implica. Los pequeños y medianos productores que persisten en la práctica exportadora prefieren pagar a un Agente de Aduanas.-Estas erogaciones adicionales constituyen "gastos administrativos", que se traducen en disminución de las ganancias esperadas.

El exceso de trámites y papeleos que el gobierno impone a las exportaciones puede afectar significativamente la rentabilidad de la inversión si el tiempo de entrega de las mercancías se demora más allá de lo previsto. En efecto, por un lado, el tiempo de pago de las mercancías aumenta aún más con los agravantes consi-derados anteriormente; en segundo lugar, las mercancías represadas que no se despachan implican un gravoso lucro cesante con - gastos adicionales de almacenamiento o pérdidas efectivas de capital si las mercancías se deterioran.

A todo lo anterior agregamos otro agravante: el incumplimiento en las entregas de acuerdo a fechas pactadas. En muchos casos - las trabas burocráticas han determinado el rompimiento definiti-

vo del contacto externo. De esta manera, el empresario no solo verá de un momento a otro reducido su mercado sino que además perderá, muy posiblemente, todo el capital que invirtió para lo calizar el importador extranjero e iniciar con él la venta períodica de sus mercancías.

Como puede observarse el artesano que pretenda exportar encuentra serios obstáculos en el exceso de papeleo y los trámites. -El productor-artesano carece de tiempo, capacitación y conocimientos para realizar las gestiones personalmente, tampoco cuenta con los recursos suficientes para pagar los servicios de a-gentes especializados o para cubrir los gastos adicionales de -comercialización. La prolongación de los pagos o la devolución de mercancías por incumplimiento en la entrega pueden ocasionar el fracaso del pequeño productor artesanal.

### **El Estado Colombiano y la Promoción de Exportaciones Artesanales**

Exportar bienes y servicios es una estrategia clave cuando se trata de impulsar el desarrollo económico de un país. La expan-sión de los mercados, vía exportaciones, posibilita el ensancha-miento y tecnificación de las industrias. El empleo aumenta, Crece el ingreso y la capacidad de compra de aquellos sectores de la población vinculados de alguna manera a las industrias de ex-portación. Se crean así condiciones favorables de demanda interna para la producción de bienes de consumo, tanto individual co-mo productivo, en la economía doméstica.

Por otro lado, las divisas obtenidas a cambio de las exportacio-nes realizadas pueden utilizarse para sustentar la compra de me-dios de producción (maquinaria, equipo, materias primas) que no se producen en la economía nacional.

En fin, el ensanchamiento de los mercados que propicia la expan-sión de las exportaciones desarrolla condiciones favorables para la acumulación del capital nacional, posibilitando el crecimien-to económico y el ascenso de los niveles de vida de la población.

En este contexto se entiende el doble papel que juega el estado

colombiano, como promotor y administrador de las ventas exter-nas.

Colombia ha venido institucionalizando mecanismos de fomento a la producción que tienen como mira principal la diversificación de las exportaciones. La historia ha demostrado que no es conveniente ni saludable para la economía depender de las divisas que puede obtener de la venta de un solo producto (el café) o de unos pocos bienes, más grave aún si éstos son productos del sector primario, afectados por inestabilidad y deterioro regular, en términos relativos, de sus precios internacionales.

Únicamente en la post-guerra el Gobierno Colombiano inició su política de promoción de exportaciones. La primera experiencia se remonta a 1948, cuando se estableció un tipo de cambio de "certificado libre" con el propósito expreso de promover exportaciones "menores". En 1959 se instituyó el Plan Vallejo y un año más tarde se formuló un mecanismo de exención tributaria para las utilidades derivadas de la exportación de productos no tradicionales (Ley 81).

Colombia reglamentó su comercio exterior en una forma general y sistemática su comercio exterior sólo en 1967, con el Decreto-ley 444, donde además se definió el sistema básico de fomento a las exportaciones menores: el CAT (que sustituye el mecanismo de exención tributaria consignado en la Ley 81), el Plan Vallejo y Proexpo (Fondo de Promoción de Exportaciones). Finalmente, exterior debe mencionarse la "Ley Marco de Comercio Exterior" - aprobada en Diciembre de 1983.

Las artesanías que se exportan pertenecen al grupo de las llamadas "exportaciones menores". Resulta por lo tanto importante dilucidar el apoyo efectivo que el estado colombiano ha dado a las actividades artesanales a través de los incentivos creados para promover las exportaciones. Consideremos cada instrumento individualmente:

#### 1. CERT. (Certificado de Reembolso Tributario)

Es un título que el Banco de la República concede al exportador



una vez realizada la operación de reintegro (depósito de las divisas obtenidas por la exportación). Libremente negociable, de todo tipo de gravámenes, con el cual se pueden pagar impuestos sobre la renta, a las ventas y a la importación, una vez cumplido su término.

