

**La exportación de artesanías como una alternativa para el desarrollo del  
Guaviare y el fortalecimiento económico y cultural de sus comunidades  
indígenas.**

**Formulación del proyecto de grado**

**Presentado al docente**

**JAIME RAÚL BARRIOS RAMIREZ**

**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS CONVENIO UNIVERSIDAD DEL TOLIMA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**2015**

**La exportación de artesanías como una alternativa para el desarrollo del Guaviare y el fortalecimiento económico y cultural de sus comunidades indígenas.**

**Formulación del Proyecto de Grado para el fortalecimiento económico y cultural de las comunidades indígenas del Guaviare**

**Estudiantes**

**Mónica Alexandra Sánchez Herrera**

**Martha Janet Pérez Beltrán**

**Néstor Iván Riveros García**

**Aurelio Camacho Peña**

**Presentado al docente**

**JAIME RAÚL BARRIOS RAMIREZ**

**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS CONVENIO UNIVERSIDAD DEL TOLIMA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**2015**

San José del Guaviare, Diciembre 11 de 2015

Señores

Universidad de los Llanos convenio con la Universidad del Tolima  
La ciudad

Nosotros, Mónica Alexandra Sánchez Herrera, Martha Janet Pérez Beltrán, Néstor Iván Riveros García y Aurelio Camacho Peña, mayores de edad, identificados con cédulas de ciudadanía N° 41.243.593, 21.190.702, 1.120.569.630 , 1.120.563.380 de San José del Guaviare – Guaviare, Restrepo – Meta, San José del Guaviare – Guaviare, San José del Guaviare – Guaviare respectivamente, actuando con nombre propio en nuestra calidad de autores del trabajo de grado denominado LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS COMO UNA ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO DEL GUAVIARE Y EL FORTALECIMIENTO ECONÓMICO Y CULTURAL DE SUS COMUNIDADES INDÍGENAS, hacemos entrega del ejemplar en forma física y electrónica (CD-ROM).

Para constancia, se firma el presente documento en dos (2) ejemplares del mismo valor y tenor en Villavicencio, Meta: a los once (11) días del mes de Diciembre de Dos mil quince (2015).

---

**MÓNICA ALEXANDRA SÁNCHEZ HERRERA**

C.C. 41.243.593 de San José del Guaviare – Guaviare

---

**MARTHA JANET PÉREZ BELTRÁN**

C.C. 21.190.702 de Restrepo - Meta

---

**NÉSTOR IVÁN RIVEROS GARCÍA**

C.C. 1.120.569.630 de San José del Guaviare – Guaviare

---

**AURELIO CAMACHO PEÑA**

C.C. 1.120.563.380 de San José del Guaviare - Guaviare

**Nota de Aceptación:**

---

---

---

---

---

---

**Firma del presidente de jurado**

---

**Firma del jurado**

---

**Firma del jurado**

San José del Guaviare; 2015

*Agradecemos a Dios por brindarnos la vida y la oportunidad para presentar este trabajo de grado, a nuestras familias por ser nuestra inspiración y apoyo constante durante estos cinco años de formación profesional.*

## **AGRADECIMIENTOS**

*Los autores expresan sus agradecimientos a:*

*Dr. Jaime Raúl Barrios Ramírez, por su dirección y compromiso para ayudarnos a realizar la propuesta.*

*A todas aquellas personas que de una y otra forma colaboraron en la presentación y culminación de este trabajo.*

**EL QUE TRABAJA CON SUS MANOS ES UN TRABAJADOR MANUAL; EL QUE  
LO HACE CON SUS MANOS Y SU CABEZA ES UN ARTESANO, PERO EL QUE  
TRABAJO CON MANOS, CABEZA Y CORAZÓN ES UN ARTISTA.**

**(LOUS NIZER)**

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN

INTRODUCCION

1. TITULO DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
1.1 Linea de Investigación .....	12
1.2 Sublínea de Investigación .....	12
2. OBJETIVOS.....	13
2.1 Objetivo general.....	13
2.2 Objetivos específicos .....	13
2.3 Propósito.....	14
3. JUSTIFICACIÓN.....	15
4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
4.1 Delimitacion del problema .....	16
4.2 Planteamiento del problema .....	16
4.3 Formulacion del problema .....	18
5. HIPÓTESIS.....	18
5.1 Hipótesis de primer grado .....	18
5.2 Hipótesis de segundo grado .....	18
5.3 Hipótesis de tercer grado.....	19
6 MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN .....	19
6.2 Marco anntropologico .....	20
6.2 Marco teórico .....	21
6.3 Marco conceptual.....	25
6.3.1 acceso virtual .....	26
6.3.2 Centro de informacion y servicios de comercio exterior .....	26
6.3.3 Directorio de exportadores .....	26
6.3.4 Inteligencia de mercads .....	26
6.3.5 Aseguramiento de calidad.....	27
6.3.6 Seminarios de capacitación .....	27
6.3.7 Programa expopyme.....	27
6.3.8 El plan exportador .....	28
6.3.9 Proyectos especiales .....	28
6.3.10 Alianza estrategica.....	28

6.3.11 Promotoras para la creación de comercializadoras .....	29
6.3.12 Logica de exportación .....	29
6.3.13 Mecnismo de compensación al transporte .....	29
6.4 Marco historico.....	29
6.5 Marco geografico .....	30
6.6 Marco legal .....	31
6.7 Bases teoricas .....	32
7 METODOLOGÍA.....	34
7.1 Tipo de investigación .....	34
7.2 Fuentes y técnicas para la recolección de la información .....	35
7.2.1 Fuentes secundarias .....	35
7.2.2 Otras fuentes.....	35
7.3 Variables e instrumentos de recolección.....	36
8 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.....	37
8.1 Las artesanias.....	37
8.2 Antecedentes del oficio artesanal .....	38
8.3 Vigencia de las artesanias .....	38
8.4 Las artesanias como arte.....	39
8.5 Clasificación de los atrículos artesanales en tradicionales, contemporáneos y étnicos .....	39
8.5.1 Artesanía tradicional .....	39
8.5.2 Artesanías étnicas.....	40
8.5.1 Artesanía contemporáneas .....	40
8.6 Los compradores de artesanias.....	40
8.7 Factores que influyen en su decisión de compra .....	40
8.8 Ventajas competitivas .....	41
8.9 Factores que tiene en cuenta los mayoristas al comprar aresanias .....	42
9 TENDENCIAS SEGÚN EL USO DEL PRODUCTO .....	43
9.1 Tendencia según el uso del producto .....	43
9.2 Tendencia según el tipo de artesanía .....	43
9.3 Artesanias como productos exportables .....	44
9.4 Tendencias de consumo de productos artesanales en el mercado mundial...	45
10 EL SECTOR PRODUCTIVO Y EL MERCADO ARTESANAL .....	46
10.1 Importancia economida, ecologica y social de la cadena .....	46

10.2 Transformacion y procesamiento.....	50
10.3 Comercializacion.....	51
11 SITUACIÓN ACTUAL DE LAS ARTESANÍAS A NIVEL MUNDIAL .....	52
11.1 Características tenidas en cuenta para la compra de artesanías .....	55
11.2 Principales mercados mundiales de artesanías .....	56
11.3 Exportaciones de artesanías colombianas por pais .....	58
12 SITUACIÓN ACTUAL DE LAS ARTESANÍAS EN COLOMBIA .....	59
12.1 Producción artesanal indígena en el departamento del guaviare.....	62
CONCLUSIONES.....	65
RECOMENDACIONES .....	67
WEBGRAFIA.....	68
ANEXOS .....	69
Anexo A. Cronograma de Actividades .....	70
Anexo B. Presupuesto de Inversión .....	71
Anexo C. Directorio de Artesanos .....	72
Anexo D. Principales Asociaciones Empresariales que Operan en el Comercio Exterior .....	73
Anexo E. Flujograma de Artesanías Indígenas .....	77
Anexo F. Pasos para Efectuar una Exportación .....	78
Anexo G. Principales artículos artesanales del departamento del Guaviare .....	81

## **RESUMEN**

Es el objeto de este documento la búsqueda concertada de una solución, que describe brevemente el problema y presenta una propuesta que se considera viable para el desarrollo del sector, de acuerdo con los requerimientos prácticos del trabajo artesanal, así como de las consideraciones conceptuales en función de las cuales se perfila la visión de su carácter y la dirección de su desarrollo.

