



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo  
artesanías de colombia, s.a.

*Plan Estratégico de Propiedad Intelectual  
en Artesanías de Colombia S.A.*

*Bogotá, agosto de 2005*

**Índice**



## **Plan Estratégico de Propiedad Intelectual en Artesanías de Colombia S.A.**

- A. Diagnóstico de Artesanías de Colombia S.A. en Propiedad Intelectual
  - 1. Los Artesanos y la Artesanía Colombiana.- Caracterización del sector-
  - 2. Artesanías de Colombia, S.A. - Presentación Institucional -
    - 2.1. Misión
    - 2.2. Objetivos
    - 2.3. Estrategias
      - 2.3.1. Rescate e innovación en Diseño.
      - 2.3.2. Tecnología e Innovación en el Sector Artesanal.
      - 2.3.3. Gestión de Recursos y Cooperación Internacional.
      - 2.3.4. Sostenibilidad de los Recursos Naturales.
      - 2.3.5. Fortalecimiento de Imagen.
      - 2.3.6. Impulso a la comercialización.
    - 2.4 El futuro de la artesanía en el marco del TLC
    - 2.5 Otros Proyectos
      - 2.5.1. Certificado Sello de calidad “Hecho a Manos” (Artesanías e ICONTEC)
      - 2.5.2. Sistema de Información para la Artesanías SIART
      - 2.5.3. Propiedad Intelectual en el Sector Artesanal
      - 2.5.4. Certificado ISO 9001
    - 2.6 Servicios
    - 2.7 Financiación de la empresa y proyectos de inversión social
    - 2.8 Beneficiarios del trabajo de Artesanías de Colombia S.A.
- B. Objetivos del Plan Estratégico en Propiedad Intelectual
  - 1. General
  - 2. Específicos
- C. Estrategias del Plan Estratégico en Propiedad Intelectual.
  - 1. Estrategia de institucionalización del tema de Propiedad Intelectual.
  - 2. Estrategia de Gestión Interinstitucional para la Propiedad Intelectual en el sector
  - 3. Estrategia de Protección del Producto Artesanal
- D. Plan de Acción Específico
  - 1. Institucionalización del tema de Propiedad Intelectual.
  - 2. Gestión Interinstitucional para la Propiedad Intelectual en el sector
  - 3. Protección del Producto Artesanal
- E. Indicadores de Resultados

Anexos

## **Plan Estratégico de Propiedad Intelectual**



## en Artesanías de Colombia S.A.

### A. Diagnóstico de Artesanías de Colombia S.A. en Propiedad Intelectual

#### Colombia: artesanos, artesanía y política de fomento

##### 1. Los Artesanos y la Artesanía Colombiana

- Caracterización del sector-

El Primer Censo Económico Nacional para el Sector Artesanal<sup>1</sup> realizado por Artesanías de Colombia entre 1994 y 1996 y publicado en 1998, permitió establecer que existen en Colombia cerca de 350.000 unidades productivas, o talleres, que producen artesanías y, aproximadamente 1.200.000 personas dependen de esta actividad. Lo que sugiere que de cada cien mil habitantes, 2,600 personas están involucradas en el sector artesanal. Según el estudio del Centro de Investigación para el Desarrollo, CID, hace 40 años se identificaron aproximadamente 382 mil personas en el sector artesanal, lo que significa que el número se ha incrementado en un 150 % durante los últimos 20 años. De igual forma, este estudio señala que el “empleo en la industria artesanal ha crecido más rápidamente en aquellas regiones donde la industria fabril lo ha hecho, como es el caso de Cundinamarca, Valle, Atlántico y Antioquia, por el contrario, en Cauca, Nariño, Bolívar y Huila, donde el empleo creció a tasas muy inferiores a la que se observó en los departamentos ricos”

El Censo mostró, así mismo, que el 70% de la población ocupada en la artesanía son mujeres; y también, cerca del 70% del total de artesanos son campesinos, indígenas y afrodescendientes, que desarrollan principalmente artesanía de tipo tradicional y étnica. El 30% restante residen en áreas urbanas, y en su mayoría, desarrollan artesanía identificada como contemporánea. Las comunidades artesanas, se caracterizan en términos generales, porque son poblaciones que enfrentan situaciones de pobreza y derivan su principal ingreso de su trabajo artesanal, que complementan, en el caso de los residentes en área rurales, con actividades agrícolas y con las labores del hogar.

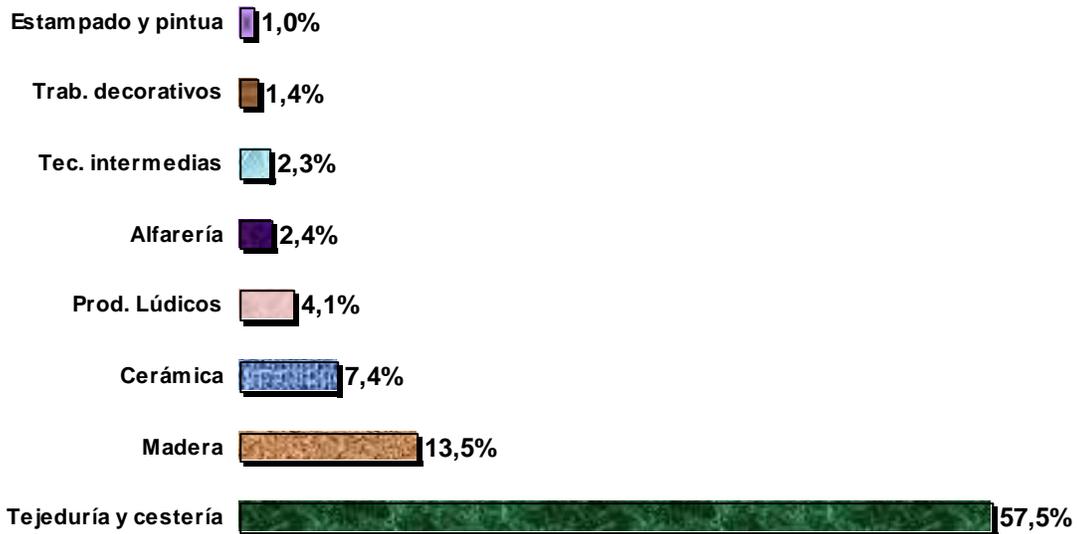
Se identificaron como principales oficios artesanales en Colombia: la tejeduría y cestería con 57,5%, el trabajo en madera con 13,5% y la alfarería y cerámica con el 7,4 %, entre los más destacados. Con base en la clasificación de nuestra artesanía en: étnica, tradicional y contemporánea, se logró establecer que la labor de la mujer predomina en las dos primeras, las cuales así mismo, registran un mayor peso de la herencia tradicional de oficios, técnicas, materiales y diseños.

---

<sup>1</sup> Para responder a la necesidad de información sobre el sector artesanal, Artesanías de Colombia se impuso el reto de realizar el Primer Censo Económico Nacional para el Sector Artesanal, y así lo hizo entre 1994 y 1998 y sus resultados se publicaron en 1998. Fue realizado sobre la base de dos unidades de análisis: el artesano y el taller, y se aplicaron 58.000 encuestas en zonas indígenas y comunidades rurales y urbanas, en 30 de los 32 Departamentos del país<sup>1</sup>. El Censo generó información sobre variables socio-demográficas, de producción, organización, mercadeo, comercialización, financiación, organización, tecnologías y costos de producción.

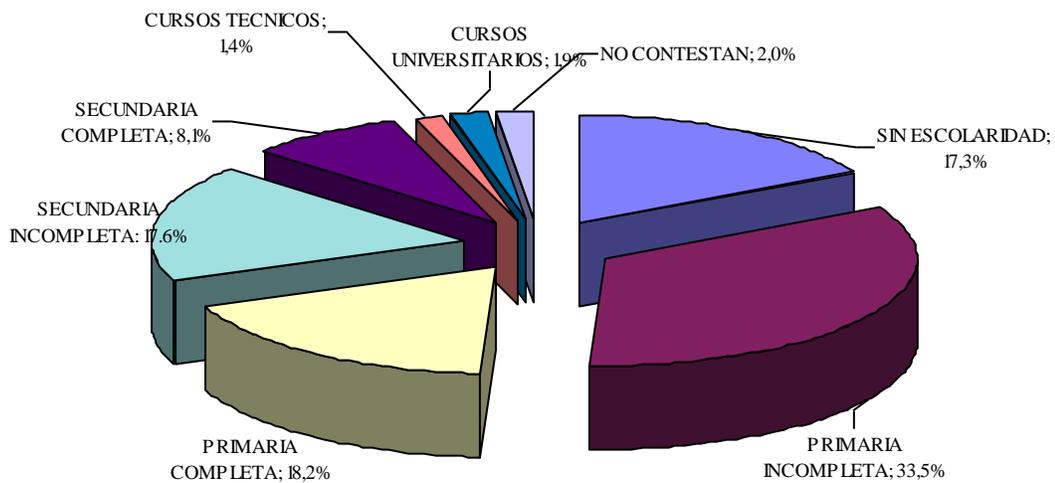


### Distribución de los artesanos por oficios



Las condiciones de marginalidad económica y social del sector se reflejan en los bajos niveles de escolaridad y en los altos niveles de necesidades básicas insatisfechas, las cuales se acentúan en las zonas indígenas y campesinas. El 17% de los productores artesanales son analfabetas; del 52% que asistieron a la educación primaria tan solo el 18% la terminaron; el 26% iniciaron estudios secundarios, de los cuales tan solo los finalizaron el 8%; y tan solo un 3% han accedido a la educación superior técnica o universitaria.

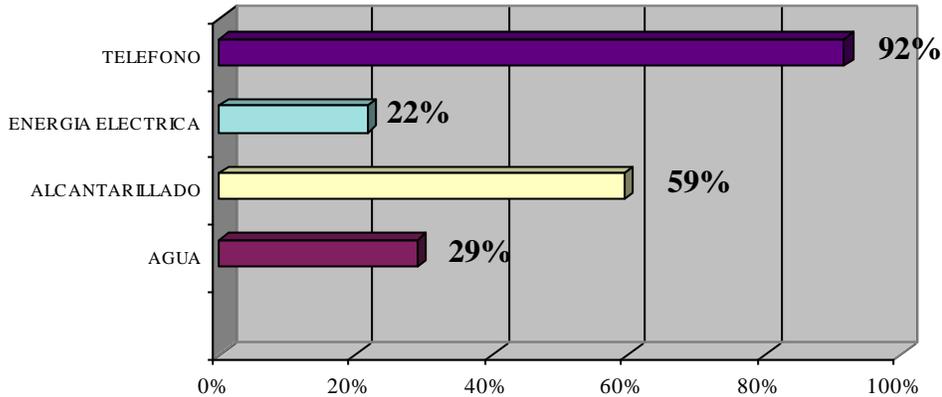
### Nivel de escolaridad de los artesanos





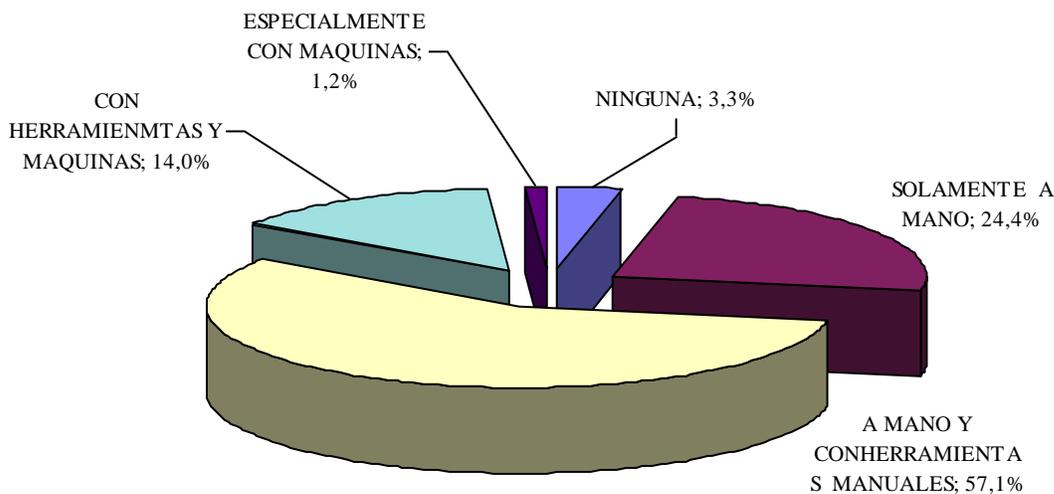
El 23.3% de los productores de artesanía no cuentan con una vivienda propia; el 58.8% no cuentan con servicios de alcantarillado, el 20.5% con el servicio de energía eléctrica, el 28% con el servicio de acueducto y el 92% con el servicio telefónico.

### Artesanos que no tienen acceso a servicios públicos



La producción artesanal se caracteriza por la utilización de una tecnología tradicional, de la cual el 24.4% de la producción se realiza totalmente a mano y el 57.1% utiliza herramientas simples; las materias primas utilizadas corresponden a recursos naturales. El 45.3% de los productores artesanales enfrentan problemas de escasez de la materia prima y 26% con los estándares de calidad de la misma; el sector se desarrollo en un 56.1% en pequeñas unidades productivas (talleres), los cuales enfrentan en un 21.3% escasez de mano de obra, un 11% de inestabilidad y un 9% de mano de obra calificada.

### Tecnología utilizada para la elaboración de productos artesanales

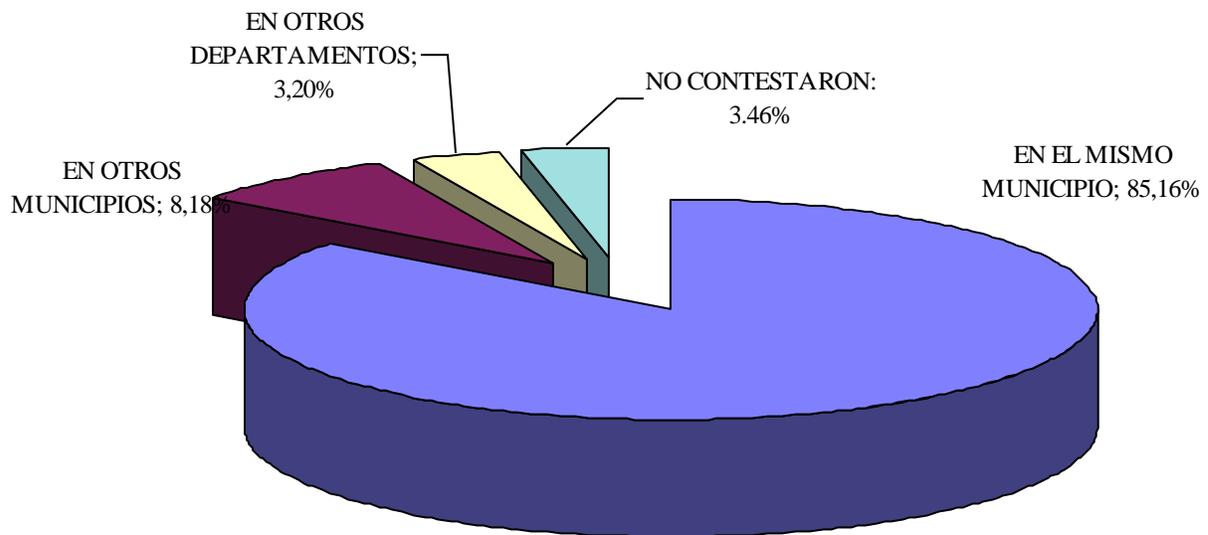




El 17% de los productores artesanales pertenecen a una forma de organización gremial, comunitaria, para la producción y la comercialización. La baja capacidad asociativa del sistema productivo ha afectado noblemente la producción por volúmenes, los costos de producción y la apropiación de los estándares de calidad. Sin embargo, el factor más crítico ha sido la atención de 350.500 artesanos que trabajan en forma individual dispersos en toda la geografía colombiana, razón por la cual, una de las estrategias pilares de Artesanías de Colombia y del gobierno nacional se ha orientado a la asociatividad para hacer efectivo la democratización del conocimiento y al uso adecuado de los recursos económicos y humanos.

Respecto al mercadeo y comercialización de los objetos artesanales, tradicionalmente el sistema productivo ha orientado sus acciones como oferentes y no a la satisfacción de las necesidades de la demanda. El 85.2% de la producción se oferta en el propio municipio, el 8.2% en otros municipios y la diferencia en otros departamentos; la gran mayoría de los productores artesanales venden su productos desde su vivienda o taller, el 0.3% en las plazas de mercado, el 11.6% en otros sitios y el 0.03% en ferias artesanales.