El CERT se creó en 1983, mediante la ley marco de comercio exterior. Con este instrumento se pretende fundamentalmente eliminar el elemento de rigidez contenido en la legislación del CAT (al cual sustituye): la revisión anual de la lista de productos con derecho al certificado y los niveles porcentuales de asignación. Así surge un incentivo flexible de carácter tributario, que tiene como objetivo fundamental mantener la competitividad, en cuanto a precios, de los productos colombianos que enfrentan circunstancias difíciles en los países de destino (aranceles, devaluaciones).

Los trámites para obtener el CERT no son complicados, se hacen a través de un intermediario financiero con la presentación del manifiesto de exportación por parte de la administración de aduanas y el reintegro respectivo por parte del exportador. Cumplidos estos dos requisitos se estima que en 8 días se entregan los CERT. Sin embargo, estudios recientes indican que el 54.8% de los exportadores entrevistados se quejaron de demoras permanentes en la entrega de estos certificados (que en ocasiones superaban los dos meses).<sup>(1)</sup>

El CERT es el único mecanismo que no discrimina los pequeños productores y exportadores, ya que el porcentaje de asignación se define por producto o capítulo de arancel, sin importar la empresa que lo produce o exporta. Además, en el caso de los productos artesanales debe reconocerse cierto tratamiento preferencial. Uno de los criterios para la determinación del porcentaje de asignación es el valor agregado nacional (exportaciones-importaciones), 100% en el caso de las artesanías con toda seguridad. Esto lo pudimos comprobar revisando los decretos que fijan los niveles de CERT. El Decreto 107 de enero de 1987, por ejemplo, establece tres niveles de CERT: 5%, 9% y

(1) Cabrera R. Javier. op cit, p.123

12%. De los 28 productos artesanales, seleccionados para efectos del tratamiento empírico que se expone más adelante, 23 obtienen 9% y los 5 productos restantes el 12% de CERT.

Por falta de información no fué posible estimar el monto de CERT otorgado a los exportadores por concepto de artesanías y estimar la participación de los CERT concedidos en el valor de las artesanías exportadas. En principio, sobre las reflexiones anteriores, nos atrevemos a afirmar que el CERT es un incentivo que estimula la exportación de artesanías.

## 2. PROEXPO

Es un organismo con una potencialidad enorme para fomentar la exportación de productos colombianos.

Para facilitar la comunicación con los mercados mundiales Proexpo desarrolla publicaciones sobre demandas externas a través de un Boletín Quincenal, una revista especializada ("Colombia Exporta") y un Directorio de Exportaciones que se edita anualmente. - Sin entrar a considerar lo deficiente de la información en muchos casos, lo grave está en que estas publicaciones no llegan prácticamente a los empresarios. \

Con el objeto de ubicar nuevos mercados Proexpo promueve la participación en Ferias y Exposiciones, tanto nacionales como internacionales; coordina la realización de "Misiones Comerciales" de compradores extranjeros a nuestro país o de empresarios colombianos a otras naciones. Dispone además de dos líneas de crédito : Res. 1/83 y Res. 2/81, que muy poco se utilizan, seguramente por el riesgo que implica una campaña publicitaria en el exterior.

Proexpo además desarrolla programas de asesoría técnica en la producción y comercialización de bienes exportables. Otro instrumento muy importante para garantizar las ventas externas: el "Seguro de Crédito a las Exportaciones", también corre a cargo de Proexpo.

A Proexpo se lo conoce básicamente por los créditos de fomento a las exportaciones. En efecto esta entidad dispone alrededor de 20 líneas de crédito orientadas a garantizar las ventas ex-ternas (capital de trabajo) y a mejorar las condiciones de producción y comercialización de los bienes exportables.

### 3. El Plan Vallejo.

Mecanismo mediante el cual es posible importar, exentos de todo tipo de aranceles e impuestos, insumos (maquinaria, materias primas, equipo) destinados a la producción de bienes de exportación. En principio este instrumento de promoción de exportaciones no presenta relevancia alguna para el caso de las artesanías, que utilizan el 100% de los insumos nacionales. Sin embargo, si se pretende incrementar la productividad de los talleres, incorporando maquinaria en alguna de las etapas de producción, no puede descartarse la utilización del Plan Vallejo. Es más, es posible que las condiciones de competencia obliguen a incorporar materias primas que no se producen en el país. Es conocido el caso de un pequeño taller de ebanistería que no pudo exportar unos juguetes didácticos de madera, porque de acuerdo a las normas que exigía el importador, se tenían que decorar los artículos con pintura no tóxica, que no consiguió en el mercado nacional.

### 4. Las comercializadoras Internacionales

Se crearon en 1979 (Ley 67) con el objeto central de canalizar la oferta exportable, "fundamentalmente aquella proveniente de la Pequeña y Mediana Industria". Reglamentadas por decreto 2874 de 1980, se constituyen en factor de tratamiento central en la

"Ley Marco de Comercio Exterior" de 1983.