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

## **Abstract**

The concerted search of a solution, it is the object of this document that describes the problem shortly and it presents a proposal that it is considered viable for the development of the sector, in accordance with the practical requirements of the handmade work, as well as of the conceptual considerations in function of which it is profiled the vision of their character and the address of their development.

In Colombia, for the importance that the exports have for the economic activity of the country, the government institutions have come working, in the consolidation of mechanisms that you/they stimulate their increment, with the purpose of to strengthen and to modernize the productive apparatus in function of the growth and diversifications of the offer exporter and the welcome in the destination markets and this way to increase the entrance of foreign currencies and to achieve a balanced development.

## INTRODUCCIÓN

El producto artesanal colombiano tiene la imagen suficiente para justificar su presencia constante en los mercados internacionales, sus dificultades son de otro orden y sus posibilidades de solución solo dependen de la voluntad y de la eficacia interinstitucional construida en función del desarrollo socioeconómico nacional. Un indicador de desarrollo de un sector productivo está representado, entre otros, por sus exportaciones, además, el mercado exterior representa una gran expectativa para todos los sectores productivos, para los que las oportunidades de éxito no se limitan exclusivamente a la estrategia del volumen, especialmente si recurre a nichos diferenciados que se determinan por demandas específicas, también cuentan el carácter del producto, la capacidad de respuesta a los procesos propios del mercado externo y las condiciones que impone la competencia de productos sustitutos.

Entre los sectores productivos del país, para los que es importante el mercado internacional, está el artesanal, en razón especialmente del producto, pero para posicionarse en él, debe superar varios obstáculos de orden estructural, el sector artesano fija su estrategia comercial para el mercado externo en función de las virtudes estructurales del producto, es decir, de factores determinados por la agregación de valor cultural tanto como la funcionalidad, en los cuales la competencia es muy significativa como lo es igualmente el aspecto económico, relativo especialmente a precios. Sin embargo, la aspiración de exportar el producto artesanal se desvanece cuando el artesano se enfrenta con diversas dificultades, especialmente con aquellas que están más directamente relacionadas con el proceso mismo de las exportaciones. Es ese aspecto del trabajo el que se busca solucionar, entre distintas alternativas posibles, determinadas por los diversos factores que intervienen el proceso

## **1. TITULO DE LA INVESTIGACIÓN**

LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS COMO UNA ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO DEL GUAVIARE Y EL FORTALECIMIENTO ECONÓMICO Y CULTURAL DE SUS COMUNIDADES INDÍGENAS.

### **1.1 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Desarrollo Empresarial

### **1.2 SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Viabilidad de proyectos.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar una estrategia para la exportación de las artesanías elaboradas por las principales comunidades indígenas del Departamento del Guaviare, como un mecanismo para el desarrollo regional.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Elaborar un diagnóstico de la demanda internacional de artículos elaborados de forma artesanal y la producción de artesanías en Colombia y su Departamento Guaviare.
- Identificar las principales variables que determinan el potencial exportador de artículos artesanales.

### **2.3 PROPÓSITO**

La investigación tiene como finalidades el logro de un objetivo académico que nos permita desarrollar con éxito un proyecto de grado, con el cual se pueda exponer de forma adecuada la capacidad de estructurar una nueva visión administrativa acorde con los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera, de la misma forma esta investigación tiene también como propósito establecer un estudio real sobre la aceptación que tienen las artesanías en el exterior y la necesidad que tienen los artesanos Guaviarenses de crear microempresas que tengan la tecnología y la capacidad administrativa suficiente para enfrentarse al reto de nuevos mercados, con el objeto que sean ellos los mayores beneficiarios.

### 3. JUSTIFICACIÓN

Las artesanías Colombianas tienen un amplio reconocimiento a nivel mundial, lo cual las hace accesibles a un gran número de mercados, esto gracias a su variedad, calidad y belleza, por lo cual tienen una excelente aceptación en los consumidores extranjeros.

Este proyecto pretende dar una guía a los artesanos para la exportación de sus productos al mercado internacional con el fin de lograr un mayor beneficio para ellos, además es de suma importancia que cada artesano conozca diferentes mercados, es de tener en cuenta que ya se hacen exportaciones de dichos productos, las cuales son muy esporádicas además dichas exportaciones se hacen por medio de comercializadoras internacionales que no brindan beneficios a los artesanos igual a los que se lograrían, si se realizara directamente entre artesanos y clientes del exterior.

Es determinante para el Departamento del Guaviare que existan organizaciones que apoyen a las comunidades indígenas para la producción de artesanías lo que permite la viabilidad de este proyecto en tanto que se preserve su cultura.

Es necesario resaltar que la materia prima que se utiliza en estas artesanías es muy económica y Colombia por ser un país privilegiado por su ubicación geográfica, es apto para la recopilación de insumos, lo cual les permitiría a los artesanos, obtener ellos mismos toda la materia prima necesaria para la producción, además, los beneficios en materia económica que percibirían los artesanos, uno de ellos es el “SISTEMA GENERAL DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS” otorgado a los productos colombianos por las exportaciones, permitiría la obtención de beneficios en materia de impuestos por la entrada de dichos productos a su territorio, si tomamos la Unión Europea como uno de los destinos para dichas exportaciones, es una puerta de entrada a un mercado mayor que también es consumidor de nuestras artesanías.

## **4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **4.1 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

Colombia es conocida en el ámbito mundial tanto por su biodiversidad ecológica, como por sus diferentes manifestaciones culturales y artesanales, que se presentan a lo largo y ancho de su territorio. Una de sus más representativas muestras culturales son sus artesanías, que son muy valoradas en el exterior.

En Colombia las exportaciones de artesanías en muchos casos no están organizadas de tal forma que permitan a los artesanos directamente acceder a los beneficios que se generan al lograr un mercado y unos precios más favorables.

Así mismo los talleres e industrias en esta área son muy pequeños en algunos casos para cubrir una demanda mayor. Es de tener en cuenta que es necesario también evolucionar y modernizar las formas de producir dichos productos que se ajusten a los cambios que se generan en el ámbito mundial.

El problema radica principalmente en “analizar la viabilidad de exportar productos artesanales del Guaviare al mercado internacional mediante un canal directo de contacto con dicho mercado”.

### **4.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El origen de la investigación viene dado por el interés de los integrantes sobre la viabilidad de la exportación de artesanías del Guaviare al exterior buscando nuevas posibilidades de negocios al igual que, la realización de un trabajo de calidad en el cual podamos demostrar, el conocimiento obtenido durante el transcurso de la carrera que nos permita mostrar nuevos enfoques del comportamiento de la comercialización de productos no tradicionales en Colombia.