### Distribución porcentual de los lugares de venta más comunes de los productos de talleres artesanales



El 89% de las unidades productivas no acceden a créditos financieros por motivos como lo son: el temor al endeudamiento, exceso de garantías bancarias, por desconocimiento y por las altas tasas de interés

Los ingresos de las unidades productivas han sido afectados por factores de orden público, con la disminución de los flujos de turistas, dándose con ello, una ruptura de los canales de



comercialización tradicional. De acuerdo, con la complejidad del proceso artesanal, de los costos fijos y variables y de la dedicación al proceso productivo se observan rangos de ingresos mensuales por productor entre los 250.000 a 1.000.000 de pesos. Las diferencias encontradas en los picos de los rangos los determinan otros factores como lo son los de ubicación geográfica, ya que en las comunidades urbanas se dan bajas tendencias en combinar el oficio artesanal con otros oficios, permitiendo con ello, mayor tiempo de dedicación en el proceso productivo, mayores ingresos en modalidades como el destajo. En las comunidades indígenas y campesinos los tiempos y movimientos son más lentos, debido a las altas probabilidades de combinar el oficio artesanal con otros oficios remunerados o no remunerados, la combinación de estos últimos, con los bajos niveles de producción /mes y de otros factores ya explicados anteriormente, ha venido afectando notablemente el ingreso del grupo familiar y son una de las explicación del desmejoramiento de la calidad de vida del sector artesanal.

### **La importancia de fortalecer la artesanía colombiana.**

El desarrollo de la artesanía de una región o país cumple con múltiples funciones. De una parte aporta a la generación de empleo e ingresos que contribuyen al bienestar de la comunidad y de otra, contribuye al rescate y enriquecimiento de la cultura, a la afirmación de la identidad de las comunidades, de las regiones y de la nación y a la proyección de su imagen en otras regiones y países. En esta perspectiva, a nivel internacional, es reconocido el importante peso que tiene la artesanía, como fuente de generación de ocupación e ingresos y como afirmación y proyección de su identidad, en países como México, Perú, Ecuador, la India, Irán e Indonesia, donde esta actividad ha alcanzado grandes desarrollos y sus productos han penetrado en forma intensiva el mercado internacional.

Así mismo, se puede afirmar que la artesanía colombiana como sector de la actividad económica y socio-cultural reviste importancia estratégica para el país, y son múltiples las razones que justifican la aplicación de esfuerzos especiales para procurar su fortalecimiento. Reseñamos a continuación algunas de estas razones.

- Como generadora de ocupación e ingresos que aportan al bienestar de la comunidad, ya se mencionó antes que en Colombia, cerca de un millón doscientas mil personas derivan su subsistencia de esta actividad. La artesanía, se caracteriza además, porque es una actividad intensiva en mano de obra y con capacidad de generar empleo a bajo costo por cuanto sus requerimientos de infraestructura y equipamiento son bajos. Como bondad adicional, es una actividad económica que ocupa principalmente comunidades con bajos niveles de calificación formal, por cuanto los oficios artesanales se caracteriza por la transmisión del conocimiento de padres a hijos y de generación en generación. Reconociendo, por supuesto, la necesidad de incorporar tecnología y conocimientos científicos modernos, para hacerlos competitivos en mercados globalizados en los que los países, cada vez más, toman conciencia del papel estratégico que puede jugar el fortalecimiento de su artesanía. Se destaca, además, el hecho de que el trabajo artesanal usualmente involucra varios miembros de la familia, incluyendo niños y personas mayores que desempeñan tareas que suelen ser amigables y compatibles con su actividad escolar y otras condiciones especiales.



- Respecto a su contribución al rescate y enriquecimiento de la cultura, a la afirmación de la identidad de las comunidades, de las regiones y de la nación y a la proyección de su imagen en otras regiones y países, es pertinente mencionar el carácter emblemático que tienen algunos productos artesanales para ciertas comunidades y regiones del país; tal es el caso de: el barniz de Pasto o mopa-mopa, las tallas en madera y los sombreros de Sandoná en Nariño; la cerámica negra y roja de la Chamba en el Departamento del Tolima; la cerámica de Ráquira en Boyacá, la cestería en Werregue de la Comunidad Waunana, las “molas” de los Cuna del Darién en el Chocó. Las mochilas de los Wayu en la Guajira, las hamacas de San Jacinto en el Cesar; el “sombbrero vueltiao” en cañaflecha del Sinú en el Cesar; la joyería de oro en filigrana de Mompos en Bolívar y de Barbacoas en Nariño. Los muebles coloniales de Punta Larga en Boyacá y de El Retito en Antioquia. Los trabajos en mimbre del Tolima y de Sylvania en Cundinamarca. Los trabajos en coco y conchas de San Andrés y Providencia, así como los trabajos en tagua de Chiquinquirá, los tejidos en lana, en macramé y la cestería de Guacamayas, en Boyacá; las vajillas del Carmen de Viboral en Antioquia y las “chivas” de Pitalito en el Huila.... Estos, y otros productos artesanales, hacen parte de la identidad más profunda y apreciada de comunidades y regiones colombianas y a través de ellos comunican tradiciones y valores de gran significación.
- Para la artesanía colombiana representa una oportunidad importante el hecho de que su ingreso a los mercados de Estados Unidos y Europa son mercados altamente receptivos a estos productos, en la medida en que se eleve la calidad, se innoven diseños y se reduzcan los costos. Así mismo, existen otros mercados internacionales con gran potencial como los de Caribe que son grandes receptores de turismo con importante capacidad adquisitiva.
- El potencial de mercado que atiende y puede atender la artesanía colombiana, tanto a nivel nacional como internacional, incluye productos terminados y también insumos para la manufactura y la industria en una amplia diversidad de aplicaciones. En particular el mercado del empaque, la moda y la decoración, tienen grandes posibilidades, no sólo por cuanto aporta el diseño, sino también por el valor agregado como diferenciación a los productos, lo que constituye un criterio de gran peso en nichos altos de mercado. Adicionalmente, la condición de biodegradable de los materiales de origen vegetal que son base para mucha artesanía, representa una gran ventaja en ciertos mercados.
- Especialmente para poblaciones indígenas, afrocolombianas y campesinas, que integran en forma mayoritaria (cerca del 70%) las comunidades artesanas, el producto artesanal es uno de los pocos bienes de intercambio con que cuentan. Muchas de estas comunidades, a su vez, enfrentan condiciones de pobreza crítica y habitan en zonas afectadas por el conflicto armado por lo cual se constituyen en poblaciones vulnerables y en riesgo de desplazamiento a los centros poblados, donde pueden sumarse a los cinturones de miseria. En consecuencia, mejorar el ingreso por concepto de su trabajo artesanal es vital para su subsistencia y puede constituirse en factor de retención en su región de origen, en consecuencia, para ellas, el fortalecimiento de su actividad artesanal constituye un apoyo de singular significación.
- La artesanía en Colombia es producida en forma mayoritaria por mujeres (cerca al 70%), que complementan este trabajo con la atención a otras labores en el agro y domésticas que incluyen la atención al hogar y el cuidado de los hijos; por ello, los proyectos de apoyo al sector



conlleven una perspectiva de género y los beneficios que se alcanzan tienen incidencia en el bienestar de la familia en su conjunto.

- La perspectiva de “Cadena Productiva” con que Artesanías de Colombia aborda su trabajo de fortalecimiento del sector, le ha permitido actuar tanto en el eslabón de la materia prima como en el de la producción y de la comercialización, con el beneficio de promover un mejoramiento integral. La atención al eslabón de la materia prima, tanto de origen vegetal como mineral, implica el desarrollo de un concepto de responsabilidad con el medio ambiente y el manejo sostenible de especies vegetales y otros materiales que son base para la artesanía, lo que da lugar al establecimiento de planes de manejo y programas de repoblamiento y mejoramiento de especies vegetales, muchos de los cuales representan posibilidades de singular interés como cultivos alternativos a otros que tienen carácter ilícito. Así mismo, la intervención en los procesos productivos se abordan con un profundo compromiso con la preservación del medio ambiente y la formación de conciencia ecológica. En este marco, Artesanías de Colombia viene trabajando con doce (12) cadenas productivas<sup>2</sup> en el marco del “Programa Nacional de Cadenas Productivas del Sector Artesanal” (Anexo 1) cofinanciado por FOMYPIME, cuyos resultados presentan beneficios de gran significación y refleja el interés del Estado en el sector artesanal.
- La tarea que realizan los artesanos consiste en transformar materia prima vegetal o mineral en objetos utilitarios, bien como productos terminados o como insumos para la manufactura y la industria pero, siempre, con gran significación simbólica, que logran valoración social especial porque surgen de las manos diestras de los artesanos. La oferta de materia prima que sirve de base a la producción artesanal, proviene principalmente de la abundante y extensa variedad de flora que se da en el país, tal es el caso de pajas, fique, juncos, cañas, semillas y maderas, como también de una gran diversidad de arcillas y minerales. De este modo, la artesanía representa un esfuerzo significativo en línea con el compromiso que deben asumir los países en desarrollo ante el problema que enfrentan al exportar principalmente materia prima sin dar valor agregado, mientras que son los países del primer mundo los que logran mayor rentabilidad y generación de empleo, al asumir su procesamiento y transformación.

Finalmente, se destaca que, en el esfuerzo por el fortalecimiento de la artesanía en Colombia, son múltiples los actores que intervienen y que deben hacerlo en forma articulada y sostenida; esto es, tanto las comunidades artesanas, los productores de materias primas y los comercializadores, como las instituciones del sector público y privado, del orden local, regional, nacional e internacional. Todo ello, en procura de lograr mayores impactos y generar sinergia; para este efecto, Artesanías de Colombia, busca trabajar en alianzas estratégicas que permitan a cada uno aportar cuanto esté a su alcance.

---

<sup>2</sup> Las once (11) cadenas productivas del sector artesanal que ha trabajado (2003-2004) Artesanías de Colombia, S.A. con el apoyo de FOMYPIME son: 1) Tejidos, chinchorros y hamacas de la Guajira, 2) Sericultura en el Cauca, 3) Oro, joyería-orfebrería en Antioquia, 4) Arcilla y cerámica en el Huila, 5) Mimbres en Cundinamarca y Tolima, 6) Caña flecha en sucre y Córdoba, Iraca en Nariño, 7) Iraca en Nariño, 8) Tejidos en Bolívar y Sucre, 9) Palma de estera en el Cesar, 10) Guadua en el Eje Cafetero (Quindío, Risaralda y Caldas) y, 11) Mopa-mopa (barniz de Pasto) en Nariño y Putumayo. Con anterioridad a estas once cadenas se estuvo trabajando también en la cadena de la Cerámica de la Chamba en el Tolima, que se espera retomar (ver Anexo con reseña de cada cadena).



Se anexa la inversión de presupuesto por Departamento canalizada a través de Artesanías de Colombia, para apoyar el sector artesanal. ( Anexo 2)

Complementando la información sobre el sector artesanal se anexa un informe detallado de “Problemática de los artesanos colombianos” (Anexo 3)

## **2- Artesanías de Colombia, S.A., la entidad encargada de promover el desarrollo del sector. - Presentación Institucional –**

Artesanías de Colombia, S.A., con NIT. 860007887-8, fue constituida el 6 de mayo de 1964 mediante escritura pública No. 1998 de 1964, otorgada en la Notaría 9a. del Círculo de Bogotá. Fue vinculada al Ministerio de Desarrollo Económico mediante Decreto Ley 152 de 1976, hoy Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y su sede está en Bogotá<sup>3</sup>. Es una entidad del Estado y opera como Sociedad de Economía Mixta<sup>4</sup> con régimen de Empresa Comercial e Industrial del Estado<sup>5</sup>, cuyo objeto social es la promoción y el desarrollo de todas las actividades económicas, sociales, educativas y culturales necesarias para el progreso de los artesanos del país y de la industria artesanal.

En 1990, y posteriormente en el 2.001 reformó sus estatutos para responder mejor a las necesidades del sector. Con el mismo propósito en 1992 se hizo una reestructuración administrativa y se organizó la Institución con una estructura plana y una planta de personal de 75 empleados, organizado como sigue:

**Gerencia General:** Es la representación legal de la Entidad, quien dirige su administración y funcionamiento. Su representante legal es su Gerente, Cecilia Duque Duque.

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

**Subgerencia de Desarrollo:** Interviene en los procesos de fortalecimiento y estímulo de los grupos asociativos con el fin de mejorar la productividad y optimizar la utilización de los recursos. Define programas de formación y capacitación para el desarrollo de todas las etapas que intervienen en la producción, a saber: desarrollo de productos, mejoramiento tecnológico, control de calidad, sostenibilidad de los recursos naturales, organización de la producción. Cuenta con un equipo interdisciplinario de profesionales.

---

<sup>3</sup> La Sede Administrativa de la Empresa opera en el tradicional sector de Las Aguas (Carrera 3ª # 18 A-58), en una hermosa casa de estilo colonial construida a fines del siglo XVI que ha sido declarada “Monumento Nacional”

<sup>4</sup> La siguiente es la composición accionaria de Artesanías de Colombia, S.A.: PROEXPORT 57.13%; Ministerio de Hacienda y Crédito Público 23.50%; Caja de Crédito Agrario en Liquidación 11.91.%; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo 4.34%; Federación Nacional de Cafeteros 1.80%; Compañía Agrícola de Seguros de Vida S.A. 0.77%; Empresa Colombiana de Petróleos –ECOPETROL 0.55%.

<sup>5</sup> Durante sus 41 años de existencia han sido Gerentes de la Empresa: Ernesto Polanco Urueña, Felipe Zapata, Federico Posada, Graciela Samper de Bermúdez, María Cristina Palau y, desde agosto 17 de 1990 hasta la fecha, Cecilia Duque Duque



**Subgerencia Comercial:** Planea, organiza y controla la ejecución de planes de comercialización nacionales e internacionales. Participa además en la organización de eventos en los cuales se exponen y comercializan los productos artesanales. Cuenta con especialistas en mercadeo, con experiencia en ventas y comercio internacional.

**Laboratorios de Diseño para la Artesanía:** Proyecto creado por Artesanías de Colombia como alternativa para irradiar sus conocimientos, asesorías y apoyo técnico a todas las personas y grupos de artesanos y microempresarios interesados en posicionar productos en mercados exigentes. Coordinan los proyectos de diseño en el nivel nacional las tres unidades de Bogotá, Pasto y Armenia.

Una de sus principales fortalezas es su recurso humano, en su mayor parte constituido por profesionales con postgrado en diferentes áreas. Artesanías de Colombia da gran importancia al trabajo en equipo, lo cual le permite responder los retos que implica el desarrollo del sector artesanal, para lo cual se apoya en convenios para ejecutar proyectos y eventos comerciales.

**2.1 La Misión de Artesanías de Colombia es:** incrementar la competitividad del sector artesanal con el fin de fortalecer su capacidad para generar ingresos y mejorar la calidad de vida de los artesanos, preservar y recuperar el patrimonio cultural vivo y la sostenibilidad del medio de ambiente. Como entidad del Estado, define políticas de desarrollo, lidera y coordina planes y programas estratégicos, concerta con entidades públicas y privadas, la inversión de recursos físicos, humanos y financieros, para impulsar el sector. En este contexto se enfatizan los componentes de producción, ocupación, generación de ingresos y mercados para la artesanía y trabaja en estrecha alianza con PROEXPORT, entidad también vinculada al mismo Ministerio, que cumple la función de promover las exportaciones. De igual modo lo hace con otras entidades gubernamentales, regionales y locales, empresas privadas, fundaciones y organismos internacionales

## 2.2 Sus Objetivos

- Dignificar los oficios artesanales y consolidar la imagen del sector y la identidad nacional.
- Elevar el nivel socio-cultural, profesional y económico de los artesanos y las personas vinculadas al sector.
- Fomentar la comercialización nacional e internacional de los productos artesanales.
- Incrementar la participación de la artesanía en la economía y contribuir a la generación de empleo.
- Concertar el desarrollo del sector artesanal con entidades públicas y privadas, nacionales e internacionales y gestionar recursos financieros y técnicos para invertir en el sector.
- Lograr la eficacia y eficiencia de la Empresa en sus procesos de gestión administrativos, comerciales y financieros.
- Promover el intercambio de experiencias, conocimientos y técnicas que faciliten el desarrollo artesanal de manera conjunta con entidades nacionales y extranjeras.
- Fomentar la investigación y el desarrollo de tecnologías aplicadas a la artesanía en un marco de rescate, preservación y desarrollo del sector
- Fomentar la formación de conciencia ecológica y el compromiso de asegurar la sostenibilidad de las materias primas naturales que utiliza



### **2.3. Los objetivos propuestos se desarrollan a través de las siguientes estrategias:**

- Rescate e innovación del Diseño
- Tecnología e innovación en el sector artesanal
- Gestión de Recursos y Cooperación Internacional
- Sostenibilidad de los Recursos par la Artesanía
- Fortalecimiento de la Imagen de la Artesanía Colombiana en el ámbito nacional e internacional
- Fortalecimiento del Sistema Nacional de Información y Asesoramiento para la Artesanía
- Impulso a la Comercialización

Las estrategias relacionadas se desarrollan como sigue:

#### **2.3.1. Rescate e Innovación del Diseño**

Desde su constitución, la Empresa asumió el trabajo en el rescate e innovación en el diseño aplicado a la artesanía, como actividad central y estratégica, y como hilo conductor de su quehacer. Esto, por la convicción de que el rescate, mejoramiento, rediseño, diversificación y creación de piezas artesanales que transmitan identidad y sentido estético, sumado a la diferenciación entre una región y otra, es lo que da el valor agregado a la artesanía y lo que la hace única y, posiblemente, más competitiva en un mercado globalizado, en el que cada vez más, los países reconocen el valor de la artesanía.