Disponen de un sistema especial de mecanismos de fomento; créditos subsidiados de Proexpo; facilidades para construcción, arrendamiento o adquisición de bodegas en el exterior, exportaciones en consignación; Plan Vallejo y CERT, tanto para los productores que venden a la comercializadora como para esta misma. Además de todo esto es importante resaltar el vínculo más estrecho y permanente que tiene con Proexpo, facilitándose así el

# artesanías de colombia s. a.

58.

Acceso a todos los programas que esta entidad cumple en el marco de la promoción internacional de productos colombianos.

Las comercializadoras internacionales son los instrumentos ideales para articular los talleres artesanales con el mercado mundial. Las barreras tanto naturales como institucionales que el mercado mundial plantea a los pequeños productores se podrán eliminar o por lo menos suavizarse con la acción de la comercializadora. Estas empresas disponen de la infraestructura técnica y administrativa que las posibilita para desarrollar todas las acciones que la exportación implica : consecución de los compradores extranjeros, realización de trámites, canalización de los incentivos de fomento a las exportaciones, etc. Los pedidos voluminosos en particular pueden solventarse si existe un ente que distribuya adecuadamente las demandas entre los pequeños productores, en las condiciones requeridas. El acceso al crédito institucional y al crédito de fomento por parte de los artesanos también se facilita con la Comercializadora Internacional de Artesanías.

En el caso del Japón en su fase inicial de despegue hacia su desarrollo exportador, las comercializadoras internacionales jugaron un papel fundamental en la estrategia adoptada. Fueron los grandes grupos financieros quienes organizaron "Casas Comerciales" que tenían como objeto central vender en el mercado mundial los productos de pequeñas unidades productivas, incluidos los talleres artesanales. El apoyo de estas empresas fué más allá de los financiero : se encargaron de organizar directamente la producción con los talleres artesanales. En esta fusión del capital financiero con el capital comercial, el estado jugó ( y ha jugado un papel fundamental.

Una gran limitante que tienen los artesanos para asociarse en una Comercializadora Internacional es el monto de capital exigido : \$15.000.000 de capital pagado, mucho menos de lo que se exige a otra comercializadora cualquiera (\$50.000.000), pero de todas maneras un capital que difícilmente pueden aportar los pequeños productores. Existen otras alternativas : el socio de capital privado y estatal y, la más importante, la reducción de este monto a niveles que los artesanos efectivamente puedan cumplir (alternativa que tiene que considerar el gobierno si realmente quiere que este mecanismo de fomento a las exportaciones benefi-

cie a los pequeños productores, como está establecido en la ley que las instituyó).

## 5. Destino Geográfico

Estrictamente no podemos hablar de un mercado que concentre el mayor volumen de importaciones de artesanías colombianas. En 1984, Norteamérica (básicamente EEUU) capta el 41% de las exportaciones de artesanías de Colombia, traducándose así en el primer mercado externo para estos productos. Sin embargo esto no ocurre en los otros años, donde la preponderancia la tiene Centro América (1983) y Sur América (1985 y 1986). De todas maneras las tres regiones mencionadas constituyen los mercados más importantes para los artículos artesanales de Colombia.

Europa, Australia y los países asiáticos no son mercados importantes para nuestras artesanías. Las rutas a estos países son escasas, el transporte resulta costoso, la transacción monetaria se complica más, prolongando el tiempo de pago de las mercancías. El pequeño artesano no puede soportar todos estos factores que determinan un alejamiento extremo del mercado. Por su parte los comerciantes enfrentan problemas de volumen y también de calidad, para exportar hacia estos países. Solo unos despachos relativamente grandes compensarían el enorme efecto que tienen los costos del transporte sobre los precios de venta en esos mercados. Sin el apoyo decidido y efectivo del estado, nunca se podrá aprovechar toda la potencialidad de demanda que existe para los productos artesanales en particular en los países europeos y las economías asiáticas.

Si relacionamos los sectores, que resumen las actividades artesanales consideradas, con el destino geográfico de las exportaciones de artesanías, observamos que los países vecinos de Centroamérica y Sur América son los compradores más importantes de artesanías de utilería (textiles, prendas de vestir). EEUU por su parte es un buen mercado para artesanías decorativas (artículos de madera y de corcho, productos de vidrio, etc.) aunque también ciertos artículos artesanales útiles tienen allí aceptación. EEUU es un enorme mercado, particularmente para este tipo de productos, que podría aprovecharse con un mayor apoyo del gobierno: ampliando y modernizando las redes de co-

municación y de transporte con este país, eliminando o reduciendo las trabas burocráticas, facilitando el acceso a los mecanismos de fomento a las exportaciones, fundamentalmente a los programas especiales de promoción de Proexpo y al Plan Vallejo.