Teniendo en cuenta que el problema de la comercialización en el exterior de las artesanías colombianas viene dado por las estadísticas de exportación las cuales están concentradas principalmente en el mercado Americano. De allí que sea preciso explotar nuevos lugares de negocios tal como lo es Alemania, un mercado con grandes necesidades y oportunidades a la vez. Al mismo tiempo es de relevancia señalar, la falta de cultura exportadora en el sector artesanal, en primera instancia por el poco apoyo técnico y económico que ofrece el estado a los pequeños artesanos y en segunda instancia la corta visión que posee el sector para comercializar en nuevos entornos, también se debe tener en cuenta la falta de sistemas que permitan incrementar la competitividad en calidad en los procesos de producción.

Por causa de la focalización de las artesanías colombianas en el mercado Americano y la falta de cultura exportadora existente, se puede deducir que los productos colombianos, a pesar de la buena calidad que poseen, están imposibilitados para competir en nuevos entornos de comercialización con la infraestructura actual. Se puede estructurar un futuro favorable para el producto nacional, siempre y cuando se realicen mejoras a los procedimientos que presenta el sector artesanal en la actualidad, los avances deben enfocarse en el desarrollo de competencias que permitan aumentar la calidad del proceso que tiene el producto. Los recursos de la investigación están dados por la información que se puede extraer de entidades como el Ministerio de Comercio, asociaciones gremiales del sector, entre otras; así como la información recolectada sobre exportaciones al exterior de la Cámara de Comercio, generando los parámetros necesarios para realizar una investigación coherente y actualizada a la realidad.

Por tal razón la problemática de investigación encontrada fue el hecho de que existe un grupo de expresiones artísticas denominadas artesanías indígenas ubicadas en el departamento del Guaviare, sin una orientación dirigida a la comercialización de estos productos al interior y exterior del país.

### **4.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Qué estrategia a nivel empresarial es viable para la exportación de artesanías elaboradas en el departamento del Guaviare al exterior, teniendo como base la proyección y crecimiento que tiene el sector en el exterior?

## **5. HIPÓTESIS**

### **5.1 HIPÓTESIS DE PRIMER GRADO**

A continuación se presentan una serie de generalidades sobre el tema de investigación, las cuales ayudan a clarificar el contenido que se maneja durante el desarrollo del proyecto.

- Las exportaciones son una opción altamente beneficiosa y rentable en cualquier economía.
- Las oportunidades de negocios más estudiadas durante los últimos años son las de directa relación con las exportaciones.
- El producto artesanal colombiano posee una gran aceptación y reconocimiento en los mercados foráneos.
- Uno de los principios del comercio internacional es que todos los productos tienen cabida en todas las ciudades del mundo.

### **5.2 HIPÓTESIS DE SEGUNDO GRADO**

Después de realizar una delimitación de la investigación, se valida la elaboración de las relaciones causa y efecto directamente proporcionales a las causas del proyecto y sus posibles consecuencias administrativas.

- El mercado de Norte América y Europa posee un atractivo particular para incursionar, el cual está dado por su gran demanda de productos artesanales.

- A causa de la situación económica interna del país, las exportaciones son una expectativa de exploración muy adecuada.
- Gracias a los acuerdos internacionales el comercio con otros países será mucho más accesible.

### **5.3 HIPÓTESIS DE TERCER GRADO**

Acorde con el objetivo que se tiene para el proyecto, se consideran los siguientes planteamientos como posibles resultados de la investigación.

De forma particular en la parte educativa es necesario considerar que para el administrador es de vital importancia adquirir conocimiento y experiencia concreta en el campo de la comercialización internacional, las políticas de negociación mundialmente manejadas y todo lo relacionado con los procedimientos de exportación e importación de utilización mundial.

Se debe tener en cuenta consideraciones, como que dentro del ámbito mundial es potencial para la generación de comercio, y un buen punto de partida para ingresar a los mercados extranjeros, basados en su gran demanda de productos no tradicionales y su gran capacidad económica para la importación; por estas y otras razones más como el constante crecimiento del mercado Internacional se ve claramente que las artesanías son de gran aceptación.

## **6. MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN**

Es necesario cimentar la investigación sobre una estructura pertinente, que le permita sostener las hipótesis que de él se plantearon y determinar un proceso investigativo coherente con la demostración de las mismas; es así como para dar la adecuada y oportuna fundamentación a las ideas que se formularon en las hipótesis ya mencionadas, se relacionan algunos documentos y concepciones que permitirán

un mejor entendimiento del proyecto, concibiendo una visión global de sus alcances y limitaciones y de igual forma de sus metas y fines deseados.

## **6.1 MARCO ANTROPOLÓGICO**

Un aspecto importante en Colombia, son las características propias de la gente de cada región, sus costumbres, tradiciones, mitos y creencias. Esta mezcla de razas y culturas contribuye a darle a este país una estupenda diversidad y una riqueza de manifestaciones folclóricas dando paso así a la exposición de su propia cultura expresada a través de las artesanías. Como derivación de la cultura, abren uno de los horizontes más extensos del mundo americano. En esta región del trópico, donde las estaciones son de lluvias y de sol, todo se muda con la altura y se fija en tres pisos: abajo están los climas cálidos, a medio subir por las tres cordilleras se vive en perenne primavera y, de cierto nivel para arriba, encontramos la tierra fría, hasta llegar a los picos de nieves perpetuas. De un piso al otro, todo cambia, como el clima, cambian los trabajos y las artes. En los dos litorales, en un país que tiene casi tanta costa sobre el Caribe como sobre el Pacífico, dos culturas van surgiendo bajo dos signos casi opuestos. El Caribe es un mar de aproximaciones fáciles y múltiples. En sus playas internacionales se vuelcan los colores del mundo y hay un semillero de carnavales y fiestas, rumbas y cumbias, que pone a diario un toque de fuego en la vida cotidiana.

Las artesanías de Colombia sorprenden y brillan en cada una de las cosas que trabaja en las diferentes regiones el obrero humilde: cuero, madera, paja, plata, oro, trapos, barro, calabazos, lana, hoja de lata, piedra y vidrio. Aquí como en todos los pueblos, se cumple una ley de cultura inexorable. Entre el hombre y su medio hay un diálogo de siglos que se afina con el tiempo y explica esa conducta plural y distintiva que acaba determinando los estilos.

No podemos dejar de tener en cuenta que el país está pasando por una difícil situación. Mientras el gobierno y los productores están pensando cómo buscar e

implementar medidas para resolver esta situación, no se ha hablado nada de cómo va a hacer aquel trabajador que no va a tener más empleo pero sí tendrá que hacer frente a la cuenta de agua, luz, impuestos y otros etcéteras.

Más allá de esta situación, el país viene pagando un precio muy alto en lo social desde la profundización de las políticas neoliberales. En los últimos años, los latinoamericanos estábamos preocupados porque el nivel de emigración de los jóvenes preparados era muy alto. Ni qué hablar de la situación de la seguridad social, cada día con menos protección.

Hoy, con respecto a esto, debemos tomar conciencia de más solidaridad, más participación y mayor discusión, para aportar soluciones que ayuden a mejorar la economía de éste país. Debemos proponer cambios en el rumbo de la política económica, buscando protección para acciones que realmente creen empleo y mejoren el ingreso per-cápita de los colombianos.