Consecuente con lo anterior, la Empresa desde su inicio, incluyó en su estructura la “Escuela Taller de Diseño” donde reunió un equipo de diseñadores encargados de ofrecer capacitación y asistencia técnica a los artesanos. Posteriormente, dicha dependencia se denominó “División de Diseño” y, en 1994 se creó el “Laboratorio de Diseño”.

La creciente demanda de servicios en todo el país y la gran diversidad de oficios artesanales hizo evidente la necesidad de optar por una estrategia de descentralización que permitiera un acompañamiento permanente y especializado en materia de diseño a las regiones, procurando la vinculación de instituciones del orden regional y local como medio para lograr mayor sostenibilidad y autosuficiencia regional. Como respuesta, en 1994, contando con aportes de cooperación internacional y de entidades regionales, se planteó la creación de dos “Laboratorios de Diseño”, uno localizado en la ciudad de Pasto (Nariño) y otro en Armenia (Quindío), que comenzaron a operar en 1995 complementando la labor del “Centro de Diseño de Bogotá”. De este modo se ha logrado un trabajo articulado entre artesanos y diseñadores en busca de interacción de conocimientos, experiencias y capacidad creativa. También se ha acercado la informática a los artesanos y se ha abierto espacio a la innovación y a la adecuación de la oferta a la demanda de los mercados nacionales e internacionales. Los Centros de Diseño buscan mejorar la calidad del producto artesanal, mediante la incorporación de tecnologías e innovación. Es un programa estratégico que atraviesa transversalmente todas las áreas del sector y responde a las exigencias de un mundo globalizado en el que el cambio y la innovación son la constante y la capacidad de respuesta se convierte en un elemento estratégico para abrir nuevos mercados.



Como resultado del trabajo en el campo del diseño, se destacan especialmente dos programas:

**“Casa Colombiana”.** Es un programa que busca identificar el "Estilo de la Casa Colombiana". Se realiza con asistencia técnica del diseñador filipino P.J. Arañador y el equipo de cuarenta diseñadores del Centro Colombiano de Diseño. “Casa Colombiana” parte de la fusión de objetos del Pacífico y el Atlántico, el Amazonas y los Andes; es una celebración de la diferencia y la individualidad. Se presenta cada año, desde el 2001, en el marco de EXPOARTESANIAS y permite la exhibición y venta de productos de 50 comunidades artesanales.

**“Joyería Colombiana”.** El programa busca fortalecer el desarrollo de la joyería colombiana y definir una “Joyería con identidad Nacional” cuya búsqueda nace de la interacción entre joyeros tradicionales y contemporáneos de todo el país. Artesanías de Colombia y la Empresa Nacional Minera - MINERCOL Ltda., comparten el propósito de dinamizar y fortalecer el sector joyero del país, agregando valor a la explotación minera e identificando oportunidades para las regiones auríferas de los departamentos de Nariño, Cauca, Caldas, Córdoba, Bolívar, Vaupés, Guainía, Santander, Chocó, Antioquia y Risaralda; así como en los núcleos joyeros de Bogotá, Popayán y Quimbaya en el Quindío.

Puede afirmarse, entonces, que la Empresa ha consolidado el Área de Diseño a través de procesos integrados en desarrollo de productos dirigidos al mercado nacional e internacional, y con ello ha estimulado la competitividad del sector artesanal colombiano. Sus avances en este campo constituye uno de los mayores aportes al sector artesanal nacional y de América.

En reconocimiento de lo dicho, la Empresa fue invitada a presentarse a una licitación internacional con recursos del BID, orientada a fortalecer el sector artesanal de Panamá y para ello se hizo consorcio con una firma canadiense que asumiría los aspectos relacionados con la comercialización internacional mientras que Artesanías de Colombia se encarga de la asistencia técnica en las áreas de desarrollo de producto y diseño. El consorcio ganó la licitación y el proyecto se ejecutó entre los meses de marzo y octubre del 2004

#### **“Pasarela Identidad Colombia” en Colombiamoda-Medellín y en Milán –Italia.**

Teniendo en cuenta que los oficios artesanales a través de los tejidos y los accesorios podrían constituir excelente oportunidad para fortalecer el sector, la Empresa con el apoyo del despacho de doña Lina María Moreno de Uribe, propuso a los directivos de INEXMODA estudiar la posibilidad de incluir en el diseño de moda elementos artesanales. La Señora Alicia Mejía consideró que una forma de hacerlo sería escogiendo cinco diseñadores de moda para que utilizaran materiales de los artesanos para el diseño de las colecciones. Este proyecto se cristalizó con el desfile de la pasarela Identidad Colombia el pasado mes de Agosto en COLOMBIAMODA.

En la pasarela del 2003 participaron los diseñadores de moda Olga Piedrahita, Lina Cantillo, Francesca Miranda, Juan Pablo Martínez y María Luisa Ortiz, quienes trabajaron vestuario y accesorios a partir de telas elaboradas por artesanos tejedores de seda, de Pereira-Risaralda; lienzo de la tierra en Charalá-Santander; fibra de plátano en San Agustín-Huila; lana en Bolívar y Silvia - Cauca y talla en palo sangre en Amazonas. En el 2004 participaron adicionalmente, Hernán Zajar, Judy Hasbún, María Elena Villamil



Para estas pasarelas, han diseñado bolsos y fajones en cañaflecha, cabecinegro telas Wayuu, cuero y calceta de plátano; cinturones en crochet; camisetas en macramé; sandalias en cuero con aplicaciones de calceta de plátano, sombreros en iraca y pulseras en cañaflecha e hilo terlenka, joyería mompoxina y otras diversas piezas que aplican múltiples materiales artesanales a la moda.

Esta incursión en la moda se hizo con el fin de dar a conocer las posibilidades que tienen los productos y las técnicas artesanales en el mercado de la moda y, por consiguiente, rescatar y promover la valoración de los oficios artesanales, para contribuir a la generación de ingresos para núcleos y comunidades dedicadas a la actividad artesanal. La pasarela tuvo un resonado éxito y fue posible presentarla nuevamente en la inauguración de la Feria de Expoartesanías.

### 2.3.2. Tecnología e innovación en el sector artesanal

El aporte en mejoramiento tecnológico ha consistido especialmente en el desarrollo de una metodología y la determinación de unos criterios para la aplicación eficaz de los principios del conocimiento del diseño atendiendo al contexto cultural de la localidad con la que se hace el ejercicio, lo cual se ha llevado a cabo en tres aspectos básicos:

**Recuperación:** Se trata de la reincorporación a la producción la elaboración de objetos caídos en desuso por la presencia de elementos sustitutos, adoptados por factores de prestigio dependiente de la subvaloración de lo propio; incorporaciones de bienes industriales que no aportan a la eficacia de los usos ni de la preservación de la identidad. Consiste en la búsqueda de objetos de la tradición estructuralmente funcionales y formalmente con suficiente valor diferencial, por lo que cuentan con la posibilidad de un mercado. Su recuperación se hace por la búsqueda de objetos físicos y/o por la realización de entrevistas de evocación desarrolladas con los mayores de una comunidad tradicional, indígenas o campesina. Estos objetos pueden o no ser sometidos al siguiente aspecto o paso de la metodología.

**Mejoramiento:** Se realiza sobre objetos de la tradición que a juicio de los valores del mercado no corresponde a los usos del consumo comercial, ni se acomoda a las preferencias determinadas por la forma, pero que poseen opciones de mercado. Este mejoramiento puede hacerse en la estructura funcional del objeto, especialmente en los acabados, en las relaciones de proporción de los elementos y en la práctica y concepto de la aplicación del color.

**Desarrollo:** es la elaboración de nuevos productos a partir de la regencia de la tradición cultural si es del caso en función de los principios de preservación de factores culturales de identidad. O bien la generación de un nueva propuestas explorando en las opciones de la agregación de diferencia de ya sea desde el punto de vista de los materiales constitutivos, o bien de los usos prácticos en que se determina la novedad de su funcionalidad, o bien, finalmente, a nivel de una nueva propuesta de expresión formal.

En cada uno de los casos se estudian los componentes de un objeto desde el punto de vista de la relación uso-forma y función, para identificar los factores estructurales que la determinan y sobre los que se trabaja funcional o formalmente para adecuarlos a las preferencias del mercado, en la medida que el objetivo es la comercialización para generar fuentes de recursos para el mejoramiento evidente de las condiciones de vida de los productores.



Otro aspecto con que se ha intervenido para el mejoramiento tecnológico ha consistido en la experimentación para el desarrollo de nuevas herramientas de trabajo para facilitar el acopio funcional de las materias primas desde la perspectiva de la preservación de las especies y el uso racional de los recursos (construcción de unas tijeras aplicadas en astas y acción mecánico desde el otro extremo utilizadas para el corte de los cogollos de palma sin tumbar las palmas, cuya recuperación promedia los cinco años), la transformación de las materias primas en los procesos de elaboración o producción de objetos artesanales.

En relación con herramientas el aporte más significativo ha sido en los procesos de incorporaciones tecnológicas dirigidas mediante la capacitación o asesoría. Se trata tanto de la incorporación de herramientas y equipos como de los procedimientos de buen uso y mantenimiento funcional, para cuyo fin los proyectos de desarrollo contemplan la dotación de equipos y herramientas y la capacitación y asesoría para el uso eficaz de las herramientas y la preservación en buen estado encaminados a la superación de los riesgos durante los ejercicios de adaptación.

Este proceso tiene una gran incidencia en las condiciones del trabajo artesanal tanto a nivel del producto, en términos de mejoramiento de sus acabados (que constituye una ganancia en el aspecto del diseño), como en lo económico para lo que la eficacia tecnológica se expresa se expresa en la determinación de los costos que, por efecto de la aceleración de los aspectos mecánicos de los procesos se reduce la aplicación del tiempo de producción por unidad facilitando la competitividad económica en los mercados y/o en el incremento de la rentabilidad a través del mejoramiento de los índices de ingreso.

### **2.3.3. Gestión de Recursos y Cooperación Internacional**

La cooperación internacional es un instrumento fundamental para el desarrollo; con ella se busca elevar la calidad de la producción y el posicionamiento del producto artesanal en los mercados nacionales e internacionales, a través del perfeccionamiento tecnológico, la asistencia técnica y el intercambio cultural y comercial.

Las actividades que se desarrollan incluyen el intercambio de experiencias y conocimientos sobre avances tecnológicos aplicados a la actividad artesanal: Programas de Asistencia Técnica Internacional, pasantías de artesanos y expertos, seminarios internacionales y formulación y presentación de proyectos para la consecución de recursos.

### **2.3.4. Sostenibilidad de los Recursos Naturales para la Artesanía.**

Artesanías de Colombia apoya la gestión ambiental en la producción artesanal con la concertación institucional para el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales utilizados en la producción de artesanías, la incorporación de tecnologías limpias y eficientes en el sistema productivo artesanal. Esta estrategia busca sensibilizar al colectivo artesanal, proveedores de materias primas naturales, comercializadores, clientes y técnicos de apoyo local, sobre la importancia y responsabilidad del manejo sostenible de los recursos naturales para conservar los oficios, como expresión sociocultural y factor de desarrollo económico. También apoya la implementación de planes de manejo sostenible de especies vegetales escasas o de recursos minerales para la alfarería y la cerámica, dentro del entorno de una economía campesina e indígena sostenible.



Esta iniciativa también busca adicionar valor ambiental al producto artesanal que le permita acceder a certificación verde y participar así en mercados diferenciados y ambientalmente sensibles; apoyar el desarrollo de tecnologías limpias y eficientes aplicables a los procesos extractivos y transformativos, sustituyendo técnicas de trabajo ambientalmente costosas o depredadoras, como hornos y fogones de leña; y rescatar saberes y conocimientos ancestrales sobre la polifuncionalidad de usos y aplicaciones de las especies, en la medicina, la industria, los alimentos y la producción microempresarial.

### **2.3.5. Fortalecimiento de la Imagen de la Artesanía Colombiana en el Ámbito Nacional e Internacional**

Como entidad del Estado, Artesanías de Colombia construye la imagen de la artesanía colombiana para el mundo, contribuye a identificar nichos de mercado y estrategias de comunicación para cada segmento y necesidad. Para este efecto propicia la participación de los artesanos en Ferias Internacionales y realiza ferias por regiones y oficios, que conforman un calendario anual donde figuran EXPOARTESANIAS, MANOFACTO, la Feria del Eje Cafetero, El Día del Artesano, La Medalla a la Maestría Artesanal y los Concursos Nacional e Internacional de Diseño para La Artesanía, entre otros eventos. Dentro de esta estrategia figuran las publicaciones de la Empresa, las vitrinas comerciales, la presentación de “Casa Colombiana” y el Sistema de Información para la Artesanía.

La estrategia de difusión ha tenido como lema, retomar lo nuestro, volver la mirada hacia adentro, explorar nuestra esencia y recuperar nuestros valores. La fuerza de las tradiciones continúa viva en la artesanía.

Los Concursos Nacionales e Internacionales de Diseño para la Artesanía son un punto de encuentro entre la artesanía y el diseño y se han constituido en una fuerza generadora que impulsa el desarrollo del sector.

También, el Centro de Investigación y Documentación Artesanal "CENDAR" contribuye a esta labor, ofreciendo a una amplia diversidad de usuarios<sup>6</sup>, la posibilidad de acceso a información especializada en artesanía y arte popular. Cumple la labor de acopio y difusión de la información sobre la cultura del sector artesanal, su historia, estructura social, cobertura, características de procesos productivos, comercialización, etc.

### **2.3.6. Impulso a la Comercialización**

La comercialización es el eslabón de la cadena que hace posible insertar productos artesanales dentro de la dinámica del mercado. En este contexto, la Empresa busca acercar los artesanos a los comparadores, asegurar que su trabajo se remunera en forma justa y evitar aquella intermediación innecesaria que reduce el rendimiento económico de los artesanos, si bien se reconoce el papel importante que desempeñan las empresas comercializadoras y el compromiso de los artesanos de ofrecer precios, que siendo justos, sean lo más bajos posibles a fin de lograr mayor competitividad en el mercado. Este objetivo se ha venido desarrollando mediante:

---

<sup>6</sup> El CENDAR es consultado por un gran número de estudiantes universitarios especialmente de Diseño y de Antropología, por Diseñadores, Artesanos, Comercializadores y, en general, estudiosos e investigadores de la artesanía.



### **Formación y Asistencia Técnica en Comercialización y Mercadeo:**

Siempre que lo requieren, los proyectos que desarrolla la Empresa con las comunidades artesanas, incluyen este componente, que busca formar a los artesanos en el manejo de costos, precios y estrategias de promoción y comercialización de sus productos. Para este efecto la Empresa dispone de material didáctico elaborado para los artesanos (cartillas y videos muy sencillos y diseñados especialmente para ellos) que les ayuda a prepararse para llevar sus cuentas y comercializar su producto en mejores condiciones. Incluye componentes de administración del taller y del recurso humano, de presentación del producto, imagen gráfica, empaque y embalaje; preparación para participación en ferias y eventos comerciales.

### **Organización de eventos feriales y creación de escenarios adecuados para promover la comercialización**

Son numerosos los eventos feriales que se realizan durante el año, organizados y promovidos por la Empresa con el fin de crear condiciones que estimulen la comercialización de la artesanía y faciliten el encuentro directo de los artesanos con los compradores. Este esfuerzo se ha realizado procurando siempre condiciones que dignifiquen la artesanía y a los artesanos y convoquen estratos de población con capacidad de compra significativa, entre quienes se ha buscado desarrollar el aprecio por la artesanía como una forma de encontrarse con sus raíces y afirmar su identidad. A continuación se reseñan las ferias que se realizan y escenarios donde se desarrollan:

**EXPOARTESANÍAS** un programa estratégico que inició en 1991 con el propósito de fomentar altos estándares de calidad en los productos artesanales así como capacitación en diseño, comercialización y promoción. La feria se realiza en el Centro Internacional de Ferias y Exposiciones –CORFERIAS- en Bogotá, durante la primera quincena del mes de diciembre; en el 2004 se llevó a cabo la 14<sup>a.</sup> versión<sup>7</sup> realizada en forma consecutiva cada año y cuenta siempre con muestras artesanales de varios países invitados. La Feria ha cumplido con la función de dinamizar y fortalecer el sector artesanal y se ha constituido en plataforma para que comercializadores y almacenes incorporen en sus inventarios productos artesanales. Es el lugar para encontrar lo mejor de la expresión artesanal indígena, tradicional y contemporánea a través de productos elaborados con materias primas naturales como fibras, textiles, madera, plata, oro, arcilla, cerámica y piedra, entre otros.

Desde sus inicios, el principal reto de EXPOARTESANÍAS ha sido estimular la demanda del producto artesanal en el mercado y por los resultados obtenidos puede afirmarse que responde a las nuevas tendencias del diseño y calidad de productos que busca el consumidor. Año tras año, EXPOARTESANÍAS cumple con el propósito de comercializar el producto artesanal; permite a los compradores negociar directamente con los artesanos y facilita un acercamiento directo con el Mercado; rescata las tradiciones, convierte el oficio en una actividad rentable, aporta al bienestar socioeconómico de los artesanos y hace efectivas las exigencias de la demanda.

---

<sup>7</sup> En la Feria son aceptados un total de 850 artesanos seleccionados entre cerca de 2000 solicitantes. Los criterios de selección que se aplica buscan asegurar: calidad del producto, innovación, diversidad de los oficios representados, presencia de las regiones y de las diversas etnias, y apertura a quienes no hayan tenido oportunidades anteriores. En EXPOARTSANIAS 2004 ingresaron 115 mil visitantes durante los 15 días de Feria y las ventas llegaron a \$8.058 millones de pesos; este monto representa el 14% de incremento en ventas respecto al año anterior.



EXPOARTESANÍAS es una sociedad entre la Corporación de Ferias y Exposiciones S.A CORFERIAS y Artesanías de Colombia. Sus visitantes la consideran un maravilloso recorrido por el país y puede afirmarse que es la más importante feria artesanal de América Latina. En el 2002, Artesanías de Colombia recibió del Gobierno Nacional, el Primer Premio Nacional de Alta Gerencia, por el proyecto estratégico comercial EXPOARTESANÍAS

**El Centro Comercial y de Negocios “Plaza de los Artesanos y la Microempresa” La Plaza de los Artesanos** hace parte del Plan Maestro Parque Simón Bolívar. Abrió sus puertas en 1998 y es el segundo recinto ferial en la Capital de la República y fue concebido y construido por Artesanías de Colombia para responder a la necesidad urgente de contar con un escenario de altas especificaciones técnicas especialmente diseñado para la exhibición, comercialización y promoción de productos artesanales y de la pequeña empresa, como también para la capacitación de artesanos y microempresarios. Tiene un área de 37.000 metros cuadrados con capacidad para 400 artesanos por evento; consta de 8 plazoleas de 500 mts<sup>2</sup> cada una, incluye talleres demostrativos de oficios, Centro de Diseño e información de mercados, sala múltiple y Rotonda de Comidas. La Plaza ofrece gran atractivo turístico, tanto para los habitantes de Bogotá, como para los visitantes del país y del exterior.

La Plaza es un gran espacio que evoca las tradiciones ancestrales de las plazas y los patios, lugar común de las raíces latinoamericanas. Está concebida como un espacio versátil, de encuentro, recreación, comercio y cultura. Sus instalaciones, diseñadas como un organismo urbano son un conjunto de plazas y patios que se mezclan con jardines y paseos. El diseño arquitectónico, flexible y adaptable, permite gran multiplicidad de usos y eventos. La plaza es un punto de encuentro en la ciudad, alrededor de una nueva estética. Es la ventana por donde, con orgullo, el artesano muestra al mundo sus productos, música, folklore, danza, gastronomía...allí se recrea la cultura colombiana. Alrededor de la Plaza se reencuentra el país.

En la Plaza se realizan eventos como: la Feria del Eje Cafetero durante Semana Santa, y MANOFACTO en agosto durante el festival de verano de Bogotá, la feria de Artes Manuales en mayo. Además de estas ferias que se realizan con periodicidad anual, también se han organizado otras como la “Feria del Pacífico Colombiano” en octubre de 2003, la “Feria Artesanal Andina” en octubre del 2002 y la “Feria Artesanal Indígena de América” en el 2000. Así mismo, se realizan allí otras Ferias y Eventos relacionados con la pequeña y mediana empresa patrocinados por diversas entidades a las cuales la Empresa alquila los escenarios, que tienen el compromiso de generar ingresos para procurar sostenibilidad. La Plaza, en suma, aporta a la dignificación de la artesanía y a los artesanos y la generación de ingresos.

**Puntos de venta en el país:** Con el propósito de impulsar la oferta de productos que desarrollan los Centros de Diseño para la Artesanía, la Empresa cuenta con tres (3) almacenes en Bogotá<sup>8</sup>. Ellos constituyen una excelente vitrina comercial donde se exhiben productos y líneas especiales de artesanías con alto contenido de diseño. Adicionalmente, en septiembre de 2004 se abrió un nuevo punto de venta en Cartagena en alianza con la Sociedad Portuaria, para atender a los viajeros de los

---

<sup>8</sup> El Almacén de las Aguas está ubicado en el primer piso de la Sede Principal de la Empresa, carrera 3ª. # 18ª-58. El Almacén del Norte está ubicado en la carrera 11 # 84-12; el tercer almacén se localiza en la Plaza de los Artesanos, Transversal 48 # 63ª- 52 Bogotá



cruceros que visitan la ciudad; también, en Alianza con la nueva Sala VIP que se abrirá un punto en el Aeropuerto ELDORADO de Bogotá, donde se contará con un escenario para exhibición de productos y, adicionalmente un espacio para venta en el área del IN BOND del aeropuerto.

**Puntos de venta en el exterior:** Bajo la modalidad de “contrato para el uso de marca”, desde el 2002 se cuenta con un punto de venta<sup>9</sup> en West Palm Beach - Sur del Estado de La Florida, en los Estados Unidos, que no solamente apoya la comercialización en la zona sino que sirve de vitrina para los productos artesanales el resto del país y, en julio de 2005 inició operaciones uno en New York. Es además una experiencia que se evalúa con el fin de explorar la posibilidad de multiplicarla en otras zonas de los Estados Unidos y en otros países.

**Participación en Ferias Internacionales,** en ruedas de negocios, “show rooms” y asume una comercialización pionera que busca abrir puertas y explorar nuevas aplicaciones para la artesanía y nuevos nichos y escenarios de mercado para facilitar el acceso a los artesanos y comercializadores.

**Servicio de Apoyo para Exportación de Artesanías.** La complejidad de los procesos de exportación, con frecuencia atemoriza a los artesanos que, además, sienten alguna desconfianza de vender a compradores que no conocen. Así mismo, hay compradores para quienes resulta dispendioso relacionarse con numerosos artesanos, debido principalmente a su localización en lugares dispersos, de difícil acceso y a las limitaciones para comunicarse en forma ágil con ellos. Para facilitar dichos negocios, la Subgerencia Comercial de Artesanías de Colombia, ofrece a artesanos y compradores, el servicio de “facturación y despacho de la mercancía” seleccionada y negociada directamente por el cliente con los artesanos; este servicio es de especial utilidad en negocios de exportación, en cuyo caso Artesanías de Colombia S.A. controla todas las etapas del proceso hasta que el cliente reciba la mercancía a satisfacción. Los productos deben ser entregados por el artesano en las bodegas de Artesanías de Colombia S.A., donde se consolida el pedido y se procede al empaque y alistamiento de la mercancía para su despacho. Terminada la labor de alistamiento de la mercancía se elaboran los documentos de exportación que son transmitidos al cliente y se contacta a la Sociedad de Intermediación Aduanera que indique el importador para la realización de los trámites de exportación, transporte y seguros internacionales de la mercancía hasta el puerto o aeropuerto de destino. Con la intervención de Artesanías de Colombia, como intermediario por el artesano en la realización de esta facturación, se exonera al cliente comprador del pago de IVA, por considerarse una exportación definitiva en donde se registra un reintegro de divisas.

## **Exportación de artesanías colombianas**

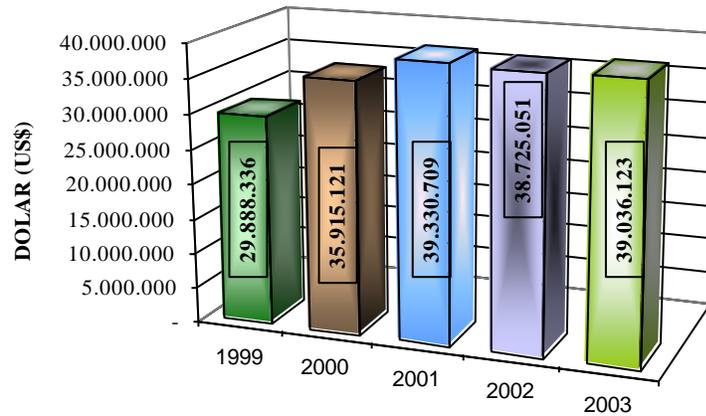
Las exportaciones del país entre 1999 y el 2004, se ha situado cerca de los cuarenta millones de dólares anuales.

---

<sup>9</sup> El punto de venta de la Franquicia está ubicado en City Place Mall 477 South Rosemary Avenue. Suite 175 West Palm Beach, Florida. U. S.A.



### Exportaciones de Artesanías Colombianas.



Los países de destino de nuestras exportaciones son en orden de importancia: Estados Unidos, Venezuela, México y Reino Unido. En la siguiente tabla se puede ver su comportamiento en los años 1.999 a 2.004 (primer trimestre).

Nombre del país	1999	2000	2001	2002	2003	2004*
Estados Unidos	9.254.683	10.113.109	12.063.263	13.516.427	13.818.857	1.170.852
Venezuela	4.372.391	7.399.472	6.601.134	4.333.486	1.190.213	136.374
Bélgica	270.282	1.969.325	587.137	799.251	228.940	
México	129.600	3.134.391	3.864.721	4.374.420	5.445.689	328.421
Guatemala	633.569	372.862	451.514	696.238	715.246	11.141
Canadá	578.271	383.191	391.523	262.886	689.758	22.344
Chile	559.399	1.734.250	1.369.984	1.256.164	1.057.628	82.003
Republica Dominicana	540.386	329.488	620.895	497.938	330.803	95.259
Brasil	214.383	524.076	685.883	856.238	541.486	40.822
Reino Unido	198.673	480.602	814.871	1.408.559	4.469.753	359.050
Panamá	360.584	475.549	491.258	416.527	602.660	40.201
Perú	358.352	432.314	317.805	327.616	408.383	15.488
Costa Rica	239.612	421.270	418.415	431.791	443.033	21.014
Ecuador	164.114	310.213	732.484	841.512	853.492	83.101

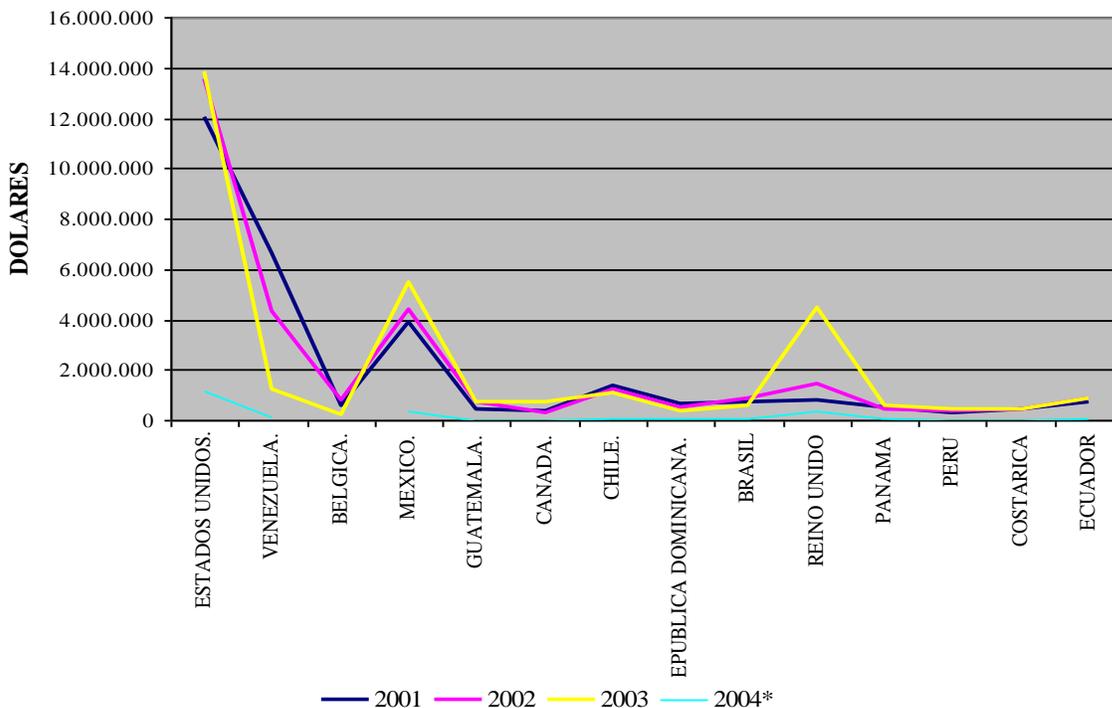
\*Enero a Marzo



El producto artesanal colombiano tiene la imagen suficiente para justificar su presencia en el mercado internacional, pese a las dificultades que para los artesanos trae el proceso mismo de exportación y el sostenimiento de la demanda, en su mayoría concentrada en los mercados de Europa, Japón y Estados Unidos y donde es considerado como producto exótico.

En el año 2001 exporto mas de 39 millones de dólares en donde sobresalieron vajillas y artículos de uso domestico, manufacturas de cuero, y artículos de madera, los países a los que mas se exporto son Estados Unidos, México, Venezuela y reino Unido, el comportamiento del año 2002 fue muy similar al del año 2001, para el año 2003 la cifra subió llegando a los 40 millones de dólares y continuando los productos en cuero los de mas salida.

### PAISES DE DESTINO DE EXPORTACIONES ARTESANALES



Para ilustrar acerca de las posiciones arancelarias y el valor que se exporta de cada una de ellas, en el siguiente cuadro se muestra el valor exportado durante el año 2.003. (Ver anexo 4)

#### 2.4. El futuro de la artesanía en el marco del TLC

Confiamos que será positivo, siempre y cuando las políticas de desarrollo del sector continúen evolucionando hacia la competitividad del producto, para lo cual será determinante manejar estándares de calidad muy altos y, para algunos productos, precios muy por debajo de los actuales y volumen de producción; para otros, ubicar los nichos de mercado para productos exclusivos, en Estados Unidos, en el caso de que suscriba el Tratado de Libre Comercio. El éxito seguramente



dependerá del apoyo que el Estado le brinde al sector y, muy especialmente, de la mentalidad y actitudes empresariales que desarrollen los artesanos.

Hechos como la inundación del mercado colombiano de bienes importados a raíz del proceso de globalización iniciado en 1991 con la apertura económica, incentivaron el crecimiento del comercio exterior colombiano como respuesta al déficit continuo de la balanza comercial, el cierre de numerosas empresas que no estaban preparadas para enfrentar la entrada masiva de nuevos productos y el consecuente incremento del desempleo en los últimos años, entre otros aspectos negativos de la economía nacional.

Así, aprovechando oportunidades de mercados ampliados por la suscripción a diferentes acuerdos comerciales, el gobierno colombiano ha hecho énfasis en la formulación de políticas de mercadeo internacional tendientes al incremento y diversificación de la oferta productiva exportable con la utilización de instrumentos facilitadores de la labor exportadora que consoliden y estimulen su desarrollo.

De igual manera, es considerado como uno de los sectores de mayor proyección internacional, debido a virtudes tales como ser un producto representativo de la cultura colombiana y determinado no sólo por la agregación de valor cultural sino por su calidad y grado de innovación y diferenciación. Todas estas características primordiales para justificar su presencia constante en los mercados internacionales pesen a presentar una producción muy limitada.

El éxito de la artesanía nacional en el Tratado de Libre Comercio depende en buena medida de tener productos innovadores, competitivos en calidad y precio y con capacidad de oferta en volumen.

El mercado norteamericano es uno de los principales clientes de este sector. Además de la innovación y el desarrollo de cadenas productivas hay otras áreas en las que Artesanías viene trabajando por considerarlas fundamentales para enfrentar el TLC. Por ejemplo, la organización de la producción, el repoblamiento de materias primas, la capacitación de los artesanos y la búsqueda de nichos de mercado que valoren los productos hechos a mano.

En la mesa de negociación, uno de los puntos fundamentales es el de propiedad intelectual. Por eso trabajan con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el desarrollo de marcas de certificación y marcas colectivas que les permitan proteger los productos artesanales colombianos.”