## 6.2 MARCO TEÓRICO

Los nuevos enfoques del Comercio Internacional han surgido desde hace aproximadamente veinte años, como respuesta a la constatación de que había una serie de hechos importantes en los datos de los flujos comerciales, observables a partir de los años 60 y 70, que no eran del todo bien explicados con los planteamientos convencionales de la teoría del comercio internacional.

(Martinez 2013 Pág 11).

Como es bien sabido, y como tradicionalmente se ha enseñado en las facultades de economía el comercio internacional era explicado en base a la doctrina de David Ricardo<sup>1</sup>, formulada a principios del siglo XIX y conocida como la **Teoría de la Ventaja Comparativa**.

---

<sup>1</sup>DAVID RICARDO (1772-1823). Economista británico, de origen judío; fue uno de los miembros más importantes de la escuela clásica de economía política.

Según la cual cada país tendía a especializarse y a exportar aquellos bienes, en los cuales tenía una producción comparativamente más barata y unos costos comparativamente más eficientes.

Según esta teoría, un país tiende a poder producir y consecuentemente, a especializarse y exportar de forma comparativamente más barata aquellos bienes que requieran una utilización intensiva del factor más abundante.

Por tanto, si en un país, comparativamente hablando, eran abundantes los recursos naturales y, en cambio, era escaso el factor capital, ese país tendería a especializarse en producir mercancías y bienes que utilizaran intensivamente recursos naturales y no produciría mercancías que utilizaran el factor capital. Al contrario, otros países, por ejemplo, los que eran abundantes en mano de obra, esos países tenderían a especializarse en productos que necesitaran intensivamente la mano de obra.

Las exportaciones han sido una de las fuentes de crecimiento de América Latina en los últimos quince años. La situación fiscal en muchos países es demasiado frágil para adoptar políticas keynesianas de expansión del gasto.

Los inversionistas son renuentes en vista de la inestabilidad económica y los crecientes riesgos políticos de cada uno de los países Latinoamericanos. Mientras que en Estados Unidos, la confianza de los consumidores ha impedido la recesión; en la mayoría de los países de América Latina, el consumo privado ha sufrido por cuenta del desempleo, las devaluaciones y la falta de crédito.

Décadas atrás, teníamos la convicción de que la tasa de cambio real era prácticamente lo único que contaba. Hoy, está claro que el desempeño de las exportaciones refleja ante todo la calidad del ambiente económico e institucional, porque de ello dependen los incentivos para la innovación y la toma de riesgos por parte de las empresas. Por eso, los países peor gobernados y con menor capacidad

institucional solo pueden llegar a los mercados externos con productos de baja elaboración.

De otro lado la globalización es uno de los nuevos enfoques que ofrecen ventajas dentro de las economías emergentes ya que contribuye a la disminución de una situación de aislamiento experimentada por numerosos países en vías de desarrollo; la posibilidad real de un intercambio entre éstos y otros países desarrollados en un mercado internacional; la globalización ha permitido crecer a numerosos países mucho más rápidamente que en otras épocas; ha permitido, igualmente que un número mayor de personas gocen en la actualidad de un mayor nivel adquisitivo y de un nivel de vida muy superior al que habían disfrutado nunca y ha brindado a un mayor número de personas el acceso a un grado de conocimientos que sólo hace un siglo no era alcanzable ni por los más ricos del planeta. A todo ello ha colaborado, sin duda, el acceso a las fuentes de información, entre ellas, la más poderosa, Internet.

La globalización fue vista como el sistema económico el cual le brindaría un desarrollo y prosperidad a todas las economías, en especial a las de países subdesarrollados, lo cual en la práctica no ha sido del todo cierto y por lo cual ha sido criticada por varios economistas, dentro de los que se encuentra el economista Joseph Stiglitz, Premio Nobel de Economía del año 2001, y que en su libro el malestar en la globalización (Stiglitz 2008 Pág 11), hace un análisis de la doble moral que manejan los países desarrollados a expensas de la globalización , la acusa de haber favorecido la hipocresía de los países ricos al permitir que éstos forzasen a los de menor desarrollo económico a eliminar las barreras comerciales a partir de una política económica que los países industrializados no estarían jamás dispuestos a aceptar; pero, entretanto, los países ricos mantienen sus barreras arancelarias frente a los bienes procedentes de los países en vías de desarrollo, sobre todo, los bienes procedentes de la agricultura.

Aunque la consigna general en que se puede sintetizar el contexto de globalización, es que todas las economías nacionales se encuentran en constante interacción, se debe favorecer el crecimiento económico de los países menos desarrollados; pero para que ello sea posible, no basta con que las instituciones económicas supra-nacionales se apliquen a proporcionar recetas de crecimiento, sino que éstas deben de respetar las secuencias y los ritmos que exigen algunas economías con un débil grado de desarrollo<sup>2</sup>.

Otro de los autores que han analizado y escrito mucho sobre el proceso de la globalización es Anthony Giddens, el sociólogo británico. Giddens es bastante optimista respecto al proceso de globalización. Para él, la globalización es algo así como un proceso de igualación ya que les confiere a los grupos y a las naciones hasta ahora sin poder el potencial para realizar sus fines.

Giddens define la globalización como un proceso social que resulta en “cantidades de personas cada vez más grandes que viven en circunstancias en las cuales instituciones están desarraigadas, que vinculan prácticas locales con relaciones sociales globalizadas que organizan aspectos importantes de la vida cotidiana”<sup>3</sup>.

En este sentido, podemos ver que para Giddens, la globalización no es algo esotérico que concierne a los sociólogos, sino una serie de procesos que afectan a los individuos en un sentido plenamente fenomenológico: esto es, al nivel de sus vidas cotidianas. Que estos individuos vivan en una aldea china o estén sentados al ordenador en California, la globalización es un dilema para esos individuos, aunque de maneras diferentes.

---

<sup>2</sup>STIGLITZ, Joseph E. El malestar en la globalización. Traducción de Carlos Rodríguez Braun. Madrid: Taurus, 2002. 314 p. [ISBN: 84-306-0478-2] (Original: Globalization and its Discontents, 2002.)

<sup>3</sup>Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas  
Madrid, Taurus, 2000. (e.o. 1999)

Las sociedades tradicionales o pre-modernas se basan en relaciones que están muy arraigadas, o incrustadas, en el tiempo y en el espacio. Así, debido a la proximidad inmediata que el campesino tenía con la naturaleza, el sentido del tiempo del campesino y de toda su sociedad basada en la agricultura estaba basado típicamente en las “estaciones”. El tiempo para un campesino era típicamente cíclico y local.

Los tiempos pre-modernos están marcados por la mayoría de la población viviendo en pequeñas comunidades locales. Su sentido del espacio, geográfico o social, era muy estrecho. Muchos campesinos no podían moverse más allá de los límites de sus comunidades particulares. Sus ideas de espacio estaban fijadas. G propone que deberíamos describir a los campesinos como incrustados en sus comunidades locales.

Los procesos de modernización despegan a los individuos de las comunidades de sociedades tradicionales de las definiciones estrechas de tiempo, espacio y estatus. La modernización desarraiga (en todos los sentidos) al individuo feudal de su identidad fija en el tiempo y en el espacio. Propone que la modernización está basada en un proceso por el cual una idea estrecha y fija de espacio (como lugar y como defensorio del individuo) es reemplazada por el concepto cada vez más importante de tiempo (universal).

### **6.3 MARCO CONCEPTUAL**

PROEXPORT - COLOMBIA es la entidad que promueve las exportaciones colombianas, con apoyo y asesoría integral a los empresarios nacionales, en sus actividades de mercadeo internacional, mediante servicios que facilitan el diseño y ejecución de un Plan Exportador. En cumplimiento de estos propósitos, contribuye con el desarrollo de una cultura exportadora, con énfasis en la competitividad y la productividad, de acuerdo con el Plan Estratégico Exportador del Ministerio de Comercio Exterior.

Adicionalmente, ofrece servicios especializados a los empresarios extranjeros interesados en adquirir bienes y servicios colombianos. A través de sus Oficinas Comerciales en el exterior, actúa como puente de contacto entre los empresarios tanto en actividades de promoción comercial, como de inversión, así:

**6.3.1 Acceso Virtual.** A través de Internet, se puede obtener información de PROEXPORT y acceder a los servicios de Inteligencia de Mercados, Directorio de Exportadores y Centro de Atención al Exportador, e Inteligencia de Mercados.

**6.3.2 Centro de Información y Servicios de Comercio Exterior.** El Centro de Información y Servicios de Comercio Exterior (CISCE) es la puerta de entrada de los empresarios a los servicios de comercio exterior en donde recibe orientación sobre los temas que manejan y los servicios que prestan las entidades adscritas al Ministerio de Comercio Exterior y se tiene el acceso a la biblioteca empresarial que mediante la auto consulta ofrece al visitante información y actualización de directorios comerciales, estadísticas, aranceles, documentos generales de apoyo a la exportación, preguntas más frecuentes y publicaciones.

**6.3.3 Directorio de Exportadores.** El directorio de Exportadores, es una herramienta ubicada en la página web de PROEXPORT que permite realizar consultas para obtener información de las empresas exportadoras.

**6.3.4 Inteligencia de Mercados.** El servicio de inteligencia de mercados - INTELEXPORT - permite a las empresas obtener información a través de una plataforma en Internet, sobre posibles destinos de exportación e identificar nichos de mercado para sus productos, comportamiento y

tendencias del mercado internacional así como diferentes paquetes de productos diseñados a la medida de las necesidades de los usuarios.

**6.3.5 Aseguramiento de la Calidad.** Es un programa mediante el cual se busca que las empresas exportadoras o potencialmente exportadoras del país, obtengan certificación con reconocimiento internacional, en sistemas de aseguramiento de calidad.

La certificación es obtenida después de recibir capacitación y asesoría especializada para el efecto, la cual es ejecutada por entidades técnicas que prestan sus servicios directamente a las empresas en virtud de convenios suscritos con ellas por PROEXPORT. La certificación es otorgada por organizaciones reconocidas internacionalmente.

**6.3.6 Seminarios de capacitación.** A través de convenios con las Cámaras de Comercio, Gremios y entidades públicas y privadas Proexport promueve la capacitación de los empresarios colombianos en el proceso exportador. La capacitación puede ser básica en el proceso exportador o especializado en temas de competitividad previa identificación de las necesidades específicas de las empresas para el diseño de programas a la medida.

**6.3.7 Programa Expopyme.** EXPOPYME es un innovador programa de desarrollo que otorga a las pequeñas y medianas empresas un apoyo integral y dirigido para posesionar exitosamente sus productos en los mercados internacionales.

El objetivo de EXPOPYME es lograr que cada empresa tenga su PLAN EXPORTADOR en donde identifique sus fortalezas y debilidades, mercados estrategias y actividades a desarrollar para guiar al empresario a exportar por sí mismo.

Para facilitar la ejecución del PLAN EXPORTADOR, EXPOPYME ha diseñado un programa de capacitación denominado “Gerencia del

Cambio” que incluye temas de análisis de entorno económico, estrategias gerenciales, finanzas, mercadeo internacional, logística, negociación, entre otros.

**6.3.8 El Plan Exportador.** Las empresas que tienen una experiencia exportadora y suficiente conocimiento sobre mercadeo internacional elaboran por si mismas su PLAN EXPORTADOR para utilizar los servicios de PROEXPORT.

Proexport apoya a las empresas en la planeación y desarrollo del PLAN EXPORTADOR dando soporte y asesoría para la definición y ejecución de las actividades.

**6.3.9 Proyectos Especiales.** Con este servicio, PROEXPORT busca que a partir de una oportunidad de mercado detectada, un grupo de empresas con intereses comunes en sus productos, mercados o canales de distribución se unan para exportar.

El proyecto debe tener un resultado cuantificable en las exportaciones y un programa de trabajo que permita conocer el tiempo y el costo de la ejecución.

Los PROYECTOS ESPECIALES pueden ser presentados por los empresarios, Cámaras de Comercio, Ministerio de Comercio Exterior, CARCES, gremios, Bancoldex o por PROEXPORT con base en las oportunidades detectados.

**6.3.10 Alianza Estratégica.** Para empresas o grupos de empresas que consideren estratégico asociarse con PROEXPORT para el establecimiento de una comercializadora, o el desarrollo de un proyecto específico de comercialización, y para tal fin presenten una propuesta, PROEXPORT evaluará el proyecto y definirá su participación. Las empresas deberán considerar el pago de una estructura de costos fijos mensuales mínima.

#### **6.3.11 Promotoras para la Creación de Comercializadoras.** PROEXPORT

apoya la creación de promotoras de comercializadoras, asociándose con empresarios para desarrollar actividades que los lleven a definir un esquema de comercialización, poniendo a disposición la información de oportunidades de mercado identificadas específicamente para productos colombianos, estudios de inteligencia de mercados para profundización en su conocimiento, asesoría en logística de transporte y distribución, y apoyo para la realización de actividades de prospección comercial en el mercado objetivo.

#### **6.3.12 Logística de Exportación.** El servicio de logística de exportación brinda

asesoría e información sobre el transporte internacional de carga, su manejo y la distribución física internacional.

#### **6.3.13 Mecanismo de Compensación al Transporte.** El mecanismo de

compensación al transporte es una herramienta de promoción para estimular las exportaciones hacia países que no cuenten con servicios de transporte directo, regular e idóneo, contribuyendo con el pago de los fletes para facilitar la penetración y consolidación de nuevos mercados.

### **6.4 MARCO HISTÓRICO**

La presencia de las comunidades indígenas en las vegas de los ríos Guaviare y Guayabero se debió a la cultura seminómada. En el presente siglo, la afluencia de población al territorio se inició con la colonización campesina en la vertiente del Ariari. El proceso de colonización estuvo marcado por varias etapas históricas. La primera, de 1920 a 1950, fue generada por el auge de la extracción de quina, tigrillos, caucho y madera; la segunda, de 1966 derivada de la violencia política en Colombia que dio lugar a grandes desplazamientos de campesinos.