El TLC es una oportunidad en la medida que Colombia puede continuar aprovechando las preferencias arancelarias, que hoy por hoy, tiene en el mercado de los Estados Unidos, es decir, los productos ingresan sin arancel.

## **2.5. Otros proyectos de carácter estratégico asumidos por Artesanías de Colombia.**

También son tareas centrales de su quehacer, la asistencia técnica y acompañamiento permanente a las comunidades artesanas en procura de calidad, recuperación e innovación en el diseño, siempre con la perspectiva de su potencial en el mercado nacional e internacional y con profundo respeto por



las tradiciones culturales de las comunidades. De igual manera se busca profundizar el respeto por medio ambiente y la formación de conciencia ecológica que conlleve al cuidado de las especies, vegetales y minerales, utilizadas como materia prima para la artesanía.

En este contexto la Empresa ejecuta tareas de singular trascendencia y de carácter pionero como los que se reseñan a continuación

### 2.5.1 Certificado de Calidad "Hecho a Mano"



Este trabajo se viene adelantando en convenio con el Instituto Colombiano de Normas Técnicas ICONTEC, con el objeto de desarrollar un esquema de certificación de artesanías, como herramienta para identificar y cuantificar el comercio y favorecer la circulación en mercados internacionales con posiciones arancelarias especiales.

En el año 2003 se elaboraron documentos referenciales o soportes de descripción técnica de los oficios de tejeduría-estería, cerámica-alfarería, maderas, joyería, cuero y metales, sobre los cuales se realizó la verificación para el otorgamiento del certificado "Hecho a Mano". También se diseñó y aplicó la prueba piloto y se otorgaron certificados a 53 artesanos: 22 a grupos orfebres de Mompo, 17 a tejedores y cesteros de San Andrés de Sotavento y 14 a ceramistas y alfareros de la Chamba.

A la fecha se han entregado 294 sellos de calidad en todo el país que involucran los talleres de los artesanos que hacen parte de las 11 cadenas productivas. Se incluyen oficios y productos tales como: Joyería (filigrana Mompo); Cerámica (negra, roja y decorativa), Tejeduría (Caña flecha, Iraca, Mimbre); Textiles (Hamacas); Seda (Cauca); Guadua (Eje cafetero) y productos en fibra de palma estera.



## 2.5.2 Sistema Integrado de Información y Asesoramiento para la Artesanía. – SIART.

El Sistema fue creado para proporcionar información sobre el sector artesanal, que redunde en el fortalecimiento del mismo, de su competitividad y de un mejor posicionamiento del producto en el mercado mundial. Se trata de asesorar a los artesanos productores y a los comercializadores, para mejorar la productividad, calidad y el mercado de la artesanía, utilizando las ventajas de la informática. Este proyecto cuenta con la cooperación económica del Banco Interamericano de Desarrollo, BID.

Las actividades se encaminaron a la capacitación del personal de la Empresa y en especial de los artesanos y otros agentes vinculados al sector artesanal, mediante el acercamiento a la informática y, a través de ésta, la puesta en escena de la sinergia entre los procesos de producción y del diseño. Así mismo, se trabajó en el levantamiento de información para el sistema y en la adquisición de equipos, accesorios y servicios para el funcionamiento técnico del mismo.

### Sistema de Información para la Artesanía



En Artesanías de Colombia se capacitó a 110 personas vinculadas, entre ellos diseñadores, acerca del funcionamiento y uso del SIART, con el fin establecer las responsabilidades de cada una de las áreas en el ingreso de información al Sistema y de instruir al personal en el manejo de la herramienta virtual de la Empresa.

A través del SIART, los Centros de Diseño de Bogotá, Pasto y Armenia realizaron 230 capacitaciones a artesanos. En el marco de la Feria EXPOARTESANÍAS se realizaron varios talleres, en los que se dieron las bases para que 51 beneficiarios utilizaran el Sistema y entraran en interacción con los consultores y diseñadores, que tienen a cargo el desarrollo de capacidades para el diseño de nuevos productos, la reingeniería de procesos de producción, la transmisión de la



información y el desarrollo de discusiones abiertas sobre aspectos técnicos y de comercialización de artesanías, así como la evaluación continua respecto a la calidad de los servicios.

Se adelantó el estudio de factibilidad que prevé la integración al Sistema, de la documentación existente en el Centro de Información y Documentación de Artesanías de Colombia, CENDAR, que durante el año 2003 atendió 5.367 consultas en sala y 522 a través del correo electrónico, presentadas por escolares, universitarios, artesanos, funcionarios, comercializadores e investigadores. También se trabajó el tema de alianzas estratégicas con otros servicios de información, capacitación y asistencia técnica que existen en Colombia.

Con el fin de asegurar la cobertura del Sistema en todo el país, se gestionó la suscripción de un Convenio con el Ministerio de Comunicaciones, de manera que los artesanos de todas las regiones puedan hacer uso del SIART y recibir asesorías a través de los 500 Telecentros que se crearon a través de la Agenda de Conectividad y Compartel, ubicados en centros poblados y municipios.

A través de la página web de artesanías de Colombia, [www.artesaniasdecolombia.com.co](http://www.artesaniasdecolombia.com.co) se ha abierto otra posibilidad para los artesanos de todo el país, que tienen productos de excelente calidad y con capacidad de producción en volumen, de promocionar y divulgar sus productos, a través de la sección “galería de artesanos”, actualmente sin costo alguno.

### **2.5.3 Propiedad Intelectual en el sector artesanal**

Luego de la formalización del Convenio de Cooperación Interinstitucional celebrado con la Dirección Nacional de Derechos de Autor, se inició el análisis del tema de derecho de autor en relación con la artesanía, y se publicó la Circular 10, “Las Artesanías y el derecho de autor”, producida por esa institución.

En cumplimiento de las obligaciones pactadas en convenio de la referencia se llevaron a cabo las siguientes actividades:

- 1- Se Integró el Comité de Trabajo Permanente que tuvo a su cargo la administración, coordinación y orientación general del Convenio.
- 2- Intercambio de información y documentación sobre el tema de protección del Derecho de Autor a las creaciones artesanales entre los centros de documentación de las dos entidades.
- 3- Divulgación de la Circular No.10 “Las artesanías y el derecho de autor” y Circular No.9 “El derecho de autor y las Micro, Pequeñas y Medianas empresas–MIPYMES”, para la difusión del derecho de autor en relación con la protección de las expresiones artesanales.
- 4- Formulación de plan estratégico al interior de Artesanías de Colombia para el desarrollo del tema y determinación de acciones relacionadas con difusión de la cultura de la protección de los derechos de autor de las expresiones artesanales.
- 5- Participación conjunta en el Comité Interinstitucional constituido con el propósito de definir un Plan Estratégico Nacional de Propiedad Intelectual (PENPI).
- 6- Organización conjunta de seminarios sobre protección de las creaciones artesanales a través del Derecho de Autor en la Plaza de los Artesanos y en el marco de la feria Expoartesanías para artesanos, funcionarios y personas vinculadas al sector.
- 7- Inclusión de hipervínculos (links) en las páginas Web de las dos instituciones, sobre temas relacionados con la protección de las creaciones artesanales a través del Derecho de Autor.



- 8- Participación de los funcionarios en los eventos organizados por la Dirección Nacional Derecho de Autor y Artesanías de Colombia y otras entidades.
- 9- Seguimiento a los avances en las discusiones sobre la definición de un sistema sui géneris para la protección de recursos genéticos, conocimientos tradicionales, expresiones culturales tradicionales y la artesanía como parte de estas últimas.
- 10- Seguimiento a la información sobre la posición de Colombia sobre el tema de Derecho de Autor como parte del capítulo de Propiedad Intelectual en marco de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos-TLC.
- 11- Prestación de asistencia técnica por parte de la Dirección Nacional de Derecho de Autor a funcionarios de Artesanías de Colombia, artesanos, diseñadores y demás personas vinculadas al sector.
- 12- Artesanías de Colombia brindó información a la Dirección Nacional de Derecho de Autor sobre caracterización del sector artesanal, organización de la producción, interacción entre artesano y diseñador y comercialización.
- 13- Incorporación del tema de Derecho de Autor en los proyectos de desarrollo para el sector artesanal.

El tema fue objeto de trabajo en los talleres que se realizaron en el marco de las Ferias de MANOFACTO y EXPOARTESANÍAS 2003-2004, en donde se prestó un servicio de consulta sobre el tema, con el fin de que los artesanos recibieran asesoría jurídica de expertos de la Dirección Nacional de Derechos de Autor sobre casos concretos.

Ante la necesidad de tener una visión integral sobre el tema de propiedad intelectual, se realizaron gestiones en la Superintendencia de Industria y Comercio, para realizar un trabajo interinstitucional, con miras al desarrollo de mecanismos de protección para la artesanía. Como resultado de este proceso se acordó formar y capacitar a personas vinculadas a la Empresa y se establecieron las prioridades de la temática a desarrollar.

Actualmente se trabaja en la liquidación del convenio y en la suscripción de uno nuevo con un plan a desarrollar con base en los Planes de Acción de la Dirección Nacional de Derechos de Autor y Artesanías de Colombia.

### **Comité de Propiedad Intelectual**

En el año 2004 se creó el comité de “Propiedad intelectual” como instancia técnica operativa, encargada de liderar, coordinar y desarrollar el trabajo orientado a institucionalizar el tema de propiedad intelectual en Artesanías de Colombia. Está conformado por los subgerentes de la empresa y/o sus delegados.

Entre sus funciones se encuentran la elaboración de planes de trabajo de acuerdo con los lineamientos de los Planes Estratégicos Institucional y Nacional; la definición de políticas y ejecutar programas para la incorporación de este tema en los procesos administrativos y productivos y de asistencia técnica de la Empresa; la formulación de proyectos de propiedad intelectual para el sector artesanal colombiano e identificar posibles fuentes de financiación; la realización de actividades dirigidas a obtener cooperación técnica nacional e internacional en propiedad intelectual; la búsqueda de mecanismos de comunicación con instituciones técnicas nacionales e internacionales encargadas del tema de propiedad intelectual que permita concretar el desarrollo de



actividades conjuntas y realizar seguimiento, monitoreo y evaluación a las actividades que se adelanten en Artesanías de Colombia, en el marco de la propiedad intelectual, entre otras.

#### **Avances logrados en el tema.**

Un importante paso dado en años anteriores por Artesanías de Colombia fue registrar la marca mixta ante la Superintendencia de Industria y Comercio. Aunque se presentó una oposición durante el proceso se logró convencer al Superintendente de la época que nuestra marca cumplía con todos los requisitos de la normatividad aplicable sobre el tema.



El tema de propiedad intelectual no sólo se enmarca en la ejecución de las políticas de Estado sobre Propiedad Intelectual y en el interés manifiesto de la Gerencia General de Artesanías de Colombia de aplicar este sistema a la artesanía, sino también en el desarrollo del Proyecto de estructuración de las cadenas productivas de: caña flecha en Sucre y Córdoba, mimbre en Tolima y Cundinamarca, cerámica en Huila, chinchorros y hamacas en Guajira, Iraca en Nariño, mopa-mopa en Nariño y Putumayo, Joyería en Antioquia y sericultura en Cauca, a través del convenio suscrito entre Artesanías de Colombia y FOMIPYME.

Gracias al interés del Gobierno Nacional en el tema de propiedad intelectual, la Administración de Artesanías de Colombia ha encontrado una excelente receptividad en las instituciones competentes, particularmente en la organización Internacional de la Propiedad Intelectual - OMPI, la Superintendencia de Industria y Comercio y la Dirección Nacional de Derechos de autor, de quienes hemos recibido asesoría y asistencia técnica para avanzar en el trabajo que supone la aplicación del sistema a la artesanía.

Teniendo en cuenta que el sector artesanal genera bienes producto de la creación de artesanos y diseñadores y que debe desarrollar estrategias que estimulen la aplicación del sistema de propiedad intelectual a la artesanía, se diseñó un conjunto de acciones orientadas al estudio, la formación, capacitación, documentación y divulgación del tema al interior de la institución y del sector artesanal en general, dentro de las cuales se han venido realizando seminarios, reuniones y trabajo en equipo, que contribuyen a la divulgación del tema y a incentivar la realización de gestiones en el sector artesanal para proteger el producto:



## **Actividades Adelantadas**

Seminarios para compartir los conocimientos que poseen los sectores interesados en el desarrollo del tema y del instrumento de protección que se requiere para participar con confianza y competitivamente en los mercados de la época de la globalización de la economía, y de esa manera enfrentar con eficiencia el reto del desarrollo del sector artesanal, garantizando el disfrute de los beneficios, acordes con las condiciones y necesidades del sector.

### **Seminario a cargo de la Superintendencia de Industria y Comercio**

En este seminario se trató, entre otros temas, el de Marcas de Certificación y Marcas Colectivas, marcas que se consideran de mayor viabilidad para aplicar en el sector artesanal y en especial en las Cadenas productivas, en cuyo proyecto Artesanías de Colombia trabaja con el apoyo de FOMIPYME.

Al Seminario asistieron 108 personas entre artesanos, diseñadores y profesionales de Artesanías de Colombia.

### **Seminario Nacional de la OMPI sobre La Propiedad Intelectual: un instrumento útil para los artesanos**

Este evento académico se realizó gracias a la cooperación técnica de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual y contó con la participación de los expertos Doctor Marco Matías Alemán y la Doctora Lien Verbauwhede, quienes abordaron aspectos de Propiedad Intelectual relacionados directamente con la artesanía, como, por ejemplo: conocimientos y expresiones culturales tradicionales, protección de la artesanía mediante el Derecho de Autor y la Propiedad industrial, especialmente sobre la función que pueden cumplir las marcas colectivas y de certificación, así como las indicaciones geográficas, en la comercialización de la artesanía.

El Seminario contribuyó al enriquecimiento y la discusión sobre estrategias comunes de aplicación de la Propiedad Intelectual al sector artesanal y a la sensibilización e inducción a artesanos, diseñadores, comunidad académica y demás personas interesadas en el sector, a profundizar sobre el tema, con miras a aprovechar el potencial de los beneficios económicos que la aplicación del Sistema de Propiedad Intelectual le brinda a la artesanía, considerada ésta como un bien, producto del conocimiento, la creatividad y la tradición cultural.

A los participantes se les invitó a tener en cuenta la situación actual del país sobre todo en la relacionado con la globalización de la economía, que como es sabido por todos, se intensificará en Colombia con el Tratado de Libre Comercio, TLC, que muy seguramente tendrá repercusiones importantes en los diferentes sectores de la economía nacional, incluido el sector artesanal.

### **Consultoría de la OMPI para la Aplicación del Sistema de Propiedad Intelectual en la Artesanía.**

Las sesiones de trabajo se iniciaron con la presentación de Artesanías de Colombia de la caracterización de las comunidades artesanales, para lo cual se seleccionó el caso de La Chamba.



También se hizo la presentación del Programa de Certificación del “Sello Hecho a Mano con Calidad”, que se desarrolla en convenio con ICONTEC.

Se analizó la figura de marca colectiva, que por consenso se determinó que era la que más se ajustaba al caso expuesto y se elaboró el borrador del Reglamento de uso de dicha marca para aplicar en una primera instancia en la Comunidad de La Chamba, en el departamento del Tolima.

### **Conclusiones de la Consultoría:**

Con respecto al Certificado “Hecho a Mano con Calidad”, la Consultora Lien Verbauwhede planteó lo siguiente:

- 1- La conveniencia de realizar el registro de dicha Marca de acuerdo con la legislación Colombiana y con la de otros países, en el caso en que Artesanías de Colombia lo considere necesario.
- 2- Tramitar una solicitud de registro de marca de certificación conjunta, que incluya las dos marcas registradas que identifican las dos empresas y la nueva marca que se desea registrar. Lo anterior, teniendo en cuenta que el Certificado “Hecho a Mano con Calidad” es producto de un convenio entre Artesanías de Colombia y el Instituto Colombiano de Normas Técnicas - ICONTEC.
- 3- Retomar el diseño de la marca que se quiere registrar, puesto que a simple vista la palabra “hecho a mano” corresponde a un genérico y el logotipo de la Marca “Artesanías de Colombia” produce un mensaje distorsionado, en la medida en que lo “hecho a mano” no es la Empresa Artesanías de Colombia, sino el producto artesanal colombiano.
- 4- Analizar los términos del convenio con el Instituto Colombiano de Normas Técnicas - ICONTEC, especialmente en lo relacionado con las regalías que podría producir el uso de la Marca “Hecho a Mano con Calidad”.
- 5- En cuanto a las discusiones que se suscitaron al comienzo de la asistencia técnica sobre la Marca “Artesanías de Colombia” que identifica a la Empresa en el mercado y sobre la posibilidad de crear otras marcas para uso de la comunidad, la Consultora recomendó hacer un manejo independiente de las mismas, aclarando que a Artesanías de Colombia S.A., por ser una empresa industrial y comercial del Estado, no le conviene ampliar el registro para obtener una marca de certificación, básicamente por la actividad comercial que desarrolla. Por el contrario, Artesanías de Colombia podría participar en la creación de otras marcas de certificación, siempre y cuando lo haga conjuntamente con otra empresa, como por ejemplo con ICONTEC, en el caso de que se registre la Marca “Hecho a Mano con Calidad”, que como se dijo anteriormente debe ser revisada por el mensaje distorsionado que produce.
- 6- Sobre el tema de Marcas Colectivas, que fue uno de los temas centrales de la asistencia técnica que solicitó Artesanías de Colombia a la OMPI por considerarla una de las figuras que más se adaptaría a las condiciones del sector artesanal colombiano, la Consultora precisó que entre los objetivos de la Marca Colectiva está el de destacar rasgos de calidad de los productos para los cuales se utiliza, por lo cual también sería una opción para explorar, sin perder de vista que para ello se requiere una organización sólida que controle y verifique el cumplimiento de los requisitos que establezca para la producción con calidad de un producto.