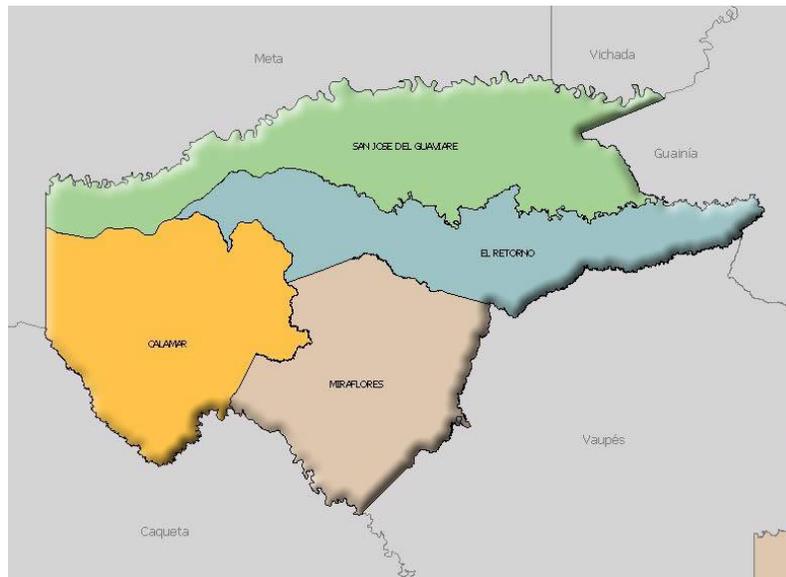
Hacia 1968 se generó una nueva ola de migración a causa de razones políticas, y finalmente, en los años 80 el auge del cultivo de coca atrajo numerosos colonos. En 1977 por la Ley 55 del 23 de diciembre, y como consecuencia de ese intenso proceso colonizador alrededor de San José del Guaviare, El Retorno, Calamar y Miraflores, su territorio se segregó de la comisaría de Vaupés. El 5 de julio de 1991, la nueva Constitución Política de Colombia erigió a la categoría de departamento a la comisaría del Guaviare.

## **6.5 MARCO GEOGRÁFICO**

Está situado en la parte oriental del país, en la región de la Amazonía, localizado entre los 00°39'21" y 02°55'33" de latitud norte y entre los 69°59'45" y 73°39'48" de longitud oeste. Cuenta con una superficie de 42.327 km<sup>2</sup> lo que representa el 3.7 % del territorio. Limita por el Norte con los departamentos de Meta y Vichada, por el Este con Guainía y Vaupés, por el Sur con Caquetá y Vaupés, y por el Oeste con Meta y Caquetá

Está dividido en 4 municipios: San José del Guaviare, ciudad capital, Calamar, El Retorno y Miraflores; 25 inspecciones de policía, así como numerosos caseríos y sitios poblados. Los municipios están agrupados en un círculo notarial con una notaría, un círculo principal de registro, y pertenecen al distrito judicial de Villavicencio. El departamento constituye la circunscripción electoral del Guaviare.

**Figura 1. Mapa Guaviare**



## **6.6 MARCO LEGAL**

La ley Marco de Comercio Exterior, Ley 7 de enero 16 de 1.991, estableció los criterios generales de política de comercio exterior, algunos de sus objetivos son:

- Impulsar la internacionalización de la economía colombiana para lograr un ritmo creciente y sostenido de desarrollo.
- Impulsar la modernización y la eficiencia de la producción local, para mejorar su competitividad internacional y satisfacer adecuadamente las necesidades del consumidor.
- Apoyar y facilitar la iniciativa privada y la gestión de distintos agentes económicos en las operaciones de comercio exterior.
- Coordinar las políticas en materia de comercio exterior con las políticas arancelaria, cambiaria y fiscal.

Para el logro de tales objetivos, la Ley Marco creó el Consejo Superior de Comercio exterior, el Ministerio de Comercio Exterior, el Banco de Comercio Exterior y PROEXPORT.

Igualmente, se ha profundizado en el proceso de integración económica, ejemplos de ello los Acuerdos de Complementación Económica con Chile y Argentina; los países miembros de la Comunidad Andina han adelantado la armonización del Arancel Externo Común acercándose en la configuración de una Unión Aduanera; el Tratado de Libre Comercio entre Colombia, Venezuela y México (G-3); el Acuerdo sobre Comercio y Cooperación Económica y Técnica con los países del CARICOM( Mercado Común del Caribe ), los Acuerdos de Alcance Parcial con Panamá y Cuba, además, los avances obtenidos en las negociaciones de un Acuerdo de Libre Comercio entre Colombia, Venezuela y el Mercado Común Centroamericano y el Acuerdo de Complementación Económica que se adelanta entre la Comunidad Andina y el Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay).

Siendo consciente del papel fundamental que cumplen las exportaciones en el desarrollo de los objetivos planteados en la Ley Marco de Comercio Exterior, el Gobierno Nacional ha venido desarrollando medidas que facilitan y simplifican los trámites que los exportadores deben realizar ante las diferentes entidades oficiales.

La ley 677 de 2001, establece las Zonas Especiales Económicas de Exportación, con el objeto de otorgar incentivos a las empresas localizadas o que se localicen en los territorios que la misma señala, cuando se dedican a actividades de exportación.

El Decreto 1227 de 2002 reglamentario de la ley 677 señala las condiciones que deben cumplir las empresas para gozar de los beneficios de la ley.

## **6.7 BASES TEÓRICAS.**

Esta investigación se desarrolla basada en los objetivos e hipótesis planteados y de acuerdo con la normatividad establecida por la universidad para proyectos de grado. El proyecto viene dado por una serie de componentes básicos de los cuales el legal y conceptual se toma como esenciales para la comprensión de la investigación.

De acuerdo al tipo de investigación que se adelanta lo primero que se toma para clarificar el desarrollo del proyecto es la parte investigativa del mercado, cómo se desarrolla y que tópicos de análisis se deben tener en cuenta para su adelanto, por eso un análisis al sistema de información de mercados es importante, ya que por medio de este las organizaciones llevan a cabo la gestión de muy variados recursos como: Recursos financieros, recursos humanos, información, recursos tecnológicos y recursos físicos, siendo hoy día uno de los más importantes la información. Por eso, actualmente las empresas tienen herramientas para tratar esa información. Hoy en día, la información se ha convertido en un aspecto fundamental ante los cambios que se han producido en el entorno de la empresa. El entorno es cada vez más complejo, más competitivo y sobre todo más incierto. Debido a estos cambios del entorno, las necesidades de información en las empresas han crecido de tal manera que muchas empresas han pensado que las actividades de marketing iban a ser las que permitirían conseguir toda esa información. Esto trajo consigo un desarrollo de las técnicas de marketing que son cada vez más sofisticadas, es decir, se han ido perfeccionando. El hecho de que las técnicas de marketing sean más sofisticadas se traduce en un incremento de las necesidades de información.

Basados en lo mencionado vemos que la información que se genera en la investigación es muy importante y por lo mismo debe ser verificada y rectificadas sus fuentes, así mismo antes de iniciar la verificación la tipología de la información debe ser clasificada, si es información primaria o secundaria y cuál de las dos es de mayor beneficio para el estudio del proyecto. Si bien es cierto que toda la información es adecuada, no toda la información es pertinente, pues los análisis de las causas y consecuencias deben ser observados desde un punto de vista objetivo y apropiado al proyecto; adicionalmente el tipo de investigación que se adelante debe ser clarificado desde el comienzo para así determinar los instrumentos de análisis, los frentes de acción que se deben llevar y los planes de acción que se deben seguir, acorde con lo enunciado el tipo de investigación que se considera debe realizarse en estos casos es de tipo cuantitativa, la cual consiste en “El objetivo de la investigación cuantitativa es recoger información primaria para estudiar

cuantos elementos de una población poseen una determinada característica, cuántos son consumidores, cuántos establecimientos siguen unas determinadas estrategias, etc.

Estas técnicas van a trabajar con grupos relativamente grandes de elementos, y persiguen en todo momento extraer datos que sean representativos estadísticamente de la población objeto de estudio. Hay dos técnicas cuantitativas dentro de este grupo que son fundamentales: encuestas y paneles.

Como un segundo concepto que es necesario tomar en cuenta para el desarrollo de la investigación es que tomamos el factor del comportamiento del sector económico en el cual se desenvuelve el proyecto, para ello es importante recurrir a bases de datos que nos den información adecuada sobre la producción, comercialización, las tendencias del mercado, etc. En el caso en particular del subsector artesanal “La producción de artesanías no se escapa de la tendencia mundial de producir con respeto al medio ambiente y a los consumidores.

## **7. METODOLOGÍA**

El proyecto se soporta en una investigación científica, por lo cual debe estar sustentado bajo una metodología de trabajo que es preciso clarificar en este capítulo, en donde habrán de quedar consignadas las pautas y los criterios tenidos en cuenta para el desarrollo sistemático del análisis de la investigación.

### **7.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación que se pretende realizar es de carácter exploratorio, pues lo que se procura es responder a una pregunta de viabilidad<sup>4</sup>; con este tipo de investigación se pretende proporcionar un panorama

---

<sup>4</sup> BAPTISTA, Pilar. Metodología de la investigación. Chile: Don bosco, 2003. p. 56

más amplio y general sobre la viabilidad de exportar artesanías en guadua a Alemania; Ya que normalmente esta investigación esta diseñada para obtener un análisis preliminar de una situación propuesta con un mínimo de costo y tiempo, también busca sentar las bases para que cada empresa de artesanías que pretenda ingresar a este mercado, adecue los conocimientos proporcionados en este trabajo, a las necesidades que requiera cubrir. Por tal motivo se considera la investigación exploratoria como la más apropiada para el proyecto.

## **7.2 FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

No siempre es necesario recurrir a costosas fuentes de investigación para llevar a cabo un proyecto, y ante las dificultades de tipo logístico y presupuestal que puede representar una investigación como esta, se tomaran en cuenta principalmente las siguientes fuentes.

**7.2.1 Fuentes secundarias.** Ya que no podemos aplicar una observación directa en cuanto al comportamiento del mercado se utilizara el apoyo de entidades como Proexport y la Cámara de Comercio Colombiana la primera brindara apoyo en cuanto investigaciones que tengan similares objetivos al nuestro con lo cual identificaremos algunas pautas presentes en el mercado exterior el cual es objeto de nuestro estudio. La Cámara de Comercio Colombiana por medio de su programa de proyectos de intercambio comercial brindara apoyo en el campo relacionado con datos estadísticos sobre el número de empresas dedicadas a la comercialización de artesanías y a los contactos necesarios para el intercambio de información con los comerciantes del país de destino.

**7.2.2 Otras fuentes.** Para el presente estudio se recurrirá a los estudios sectoriales suministrados por ANIF, sitios web de entidades como Mincomercio, y todas aquellas organizaciones involucradas en la

producción y comercialización de artesanías. Así como la abundante literatura sobre casos de internacionalización, disponibles en las bibliotecas de diferentes universidades.

### **7.3 VARIABLES E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION**

Se utilizarán instrumentos previamente válidos y reconocidos en diferentes tipos de estudio los cuales incluirán diferentes variables. El análisis de la información está basado en las siguientes variables:

- Económicas
  - Población
  - Nivel de ingresos
  - Inflación
  - PIB
  - Crecimiento
  
- Comerciales
  - Balanza Comercial
  - Comercio Bilateral
  - Acuerdos con Colombia
  - Gravámenes
  - Regulación y Normas
  - Incomterms
  
- Desempeño del producto
  - Importaciones
  - Exportaciones Colombianas
  - Participación
  - Oferta Exportable
  
- Transporte

- Aéreo-Marítimo
- Fletes y Seguros
- Frecuencia
- Tiempo

Para lo anterior se llevará a cabo un cronograma de actividades que se realizarán a lo largo del proceso, el cual se realizara bajo un Diagrama de Gantt, que mostrará cada una de las actividades con su fecha de inicio y finalización reflejando a su vez el porcentaje de progreso.

Por último la recolección de la información estadística será reflejada en gráficas para un mejor aprovechamiento de esta. Su análisis se hará manual teniendo en cuenta los criterios usados en la observación indirecta que agilicen y aseguren un margen de confiabilidad de la información que permita que el estudio cumpla los objetivos planteados.

## **8. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO**

### **8.1 LAS ARTESANÍAS**

Se considera como tal, todo producto elaborado a través de la ejecución de actividades llevadas a cabo, generalmente en pequeños talleres con baja división social del trabajo y con predominio de la energía humana, física y mental, complementada con herramientas y máquinas relativamente simples<sup>5</sup>.

También se considera artesanía todo tipo de trabajo realizado manualmente, como oposición a los ejecutados por medios mecánicos en serie.

---

<sup>5</sup>ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A. Desarrollo Artesanal en Colombia. Bogotá: Artesanías de Colombia, Subgerencia de Desarrollo. 2000. p. 265

El término “artesanía” también puede ser utilizado de forma particular a las llamadas artes menores o aplicadas, donde además del conocimiento de un oficio, intervienen elementos funcionales y artísticos.

## **8.2 ANTECEDENTES DEL OFICIO ARTESANAL**

Culturas milenarias encontraron en las artes aplicadas un medio más para rendir tributo a la tierra y sus deidades, los oficios artesanales eran sagrados y respondían a una necesidad tan mística como utilitaria.

El objeto artesanal como tal no es una invención de ahora o de hace un siglo, es algo que ha acompañado al hombre desde que les es posible expresarse a través de los materiales que ofrece la naturaleza; pictogramas, joyas, jarrones y todo cuanto es creación de la humanidad se ha comportado como un reflejo de mitos y creencias, de angustias ante el mundo hostil que siempre han encontrado eco en las generaciones posteriores.

## **8.3 VIGENCIA DE LAS ARTESANÍAS**

Existen dos posibles razones por las cuales, a pesar de la tecnificación alcanzada, aún existe un aprecio creciente por las labores artesanales. En primera instancia, la mayoría de los consumidores consideran los artículos hechos a mano como de mejor calidad que los productos similares hechos a máquina y, por otra parte, la necesidad que siente el consumidor de mantener un enlace con las costumbres y culturas que usan sus manos como formas de expresión y materialización de sus ideas.

En los productos artesanales se rescatan algunos materiales que se creía iban a desaparecer, tales como la madera, el corcho, la arcilla, el alambre, el cuero donde también se hace visible el ingenio, la capacidad de invención, la habilidad para la

producción de un artefacto, el diseño de un objeto doméstico, la creación de un objeto estético.

#### **8.4 LAS ARTESANÍAS COMO ARTE**

Su cercanía con el arte a veces pierde los límites sin llegar a establecer un umbral claro, y por supuesto sus realizadores también corren el riesgo de ser catalogados como artistas o artesanos según unos parámetros no muy claros.

Sólo en tiempos modernos el ser humano ha determinado y fraccionado sus creencias de sus oficios, las angustias de sus objetos; hoy se puede decir a ciencia cierta que es arte y qué artesanía, quizá porque ya ninguno de los dos asume una realidad con totalidad, una obra de arte usualmente no ofrece ninguna utilidad funcional en tanto que una artesanía no suele ofrecer una mirada mística del mundo.

#### **8.5 CLASIFICACIÓN DE LOS ARTÍCULOS ARTESANALES EN TRADICIONALES, CONTEMPORÁNEOS Y ÉTNICOS**

Por mostrar implícitamente los factores que intervienen en su elaboración, los artículos artesanales son clasificados de la siguiente forma:

**8.5.1 Artesanía tradicional:** Producción de objetos útiles y, al mismo tiempo, estéticos, realizada en forma anónima por un determinado pueblo, exhibiendo un dominio de materiales, generalmente procedentes del hábitat de cada comunidad. Esta **actividad es realizada como un oficio especializado, transmitido de generación en generación**, y constituye expresión fundamental de la cultura con la que se identifican, principalmente, las comunidades mestizas y negras, y cuyas tradiciones están constituidas por el aporte de poblaciones americanas y africanas, influidas o caracterizadas en diferentes grados por rasgos culturales de la visión del mundo de los originarios inmigrantes europeos<sup>6</sup>.