El hecho de que los artesanos puedan hacer uso de una Marca Colectiva facilita el otorgamiento de una marca adicional de calidad como podría ser el Sello de “Hecho a Mano con Calidad”, puesto que habría de por medio una organización representante de los artesanos que ejercería control



directo sobre la calidad de los productos. Esta situación podría incidir, eventualmente, en una disminución de costos por el derecho a hacer uso de la marca. Concluye que jurídicamente pueden coexistir diferentes clases de marcas (Ej. Marca Colectiva y Marca de Certificación).

La implementación de la Marca Colectiva requiere un trabajo intenso con la comunidad interesada y en la organización que la representa, bajo cuya responsabilidad estaría la titularidad de la marca y por supuesto, la adecuación de los estatutos, que deben incluir el tema correspondiente a la administración de la marca. El ser miembro de la organización no otorga automáticamente la licencia de uso de la Marca Colectiva; para ello es esencial cumplir con los requisitos de producción que se especifican en el reglamento. Este tema fue objeto de una sesión de trabajo que concluyó con el borrador de un reglamento de uso de Marca Colectiva para perfeccionar con la comunidad de artesanos de La Chamba – Tolima.

En esa región, como en muchas otras del país como son las regiones donde se trabaja el Proyecto de Estructuración de Cadenas productivas, se han establecido acuerdos de competitividad y se han creado y fortalecido asociaciones de artesanos, que consideramos crean condiciones favorables para la consolidación del tema de las organizaciones que puedan asumir la administración de la titularidad de la Marca Colectiva.

#### **2.5.4 Programa de Certificación institucional ISO 9001**

La “International Organization for Standardization”, creada en 1946 en Ginebra-Suiza, es una organización que reúne a más de 150 países, interesados en promover y desarrollar estándares internacionales sobre prácticas de administración con calidad, para garantizar la prestación de servicios y entrega de productos a los clientes, de acuerdo con los requisitos solicitados o esperados por ellos.

Artesanías de Colombia, interesada en el tema, buscó el apoyo de la Cámara de Comercio de Bogotá y contrató a la Firma Althviz & Compañía Consultores Limitada para conseguir la certificación institucional. El trabajo se inició con un proceso de sensibilización y capacitación de todos los funcionarios de la entidad y se continuó dando cumplimiento a los requerimientos de la Norma, para lo cual se conformó el Comité de Calidad y se hizo la designación de representantes de la Dirección.

Desde el Comité se lideró la elaboración del mapa de procesos, en el que se definieron como procesos productivos y de apoyo que se trabajaron con el concurso de los funcionarios de las diferentes áreas de la Empresa. Este trabajo, a su vez, permitió formular la política y los objetivos de calidad, realizar el mapa de procesos, avanzar en la caracterización de éstos y definir los procedimientos.

En febrero de 2005, previa evaluación de ICONTEC, Artesanías de Colombia S.A. recibió Certificado de Calidad ISO 9001: 2000, luego de cumplir satisfactoriamente con los estándares requeridos por la Norma para ser certificada.

La Certificación recibida le permite a la Institución ser reconocida mundialmente por su calidad, ya que ICONTEC hace parte de la Red Internacional de Certificación IQNet, que integra a las entidades certificadoras más importantes del mundo.



Fueron certificados todos los servicios que ofrece la empresa, así: comercialización de productos artesanales, realización de eventos feriales, alquiler de escenarios, formación y asistencia técnica para los artesanos. Asesoría en innovación, diseño y desarrollo de producto y documentación para el sector artesanal.

## **2.6. Los servicios que ofrece Artesanías de Colombia.**

Como resultado de la experiencia acumulada a lo largo de 40 años de operación continua, y contando con un equipo técnico altamente especializado, tanto vinculado en forma directa como aquel otro que hace parte de un “banco de asesores” dispuestos a responder a demandas de proyectos específicos, la Empresa ha estructurado un “portafolio de servicios” que ofrece, tanto a nivel nacional como internacional, y que se presenta en detalle en el Anexo 5.

La oferta de Formación y Asistencia Técnica es flexible y adaptable a los requerimientos específicos de las comunidades artesanas, así como a la disponibilidad de recursos de las entidades contratantes de los servicios.

## **2.7. Financiación de la Empresa y de los proyectos de inversión social.**

Por su carácter de entidad de origen estatal, la Empresa recibe recursos de la nación para su funcionamiento, con criterio de extrema austeridad en razón de la difícil situación financiera del país<sup>10</sup>. En cuanto a recursos de inversión, en años anteriores la empresa contó con recursos propios para llevar capacitación y asistencia técnica a las comunidades artesanas en diversos sitios del país pero, hoy, los proyectos de desarrollo que se ejecutan en cumplimiento de su misión, demandan ingente búsqueda de recursos, a nivel nacional e internacional, para lograr financiación. Por ello, los especialistas que se requieran para ofrecer asesoría y asistencia técnica a las comunidades artesanas, son contratados puntualmente para atender las demandas específicas de los proyectos para los que se consiga financiación. La mayoría de estos proyectos son presentados ante organismos financiadores, como respuesta a demandas de las comunidades y buscando siempre la participación de entes locales y regionales de carácter público y privado, como Gobernaciones, Alcaldías Municipales, Fondos Mixtos, Cámaras de Comercio, Universidades, ONGs y empresas, que se vinculan aportando contrapartidas y comprometiéndose con la sostenibilidad de los proyectos.

## **2.8. Los beneficiarios del trabajo de Artesanías de Colombia, S.A.**

La acción de Artesanías de Colombia, S.A. está dirigida a los artesanos con conocimiento de su oficio; principalmente a comunidades con tradición artesanal. La Empresa centra su esfuerzo en la cualificación de oficios artesanales con potencial de mercado y con el claro propósito de lograr que sus productos sean competitivos, generen crecientes ingresos y bienestar a las comunidades, y contribuyan al mantenimiento y generación de empleo productivo. También se ocupa de la

---

<sup>10</sup> En 1992 la Empresa puso en marcha una reestructuración administrativa y hoy opera con una estructura plana que incluye un total de 77 personas con vinculación permanente. Adicionalmente, dependiendo de los proyectos que logren financiación se contratan los especialistas que se requieran para tareas específicas; tal es el caso de los diseñadores, quienes en ciertos períodos llegan a conformar equipos de hasta 50 profesionales, con lo cual se tiene que Artesanías de Colombia es la entidad que contrata mayor número de diseñadores en el país.



cualificación del recurso humano vinculado en alguna forma con el sector artesanal en los diversos eslabones de la cadena productiva del sector.

En suma, Artesanías de Colombia, S.A., busca fortalecer la artesanía como sector económico con el fin de aportar: al crecimiento del país, a la afirmación de la identidad cultural de la nación, de las regiones y de las comunidades, a la proyección de su imagen y cultura en el contexto internacional y, por sobre todo, al bienestar de los colombianos.

## **B. Objetivos del Plan Estratégico de Propiedad Intelectual**

### **1. Objetivo General**

Incentivar el conocimiento y uso del Sistema de Propiedad Intelectual de manera que estimule y fomente un ambiente propicio para la creación y comercialización de la artesanía como expresión de desarrollo económico, artístico y cultural del país.

### **2. Objetivos Específicos**

Definir y desarrollar las Estrategias del Plan de Propiedad Intelectual, que permitan proteger el producto artesanal colombiano en el mercado.

Orientar y dinamizar el trabajo del Comité de "Propiedad Intelectual", como instancia técnica operativa, encargada de liderar, coordinar y desarrollar el trabajo orientado a institucionalizar el tema de propiedad intelectual en Artesanías de Colombia S.A.

## **C. Estrategias del Plan de Propiedad Intelectual**

1. Estrategia de institucionalización del tema de Propiedad Intelectual.
  - Formar y Capacitar en el tema de Propiedad Intelectual.
  - Documentar el desarrollo del tema en la institución.
  - Divulgar en el ámbito institucional y del sector artesanal los avances en el tema.
  - Fortalecer el Comité Técnico de Propiedad Intelectual en la empresa.
2. Estrategia de Gestión Interinstitucional para la Propiedad Intelectual en el sector.
  - Participar en el Grupo Interinstitucional de la "Industria Cultural" que incluya el tema de la Propiedad Intelectual en el sector Artesanal.
  - Trabajar con otras entidades en la formulación de proyectos y programas interinstitucionales.
  - Gestionar recursos nacionales e internacionales para la ejecución de los proyectos y programas.
3. Estrategia de Protección del Producto Artesanal
  - Divulgar la importancia y promover el uso de la Propiedad Intelectual en el sector artesanal.



- Identificar los productos artesanales protegibles por las herramientas jurídicas existentes y promover la valoración económica y cultural de los mismos.
- Incentivar el registro de signos distintivos del sector artesanal.
- Formulación de propuestas técnicas de iniciativas para presentar ante las instancias legislativas a favor de la protección del producto artesanal

#### **D. Planes de Acción Específicos**

##### 1. Institucionalización del tema en Artesanías de Colombia S.A.

- Elaborar planes de trabajo de acuerdo con los lineamientos de los Planes Estratégicos Institucional y Nacional.
- Definir políticas y ejecutar programas para la incorporación de este tema en los procesos administrativos y productivos y de asistencia técnica de la Empresa.
- Formular proyectos de propiedad intelectual para el sector artesanal colombiano e identificar posibles fuentes de financiación.
- Divulgar en el sector artesanal colombiano los logros y desarrollos en el tema.
- Participar y representar a la Empresa en los grupos de discusión nacionales e internacionales relacionados con el tema.
- Acopiar y organizar información sobre el Sistema de Propiedad Intelectual en el ámbito nacional e internacional.
- Realizar seguimiento, monitoreo y evaluación a las actividades que se adelanten en Artesanías de Colombia, en el marco de la propiedad intelectual.
- Mantener información actualizada sobre los desarrollos que se logren en el tema en el ámbito nacional e internacional.

##### 2. Gestión Interinstitucional para la Propiedad Intelectual en el sector.

- Establecer y fortalecer la comunicación con instituciones técnicas nacionales e internacionales encargadas del tema de propiedad intelectual que permita concretar el desarrollo de actividades conjuntas.
- Formular proyectos de propiedad intelectual para el sector artesanal colombiano e identificar posibles fuentes de financiación.
- Gestionar cooperación técnica nacional e internacional en propiedad intelectual.

##### 3. Protección del Producto Artesanal

- Promover la conformación de grupos de trabajo en el sector para discutir la problemática y acciones a seguir sobre la protección del producto artesanal.
- Elaborar documentos técnicos sobre la aplicación de la propiedad intelectual a la artesanía.
- Promover la investigación sobre propiedad intelectual en la artesanía y estimular la incorporación del tema en la academia y centros de investigación.
- Diseño del modelo piloto de protección para el producto artesanal a través de la marca colectiva.

#### **E. Indicadores de Resultado.**



1. Institucionalización del tema en Artesanías de Colombia S.A.

Indicador:

- Nombre del indicador: Cumplimiento con las acciones internas para institucionalizar el tema de propiedad intelectual.
- Concepto: Relación entre el número de acciones programadas y el número de las acciones ejecutadas.
- Nivel de referencia: Meta o mejoramiento del parámetro inicial
- Nivel de Razones para entender la diferencia entre lo programado y lo ejecutado.
- Fórmula:  $\text{No de acciones internas ejecutadas} / \text{No de acciones internas programadas} * 100$
- Responsables: Comité de Propiedad Intelectual
- Periodicidad de lectura: Anual
- Instrumento: Informes mensuales de actividades de la Subgerencia de Desarrollo.

2. Gestión Interinstitucional para la Propiedad Intelectual en el sector.

Indicador

- Nombre del indicador: Gestión Interinstitucional la Propiedad Intelectual a favor del Sector Artesanal.
- Concepto: Relación entre el número de proyectos interinstitucionalmente programados a formular y el número de proyectos interinstitucionalmente formulados.
- Nivel de referencia: Meta o mejoramiento del parámetro inicial
- Nivel de Razones para entender la diferencia entre lo programado y lo ejecutado.
- Fórmula:  $\text{No. Proyectos Formulados Interinstitucionalmente} / \text{No. número de proyectos interinstitucionalmente programados a formular} * 100$
- Responsable: Comité de Propiedad Intelectual
- Periodicidad de lectura: Anual
- Instrumentos: Actas del Comité de Propiedad Intelectual e Informes mensuales de actividades de la Subgerencia de Desarrollo.

3. Protección del Producto Artesanal

Indicador:

- Nombre del indicador: Cumplimiento con las acciones en favor de la protección del Producto Artesanal.
- Concepto: Relación entre el número de acciones programadas y el número de las acciones ejecutadas.
- Nivel de referencia: Meta o mejoramiento del parámetro inicial
- Nivel de Razones para entender la diferencia entre lo programado y lo ejecutado.
- Fórmula:  $\text{No de acciones ejecutadas} / \text{No de acciones programadas} * 100$
- Responsable: Comité de Propiedad Intelectual
- Periodicidad de lectura: Anual.
- Instrumentos: Actas del Comité de Propiedad Intelectual e Informes mensuales de actividades de la Subgerencia de Desarrollo.



## Anexos

### Anexo 1

#### **Programa Nacional para la conformación de cadenas productivas en el sector artesanal.**

Este programa se adelantó a la luz de la política nacional de cadena productiva, que busca facilitar la gestión estratégica de las empresas, mediante la articulación Inter-institucional, la reforma de esquemas regulatorios y la integración de las diferentes fases de la producción, de tal forma que la sinergia entre las organizaciones públicas y privadas pueda generar ventajas competitivas, mejoramiento de la productividad, desarrollo de capacidades y posicionamiento exitoso de los productos, en el mercado nacional e internacional.

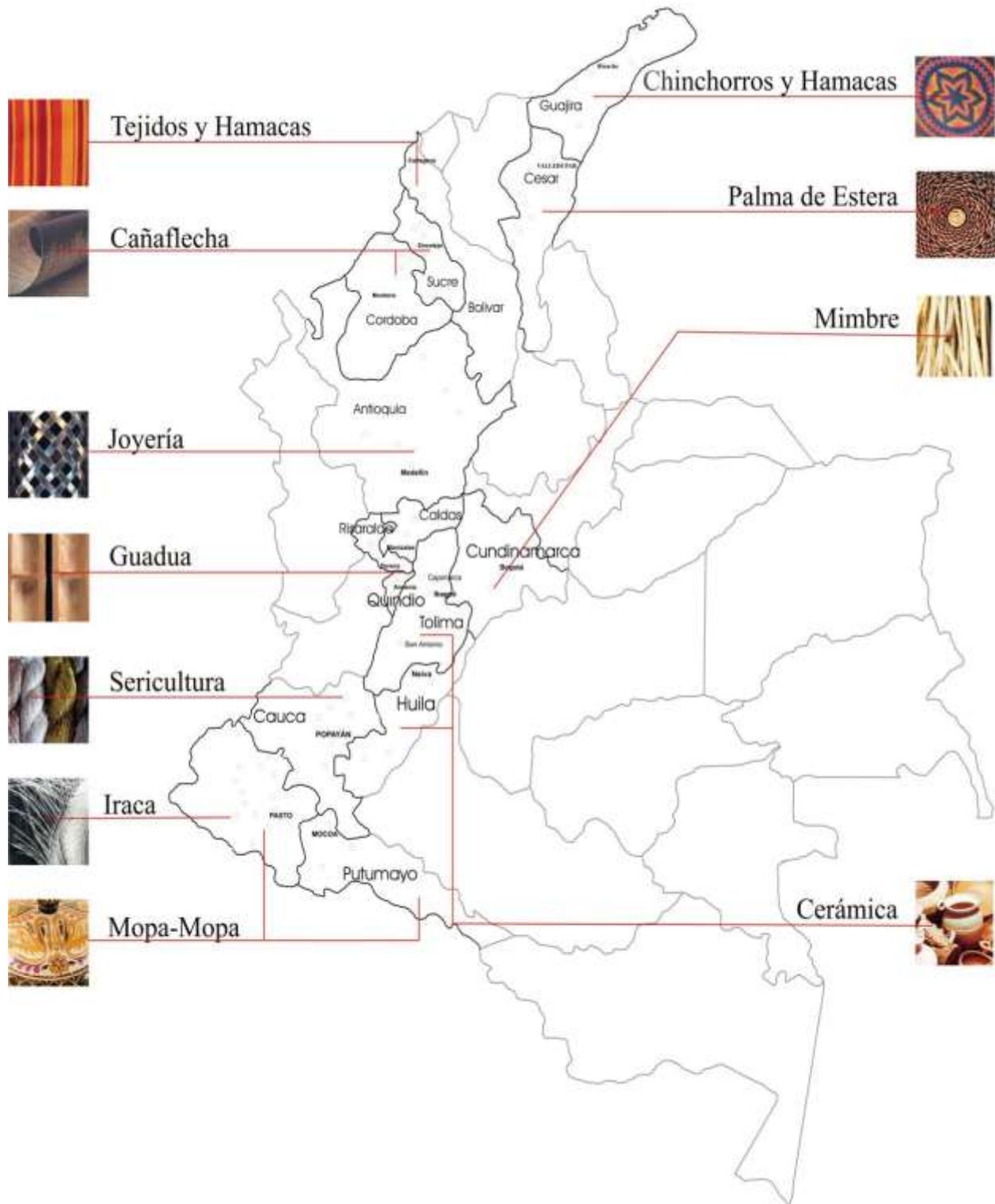
El Programa, en lo que respecta al sector artesanal, busca fortalecer y consolidar la gestión socio-empresarial y de diseño de la empresa artesanal, estructurando y articulando los diferentes eslabones de la cadena productiva e integrando a los agentes vinculados a cada uno de éstos, como proveedores, productores, comerciantes y clientes.

Con el programa se busca reducir costos, hacer economía de materiales, aumentar los volúmenes de producción, mejorar la calidad, los acabados y la disponibilidad de oferta para el mercado. En conclusión, fortalecer la organización empresarial comunitaria, incrementar la productividad y la competitividad y proporcionar a la población involucrada alternativas para mejorar el nivel de ingreso y la calidad de vida.

El programa incluye 11 cadenas productivas distribuidas en 15 Departamentos que cobijan 59 Municipios y 3.310 artesanos, entre tejedores y cesteros (1.940), alfareros y ceramistas (500), muebлерos (410), orfebres y joyeros (300) y artesanos del barniz de Pasto (160). El desarrollo de estos proyectos se inició en el 2003 y su ejecución va hasta marzo de 2.005, por una cuantía total de \$2.000'000.000, de los cuales FOMIPYME aporta \$1.756'306.000 y Artesanías de Colombia \$243'694.000:

**Cadena de Mopa-Mopa o Barniz de Pasto.** Se trabaja en los departamentos de Nariño y Putumayo, donde se desarrollan procedimientos de valoración económica, social, biológica y ecológica, a fin de cuantificar el valor de la biodiversidad y adelantar acciones agronómicas y silviculturales, encaminadas a la implantación de cultivos, así como al desarrollo tecnológico para producir lacas industriales con solventes orgánicos.

**Cadena de Caña Flecha.** En los departamentos de Sucre y Córdoba, municipios de San Andrés de Sotavento, Palmito, Sampúes y Morroa se avanzó en el desarrollo de condiciones organizacionales, tecnológicas, de producto y de mercado, en los eslabones de cultivo-extracción, preparación de fibra, tinturado, trenzado, costura, armado y, finalmente, comercialización, que contribuyan a consolidar la producción artesanal como el más importante generador de ingresos económicos de la región.





**Cadena de Cerámica.** En el departamento del Huila se definieron esquemas socioeconómicos, tecnológicos y comerciales para organizar el sistema productivo y se avanzó en la estructuración y desarrollo de los eslabones minero, productivo y comercial, especialmente en las localidades de Pitalito, San Agustín y Neiva, con la participación de artesanos de COARTEHUILA, Asociación Nuevo Horizonte, Asociación Alto Yuma, EAT Artesanos Unidos, Asociación Manos de Fuego, Asociación de San Agustín y Artesanías la Gaitana

**Cadena de la Guadua.** En los departamentos de Quindío, Risaralda y Caldas, municipios de Armenia, Montenegro, Salento Buenavista, Córdoba, Quimbaya, Calarcá, Pereira, Mistrató, Santa Rosa de Cabal, Dos Quebradas, Manizales y Neira, se generaron condiciones empresariales para la estructuración y fortalecimiento de los eslabones de proveeduría de materias primas, producción y comercialización.

**Cadena de la Iraca.** Se suscribió el Acuerdo Regional de Competitividad de la Cadena Productiva de la Iraca de Nariño por parte de 13 alcaldes municipales, representantes del Consejo Sectorial de la Cadena, por instituciones regionales, productores de palma, artesanas tejedoras y comercializadores. En este acuerdo estuvo como testigo de honor la Señora Lina Moreno de Uribe, esposa del Señor Presidente de la República.

El Acuerdo beneficiará a 6.000 mujeres tejedoras, 310 cultivadores, 500 desfibreadores de la hoja de iraca y 25 talleres de terminados y acabados. Una muestra representativa de estas personas participó en las capacitaciones orientadas al mejoramiento del blanqueado y tinturado del sombrero, que sirvieron para suprimir el estufado o ahumado de la fibra con azufre; disminuir en un 50% el uso de peróxido de hidrógeno, reducir el tiempo de blanqueado, reemplazar el uso de detergentes y lograr una economía de \$2.000 pesos en cada sombrero.

En el marco del acuerdo, en los municipios de Linares, La Florida, Pupiales, Ospina, Sapuyes, Sandoná, Ancuya, Andes Sotomayor, Colón, Génova-La Unión, Consacá, La Cruz y San Pablo se trabajó en la organización e implementación tecnológica de cultivos, procesamiento de la materia prima y en el mejoramiento de los tejidos y de los acabados del producto, con la meta de incrementar la productividad y competitividad de la producción.

**Cadena del Mimbres.** En Ibagué, Cajamarca, San Antonio y Silvania se dio prioridad a los procesos de conformación y fortalecimiento organizacional, al perfeccionamiento de los sistemas productivos, a los planes de acción empresarial y al diseño y desarrollo de estrategias de comercialización.

**Cadena productiva del Oro, la Joyería y la Orfebrería.** La primera fase de este trabajo se adelantó en convenio con MINERCOL con una inversión de \$2.400 millones de pesos y presentó los siguientes resultados: 13 departamentos beneficiados; 32 municipios atendidos; 1.535 beneficiarios entre joyeros, diseñadores y aprendices del oficio de la joyería; talleres adecuados en 11 localidades con 110 puestos de trabajo; talleres dotados con equipos y herramientas en 21 localidades con 210 puestos de trabajo; 2.480 productos experimentales desarrollados; sondeos de mercado en eventos feriales como, Expoartesanías, Manofacto, Expojoyería, Eje Cafetero, Primer Encuentro Andino, Biofach – Nuremberg, Casa Idea – Roma – Italia, Espíritu del Planeta – Bergado – Italia. Se consolidaron acuerdos de competitividad para la articulación de la Cadena en el



departamento de Antioquia, en las localidades de Santa Fé de Antioquia, El Bagre, Segovia, Frontino, Cauca y Medellín. Para ello se adelantaron procesos de sensibilización de los actores, generando valor agregado a los materiales, disposiciones de asociación y organización para llegar a una oferta exportable con identidad, calidad y amplio reconocimiento, a través del mejoramiento técnico de los procesos de producción y diseño.

**Cadena de Palma Estera.** En el Departamento del Cesar, localidades de Chimichagua, Tamalameque y Pailitas, el trabajo se orientó al desarrollo de diseños innovadores que respondan a los requerimientos de cada nicho de mercado, al impulso de la asociatividad, a la definición de criterios ambientales para elaborar normas de manejo de la palma, a los estudios de mercado y al diseño de estrategias para la promoción y comercialización.

**Cadena de Sericultura.** En el departamento del Cauca, municipios de Timbío, El Tambo, Piendamó (vereda San José), Morales, Santander y Popayán, se avanzó en la creación de nuevas líneas de producto, en capacitación en organización para la producción, tejido de dos agujas y crochet, estandarización de procesos productivos y comercialización.

**Cadena de Tejidos de chinchorros y hamacas.** Este proyecto se ha venido desarrollando con indígenas de la etnia Wayú, del departamento de la Guajira, de las localidades de Manaure, Uribia, Maicao, Rioacha, Barrancas, Bahía Portete y Nazareth, con énfasis en la estructuración de los eslabones de la producción, particularmente proveeduría de materiales, confección artesanal y comercialización.

**Cadena de Tejidos de hamaca.** En San Jacinto-Bolívar y Morroa-Sucre, se trabajó en el establecimiento de condiciones de competitividad que contribuyan al desarrollo local y regional, dando especial importancia a los aspectos de producción en cada uno de los eslabones, a la reorganización de los artesanos a partir de criterios empresariales y de gestión comercial, a la implementación de estrategias para la promoción y comercialización directa del producto y a la identificación de condiciones financieras para el acceso a materiales, insumos, productos y mercados.

**Cadena de Cerámica de la Chamba.** Artesanías de Colombia coordinó el proyecto orientado a mejorar la integración y estructuración de los eslabones de explotación minera, producción y comercialización de la Cadena de alfarería y cerámica en La Chamba, Tolima y su área de influencia, en el marco del Acuerdo de Cooperación Técnica Internacional establecido entre el Gobierno Nacional y la Organización de Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial, ONUDI.

Para ello se organizó un equipo interdisciplinario integrado por ingenieros ceramistas, diseñadores industriales, trabajadores sociales y técnicos en general, que implementaron los cambios tecnológicos, organizacionales, de diseño de productos y comerciales, necesarios para incrementar la productividad y mejorar la competitividad de la alfarería artesanal.

Este trabajo contribuyó al fortalecimiento de la asociatividad y gestión empresarial de 2 organizaciones solidarias; al incremento de 57% en la eficiencia del moldeo y mejoramiento de la salud de 30 artesanas que laboraban sobre el suelo, implementando 30 puestos de trabajo ergonómicos y 30 tornetas; mejores acabados y cortes más precisos en 13 talleres, utilizando



espátulas más funcionales y experimentación de una nueva bruñidora en resina poliéster, que mejoró la ergonomía, la cobertura de superficie y la eficiencia del brillado.

Fue una contribución importante igualmente para el diseño de un método de marcos de madera y rodillos para uniformar el moldeo de planchas de arcilla y piezas; para la transferencia de tecnología a gas para una cocción más limpia y eficiente, que amplió la posibilidad de experimentación en cerámica; para el mejoramiento de la eficiencia del secado con un nuevo método de aprovechamiento intensivo de energía solar, con control de humedad y de temperatura, que aminoró la pérdida de productos y mejoró la organización del taller; para el incremento en 35 veces del nivel de ventas previo al proyecto con la comercialización directa y el desarrollo de 27 piezas nuevas de diseño que hoy hacen parte de la colección "Casa Colombiana 2003"; para el crecimiento de la inversión inicial del proyecto en un 74% con los aportes institucionales públicos y privados y finalmente, para el inicio de la sostenibilidad financiera del proyecto con la creación de un Fondo Rotatorio de capital para reinvertir en equipos.

La gestión institucional liderada por Artesanías de Colombia y la Cámara de Comercio permitió incrementar los recursos del proyecto con aportes de CORPOMIXTA, Cámara de Comercio del Sur y Oriente del Tolima, Alcaldía de Flandes, DANSOCIAL, SENA Regional e ITFIP.

La cobertura del proyecto alcanzó 142 artesanos, 72% mujeres y el 28% hombres



## Anexo 2

### Problemática que enfrentan los artesanos colombianos\* en el desarrollo de su actividad

#	Problemas más generalizados en cada eslabón de la cadena productiva	Observaciones
<b>1</b>	<b>Materia prima</b>	
	No se hace inversión en repoblamiento	El agotamiento de algunas materias primas, por su producción cíclica o uso intensivo y falta de repoblamiento.
	Costos altos e inestables de la materia prima	La presencia de intermediarios genera inestabilidad en los precios y altos costos de la materia prima, con consecuencias sobre el precio del producto, que a veces no resulta competitivo. También incide el manejo inadecuado de la materia prima por cuanto no se tiene conciencia de la necesidad de optimizar la misma encontrando aplicación de los sobrantes en subproductos. Ausencia de canales de distribución.
	Deficiencias en procesamiento de la materia prima	También los deficientes procesos a que someten algunas materias (arcillas, madera, bejucos, etc.) afectan la calidad y los costos del producto
	Excesiva utilización de materia prima en la producción	Se han identificado muchos productos en los cuales se podría utilizar la materia prima de forma racional, como por ejemplo, en las artesanías en barniz de Pasto, tamo, werregue, etc
	Ausencia de condiciones adecuadas para el almacenamiento	Los artesanos adquieren la materia prima en pequeñas cantidades, no solamente por falta de recursos, sino también por la ausencia de lugares adecuados para hacer almacenamiento.
<b>2</b>	<b>Proceso productivo</b>	
	Instalaciones / talleres inadecuados	Con frecuencia los artesanos elaboran su artesanía en el ámbito doméstico y no cuentan con espacios y muebles adecuados para su trabajo; ello suele tener consecuencias nocivas para la salud e incide en la calidad del producto. Ausencia de criterios ergonómicos para establecer puestos de trabajo
	Utensilios, herramientas y equipos inadecuados	Los utensilios e implementos con frecuencia son los mismos que utilizan en el hogar (fogones, ollas cuchillos, etc.) y ello afecta la eficiencia y la calidad. En general se observa un severo retraso tecnológico en la materia
	Ineficiencia en el proceso productivo	Hay poco conocimiento sobre la necesidad de manejar tiempos, movimientos y otros elementos que contribuyen a la eficiencia y con ello a mejorar la calidad y volumen y con ello a rebajar costos
	Volúmenes reducidos	El bajo volumen de producción incide en los altos costos y se relaciona con la baja asociatividad que se observa en las comunidades artesanales
	Falta de especialización en las etapas de la producción	La mayoría de los artesanos realizan sólo, todos los procesos que incluye la producción y comercialización de un producto con los efectos contraproducentes que esto genera a nivel de volumen,



		tiempo, costo y calidad.
	Desconocimiento de la mentalidad empresarial	La mayoría de los artesanos concibe la artesanía como una actividad y no como un negocio
	Falta de estandarización de productos	El uso limitado de elementos de medida y cuidado para la standarización de la producción tiene implicaciones para la comercialización que demanda un cierto nivel de normalización, si bien se entiende que las piezas artesanales son piezas únicas.
	Deficiencias en diseño y limitada innovación	El mercado demanda permanente innovación y plantea una alta competitividad que no han sido asimiladas adecuadamente por los artesanos
	Carencia de directores y administradores del negocio	El artesano es un excelente productor, que en la mayoría de las casos no posee ni el conocimiento, ni las habilidades, ni el tiempo para administrar los recursos físicos, humanos y económicos del negocio.
	Poco respaldo de las administraciones departamentales y municipales	Sobre todo para impulsar empresas artesanales
	La falta de capital de trabajo	Esta situación incide en aspectos mencionados, como por ejemplo la falta de visión empresarial que convierte a la artesanía en una actividad y no la deja progresar como negocio
	Dificultades en el acceso al crédito como herramienta financiera para el microempresario	Las dificultades están básicamente en el respaldo que la mayoría de los artesanos no posee
<b>3</b>	<b>Comercialización</b>	
	Altos costos de los productos	Son resultantes de los problemas anotados con respecto a la materia prima, el proceso productivo y a veces con la actitud de los artesanos que no tienen suficiente conciencia de la necesidad de ser competitivos a la hora de fijar precios
	Limitado acceso al mercado y poca orientación del producto a las tendencias del mercado	Por falta de información sobre los mercados y de posibilidades de establecer contactos directos. Dificultades para participar en Ferias Artesanales y otras donde puedan presentar sus productos y establecer contacto con los compradores; en general la participación en Ferias resulta costosa para los artesanos que deben pagar el valor del stand, el transporte de los productos y de ellos mismos, y la permanencia en el lugar donde se realice la Feria. Así mismo, difícilmente los artesanos tienen acceso a medios de comunicación como el Internet o diversas formas de publicidad que hagan conocer su producto
	Presencia de intermediarios	Por las razones anteriores, con frecuencia los artesanos se ven sometidos a vender su productos a intermediarios que son quienes obtienen el mayor beneficio económico
	Las comunidades por lo	Tampoco tienen cómo conseguir acompañamiento, ni asesoría



general no están en capacidad de elaborar y mucho menos ejecutar planes de comercialización	
Falta cultura de cumplimiento	La falta de cumplimiento de fechas y compromisos es una actitud generalizada entre los artesanos y ello crea dificultades en la relación comercial
Deficiencias en empaque y diseño gráfico	Severas deficiencias en el empaque impactan tanto la integridad del producto en el proceso de transporte, como la posibilidad de hacerlo atractivo para los compradores
Deficiencias en transporte	Los costos del transporte así como la deficiencia en el empaque, agregado a la fragilidad de algunos productos que no han alcanzado el tratamiento adecuado durante el proceso productivo, generan problemas y sobrecostos al producto artesanal
El volumen de productos en oferta no es constante a lo largo del año	Este se concentra fundamentalmente en las ferias.
Deficiencias en la calidad de los productos	El diseño de muchos productos induce a la compra, pero las deficiencias en la calidad hacen que los clientes devuelvan los productos con unas consecuencias funestas en el mercado
Desconocimiento de trámites para exportación	Exportar es una meta para muchos artesanos pero la complejidad de los trámites que ellos implica limita esta posibilidad

Todo lo anterior está afectado también, por el **limitado acceso de los artesanos a capital de trabajo**. Si bien es cierto que existen en el mercado diversas ofertas de crédito, en general, éstas no responden a las condiciones de pobreza que enfrentan los artesanos, pues exigen requisitos que ellos no logran llenar, adicionado a la falta de información y al temor que tienen de asumir créditos.

\* Lo planteado responde a una observación generalizada del sector, pero obviamente la presencia de uno u otro problema y la severidad del mismo varía en forma significativa en los diversos oficios artesanales, comunidades y regiones del país.



### Anexo 3

#### **Inversión de presupuesto por Departamento canalizada a través de Artesanías de Colombia, para apoyar el sector artesanal**

La Inversión durante los últimos cuatro años (2.001-2.004) fue de \$18.000 millones. Esta información se tomó de la relación de las diferentes actividades y proyectos coordinados por las áreas misionales de la Empresa. En los casos en que la información lo permitió se obtuvo cifras por departamento; en otros no, por tener cobertura nacional o por incluir más de un departamento:

#	Departamento	Inversión \$ miles
1	Amazonas	120.720
2	Arauca	70.378
3	Antioquia	1.459.431
4	Atlántico	237.481
5	Bogotá*	7.100.031
6	Bolívar	524.407
7	Boyacá	410.839
8	Caldas	207.386
9	Casanare	100.564
10	Caquetá	100.150
11	Cauca	609.007
12	Cesar	476.360
13	Córdoba	759.697
14	Chocó	497.646
15	Cundinamarca	306.021
16	Guainía	340.507
17	Guajira	263.248
18	Guaviare	61.346
19	Huila	388.092
20	Magdalena	83.095
21	Meta	33.500
22	Nariño	1.165.208
23	Norte Santander	66.414
24	Putumayo	100.573
25	Quindío	587.662
26	Risaralda	178.933
27	San Andrés	45.717
28	Santander	260.954
29	Sucre	238.961
30	Tolima	331.392
31	Valle	76.147
32	Vaupés	206.641
33	Vichada	79.340
	Otros	688.000
	<b>Total</b>	<b>18.175.848</b>

\* La concentración de recursos en Bogotá se debe a la construcción de la Plaza de los Artesanos y la Pequeña Empresa, que está al servicio de todos los artesanos del país.



Anexo 4.

Colombia: Exportaciones de Artesanías al mundo. Año 2003.		
POSICION	NOMBRE POSICION	VALOR F.O.B. DOLARES
4205000000	OTRAS MANUF. CUERO MAT Y ART.	12.397.310
4419000000	ARTICULOS DE MESA O COCINA DE MADERA	252.547
4421909000	MOLDES Y MATRICES DE MADERA	518.813
4601200000	ESTERILLAS Y ESTERAS DE MATERIALES VEGETALES	39.076
4601910000	TRENZAS Y ARTICULOS SIMILARES DE MAT. VEGETALES	32.328
4601990000	DEMÁS TRENZAS Y ART. SIMILARES	583
4602100000	ARTICULOS. DE CESTERIA MAT. VEGETAL	199.687
4602900000	DEMÁS ART. DE CESTERIA MAT. VEGETAL	12.978
5705000000	DEMÁS ALFOMBRAS Y REVEST. MAT. TEX.	247.177
5304101000	PITA CABUYA Y FIQUE EN BRUTO	
5805000000	TAPICERIA TEJIDOS A MANO	63.113
5810910000	BORDADOS DE ALGODÓN	4.610
5810920000	BORDADOS DE FIBRAS SINTETICAS	1.729.142
5810990000	DEMÁS BORDADOS	2.507
6114200000	DEM. PREN. DE VEST. PUNT. DE ALGOD.	642.408
6114300000	DEMÁS DE FIBRA SINTETICA	2.258.346
6114900000	DEMÁS MATERIAS TEXTILES	24.049
6301300000	MANTAS DE ALGODÓN	191.247
6301400000	MANTAS DE FIBRA SINTETICA	460.917
6504000000	SOMBR Y DEMÁS TOCADS TRENZ OF A	159.857
6912000000	VAJILLAS Y DEMÁS ARTICULOS DE USO DOMESTICO	11.116.741
6913900000	ESTATUILLAS OBJT FANTAS ORN.	840.055
7114111000	ARTICULOS DE ORFEBRERIA Y SUS PARTES DE METAL PRECIOSO.	62.843
7117900000	BISUTERIA DE METAL COMUN, PLANTEADO, DORADO	203.276
7419910000	DEMÁS MANUFACTURAS DE COBRE COLADAS, CUCHARONES ETC.	85.826
8215910000	DEMÁS CUCHARAS, TENEDORES, CUCHARONES	309
9401500000	HACIENTOS DE ROTEN MIMBRE	106.648
9401610000	DEMÁS ASIENTOS CON ARMAZON DE MADERA	2.310.121
9401690000	DEMÁS ASIENTOS CON ARMAZON DE MADERA	2.087.999
9502100000	MUÑECOS Y MUÑECAS QUE REPRESENTAN	167.406
9505100000	ARTICULOS PARA FIESTA DE NAVIDAD	2.818.204
		<b>39.036.123</b>
Fuente: Oficina de Planeación. Artesanías de Colombia S.A . 2004.		



## Anexo 5

### - Portafolio de actividades de Formación y Asistencia Técnica - Programa de Formación y Asistencia Técnica dirigida a grupos de Artesanos - Propuesta para ajustar a la disponibilidad de recursos y necesidades específicas de cada caso -

<b>A</b>	<b>Nombre del Proyecto.</b>
	Nombre del proyecto: “Fortalecimiento del sector artesanal del Municipio XXXXXXXX, Departamento de XXXX, mediante formación y asistencia técnica, orientada a lograr mayor productividad y competitividad en el mercado”
<b>B</b>	<b>Principales actividades posibles de incluir:</b>
1	<b>Diagnóstico sobre artesanos y artesanía de la localidad<sup>11</sup></b> Implica reconocimiento sobre los siguientes aspectos: <b>1.1- Los Artesanos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Caracterización de la población artesana (etnias, número, composición por género, edades, experiencia en los oficios, localización).</li></ul> <b>1.2- Materia Prima:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Recursos naturales disponibles utilizados como materia prima (origen, tipo, calidad, volumen, aprovisionamiento y selección).</li></ul> <b>1.3- Soporte Institucional:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Recursos institucionales y tipo de aportes disponibles para el proyecto.</li><li>• Existencia de asociaciones o cooperativas de artesanos. Identificación y caracterización</li></ul> <b>1.4- Proceso Productivo:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificación de eslabones de la cadena de producción y de agentes participantes en cada eslabón.</li><li>• Procesos productivos, nivel tecnológico y técnicas aplicadas.</li><li>• Identificación y evaluación de productos, precios y utilidad.</li><li>• Problemas ambientales de la producción.</li></ul> <b>1.5- Canales de Comercialización:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mercados, canales de comercialización, competencia, etc.</li></ul> <b>1.6- Principales limitaciones y dificultades que enfrentan los artesanos:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Limitaciones y dificultades de tipo: organizacional, administración del negocio, capital de trabajo, falta de herramientas y/o máquinas sencillas, comercialización y deficiencias del producto (calidad, volumen, precio).</li></ul> <b>1.7- Expectativas:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Expectativa de los artesanos y de las entidades promotoras del proyecto</li></ul> <b>Duración:</b> Por definir. Incluye visita a terreno y tiempo para preparar el informe diagnóstico y el proyecto con la propuesta específica de Formación y Asistencia Técnica

<sup>11</sup> En caso de que el municipio o la localidad cuenten con un diagnóstico que informe sobre los asuntos planteados, debe aportarlo para sustentar la formulación del Programa de Formación y Asistencia Técnica que requieran los Artesanos



<b>2 Programa de Formación y Asistencia Técnica dirigido a Artesanos<sup>12</sup></b>		
<b>#</b>	<b>Componentes / módulos:</b>	<b>Ho- ras<sup>13</sup></b>
<b>2.1</b>	<b>Conceptualización</b>	
	Conferencia: Producción Industrial, Arte, Artesanía y Artes Manuales.	4
	Conferencia: Articulación de Cadenas Productivas	4
	Conferencia: Propiedad Industrial y Derechos de autor	8
	Sistema de Información para la artesanía - SIART	4
	Conferencia Sello de calidad "Hecho a mano"	4
	Gestión ambiental, administrativa y comercial en la producción de artesanías	8
<b>2.2</b>	<b>Desarrollo Humano</b>	
	Curso - Taller: Desarrollo Personal (relaciones humanas, resolución de conflicto, liderazgo, proyecto de vida, apertura al cambio y a las nuevas tendencias del mercado, identidad y autoestima, valores, trabajo en equipo).	40
	Seminario Taller: "Enseñar a enseñar: Bases para formar multiplicadores"	24
	Seminario: Democracia participativa y veeduría ciudadana	4
<b>2.3</b>	<b>Desarrollo Empresarial y Administrativo<sup>14</sup></b>	
	Seminario-Taller "Administrando mi Taller Artesanal" (se cuenta con material didáctico diseñado especialmente para artesanos, en cuatro módulos, con cartillas, videos y audios)	60
	Proyecto "Emprendedor" SENA	16
	Taller: Formulación y gestión de proyectos de desarrollo	16
	Taller "Conformación y Evaluación de Cadenas Productivas y Redes de Productores".	24
	Asesoría en Administración y gerencia de la empresa artesana – Habilidades Gerenciales	30
	Taller: Herramientas financieras: Crédito (Acceso, requisitos, manejo, aplicación y responsabilidades)	8
	Asesoría en Planeación de la producción	16
	Impuestos y responsabilidades fiscales de los artesanos	4
<b>2.4</b>	<b>Comercialización</b>	
	Conferencia: Preparación para Participación en Ferias	8
	TLC : Oportunidades y amenazas para empresarios MYPIMES del sector artesanal Colombiano.	2
	Incentivos y apoyos gubernamentales para el comercio exterior	4
	Seminario Exportaciones: Trámites, posiciones arancelarias, impuestos	4
	Seminario Gestión comercial: exhibición del producto, atención al cliente, clínica de ventas, estrategias para comercializar.	20

<sup>12</sup> La inclusión de uno u otro de los temas o módulos relacionados, u otros que se deseen, es flexible y adaptable. Todo ello se define de acuerdo con las necesidades e interés de las comunidades de artesanos que serán atendidas y con la disponibilidad de recursos para financiarlos. Así mismo, la duración de cada uno de los módulos y del total del programa, puede variar según las necesidades y posibilidades-

<sup>13</sup> La duración, intensidad y horarios son flexibles y adaptables. Se definirán de acuerdo con las necesidades, interés y posibilidades de las comunidades de artesanos que serán atendidas.

<sup>14</sup> Este módulo cuenta con material didáctico diseñado especialmente para los artesanos por Artesanías de Colombia con el apoyo económico del SENA y. Ha sido probado ampliamente con muy buenos resultados; incluye cinco (5) cartillas, doce (12) videos y veinticuatro (24) audios que apoyan el aprendizaje de los participantes.



	Gira educativa –Visita guiada en Bogotá para reconocimiento de comercialización de artesanía (preferible en época de Ferias Artesanales de la Empresa ) -	16
	Estudio de mercado	Por definir
<b>2.5</b>	<b>Asistencia Técnica para la innovación y desarrollo de productos</b>	
	Seminario “Tendencias de diseño y desarrollo de líneas de productos	8
	Talleres de creatividad para el desarrollo de nuevos productos y del (los) producto(s) diferenciados que identifiquen a la localidad o región	24
	Asesoría en diseño de producto por oficio: Líneas y colecciones. (Personal y Grupal).	160
<b>2.6</b>	<b>Asistencia Técnica en Diseño Gráfico</b>	
	Identidad Gráfica del taller artesanal y/o de la empresa conformada	30
	Empaques, etiquetas, portafolio de productos	30
	Asesoría en diseño y producción de medios impresos (folletos, plegables, cartillas) para promoción de productos y procesos de formación y asistencia técnica de artesanos.	80
<b>2.7</b>	<b>Organización para la producción</b>	
	Capacitación técnica en el oficio <sup>15</sup> / cualificación del artesano (involucra la capacitación en la elaboración de nuevos productos, acabados, recuperación de técnicas tradicionales, otros)	60
	Asesoría en control de calidad	12
	Asesoría en Manejo y mantenimiento de equipos y herramientas y seguridad industrial	20
	Asesoría en organización de procesos eficientes – tiempos y movimientos, división del trabajo	40
<b>2.8</b>	<b>Fortalecimiento de la Asociatividad y Organización</b>	
	Seminario sobre Formas Organizativas y Asociativas	24
	Asesoría para la creación y legalización de empresas u organizaciones de artesanos (trámites)	36
	Asesoría para el Fortalecimiento de la organización	24
	Seminario: Organización por Redes de oficios	6
<b>2.9</b>	<b>Gestión ambiental de la Producción de Artesanías</b>	
	Asistencia técnica para caracterización de materias primas y cálculo de reservas (ejemplo: arcillas y otros recursos naturales del medio)	3 meses
	Manejo, procesamiento y adecuación de materias primas	80
	Asistencia técnica para el diseño e implementación de Planes de manejo sostenible de recursos naturales utilizados como materias primas en la producción artesanal.	2 meses
<b>2.10</b>	<b>Innovación y transferencia tecnológica en procesos productivos</b>	
	Asesoría para el diseño, construcción e implementación de tecnologías apropiadas a los procesos productivos (hilado, tinturado natural de fibras; extracción/beneficio de arcillas, moldeo de productos de alfarería y cerámica, cocción; laminación de fibras vegetales, entre otros). Mejoramiento de puesto de trabajo	Por definir
	<b>Total horas</b>	Por

<sup>15</sup> Los oficios artesanales en que se requiera trabajar se acordarán dependiendo de las prioridades que se establezcan. Estos pueden ser: tejeduría, cestería, trabajos en madera, en cuero y en muchos otros materiales; joyería, bisutería y también algunas artes manuales.



	(Incluye la asistencia técnica individualizada a los talleres de los artesanos)	definir
3	<b>Observaciones:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Según el tamaño del grupo se establecerá la necesidad de dividirlo en subgrupos, por oficios artesanales diferenciados, cuando así lo requiera la metodología del módulo que se desarrolle.</li><li>• El trabajo incluye sesiones: a) con todo el grupo, b) con los subgrupos por oficios, c) sesiones individuales para algunas asesorías, y d) ejercicios prácticos para desarrollar durante la jornada del taller y en casa.</li><li>• En caso de que sea necesario, es importante prever que el proyecto aporte materia prima y herramientas básicas que permitan desarrollar los prototipos y las prácticas que demanden los talleres</li><li>• Los horarios se fijarán atendiendo la conveniencia de los participantes.</li><li>• Lo relacionado con transporte y refrigerios, si es del caso, deberá preverse por parte de la/s entidad/es patrocinadoras</li><li>• Las instalaciones donde se desarrolle la capacitación serán provistas por la/s entidad/es patrocinadora. También los equipos audiovisuales que se requieran</li><li>• La inclusión de uno u otro de los temas o módulos relacionados, u otros que se deseen, es flexible y adaptable. Todo ello se define de acuerdo con las necesidades e interés de las comunidades de artesanos que serán atendidas y con la disponibilidad de recursos para financiarlos. Así mismo, la duración de cada uno de los módulos y del total del programa, puede variar según las necesidades y posibilidades.</li><li>• El costo del Programa que se acuerde depende, por un lado, de los módulos que requieran y de la intensidad y duración; por otro lado, del número de participantes y de grupos que se conformen y del lugar donde se realice el Programa, que implicará costos de transporte y gastos de viaje y permanencia en el lugar, de los especialistas que deban intervenir.</li></ul>	