**8.5.2 Artesanías étnicas:** Producción de bienes útiles, rituales y estéticos. Se constituye en **expresión material de la cultura de comunidades** con unidad étnica y relativamente cerradas. Elaborada para satisfacer necesidades sociales, integrando los conceptos de arte y funcionalidad. Materializa el conocimiento de la comunidad sobre el potencial de cada recurso del entorno geográfico, el cual es transmitido a través de las generaciones<sup>7</sup>.

**8.5.3 Artesanías contemporáneas:** Producción de objetos útiles y estéticos, desde el marco de los oficios, y en cuyo proceso se sincretizan elementos técnicos y formales, procedentes de diferentes contextos socioculturales y niveles tecnoeconómicos. Se caracteriza por **realizar una transición hacia la tecnología moderna y/o por la aplicación de principios estéticos** de tendencia universal y/o académicos, y destaca la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo<sup>8</sup>.

## **8.6 LOS COMPRADORES DE ARTESANÍAS**

Los compradores de artesanías tienen características muy definidas que permiten segmentarlas de forma relativamente fácil, son generalmente personas adultas, coleccionistas y/o interesados en el arte, que se perciben como multiculturales y que buscan expresarlo a través de los productos que utilizan, tienen un buen grado de educación de tal forma que están en la capacidad de apreciar el diseño, la calidad y los acabados y cuentan con un nivel de ingresos relativamente alto que les permite adquirirlos.

---

<sup>6</sup> <http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Movil/Publicacion.jsf?contenidoId=82>

<sup>7</sup> <http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Movil/Publicacion.jsf?contenidoId=82>

<sup>8</sup> <http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Movil/Publicacion.jsf?contenidoId=82>

## **8.7 FACTORES QUE INFLUYEN EN SU DECISIÓN DE COMPRA**

Las artesanías son artículos cuya motivación de compra se ve marcada por las tendencias de la moda, situación cultural y capacidad adquisitiva del consumidor, entre otros.

La diferenciación, se constituye en el factor más influyente en el impulso de compra de los artículos artesanales y es medido en función de su poca disponibilidad o la concepción de que son únicos, llamados por eso “artículos Hard-to-find”. La mayor parte de los objetos provenientes del Mercado artesanal utilizan la creatividad como medio de desarrollo y hacen parte de la expresión natural de la necesidad y el deseo del hombre de mostrarse como ser individual.

Así mismo, la calidad de los productos es factor decisivo en el momento de comprar, pues se cuenta con un público cada vez más preparado que se percató de la diferencia, manifiesta su aceptación y aprecia un buen diseño.

En el momento de comprar, también se tiene en cuenta la conveniencia, es decir, la manera en que se acopla a los gustos del cliente y el grado de satisfacción que brinda a sus necesidades.

Finalmente, es necesario analizar el uso final que el consumidor desea darle al producto, pues que en algunos casos es vital la presentación, la promoción y la selección de merchandising que se haga del producto.

## **8.8 VENTAJAS COMPETITIVAS**

El hecho de que un artículo sea hecho a mano, constituye un incentivo para los consumidores únicamente si satisface sus exigencias en cuanto a calidad (Durabilidad, acabados y presentación) y precio, especialmente si se tiene en cuenta que la mayoría de los consumidores basan su argumento de compra en

obtener un buen valor por su dinero. En caso contrario, será más probable que se incline por los artículos producidos en serie, que le ofrecen la calidad de la producción hecha a máquina, precios reducidos y un diseño que parece hecho a mano.

## **8.9 FACTORES QUE TIENEN EN CUENTA LOS MAYORISTAS AL COMPRAR ARTESANÍAS**

Entre algunas de las características tenidas en cuenta por los mayoristas en el momento de comprar artesanías se encuentran:

- Productos diferenciados, ya sea en diseño, calidad y/o precio.
- Ofrecimiento de muestras y fotografías de los productos acompañadas de una descripción completa del producto en cuanto a dimensiones, peso y materiales.
- Descuentos y precios de venta atractivos que le ofrezcan buenos márgenes de rentabilidad.
- Flexibilidad ofrecida en los términos de negociación (condiciones legales).
- Plazos de pago extendido y tiempos de entrega cortos.
- Sistema de comunicación eficiente que le garantice rapidez de respuesta a sus requerimientos.
- Cumplimiento por parte de la empresa en cuanto a cantidad, calidad, peso y volumen del artículo, plazos de entrega y otras condiciones pactadas desde la cotización.
- Nivel de servicio posventa, en este caso, responsabilidad por mercancías dañadas o deterioradas.
- Seguridad en el suministro o abastecimiento dependiendo del volumen de producción del proveedor.

## **9. TENDENCIAS DEL MERCADO ARTESANAL**

El aprecio en la sociedad contemporánea por los productos hechos a mano, ha dado vida a nuevas tendencias y expresiones creativas, desde las provenientes de economías informales hasta aquellas de la academia. Es así como se han venido vinculando a la producción artesanal un número importante de diseñadores industriales, expertos en textiles, en cerámica, en madera, entre otros, han sido muy exitosos.

### **9.1 TENDENCIAS SEGÚN EL USO DEL PRODUCTO**

En el mercado artesanal, los objetos funcionales o utilitarios son los considerados como de uso diario y se caracterizan porque generalmente son abastecidos en grandes cantidades, tienen la exigencia de adecuarse estrictamente a su uso final y están sujetos al cumplimiento de reglas existentes en tratamiento de materiales, formas, acabado y estándares de medidas que les permita permanecer en dicho mercado.

Para los artículos ornamentales o decorativos la situación es diferente ya que debido a su misma naturaleza, por lo regular son suministrados en pequeñas cantidades al estar dirigidos hacia un consumidor que busca en ellos una forma individual de expresión de forma un poco más modesta que la que podrían ofrecerle las piezas de arte.

### **9.2 TENDENCIAS SEGÚN EL TIPO DE ARTESANÍA**

El reciente desarrollo económico, los cambios en el estilo de vida y la intensa competencia con bienes manufacturados por la industria moderna, han hecho que el número de artesanías tradicionales usado en la vida diaria sea limitado, afectando los fundamentos de esta industria con el temor de que con el tiempo la comercialización de este tipo de técnica desaparezca. Sin embargo, gracias a los

mercados abiertos y las nuevas tecnologías, el contacto del consumidor con otras culturas brinda posibilidades de elevar su demanda<sup>9</sup>.

Las artesanías étnicas cuentan con la ventaja de no tener que competir con precios por cuanto su oferta es más escasa y sus diseños son considerados completamente exclusivos.

Buscando la ampliación del mercado, para este tipo de artesanías, se han comenzado a producir artículos que son aptos para la vida moderna pero usando diseños, colores y métodos de fabricación étnicos.

Los artículos artesanales contemporáneos actualmente son los de mayor acogida y constituyen un nicho con gran proyección comercial en mercados externos, primordialmente entre consumidores jóvenes que buscan en ellos la virtud de un producto decorativo diseñado especialmente para serle útil.

### **9.3 ARTESANÍAS COMO PRODUCTOS EXPORTABLES**

¿Por qué exportar artesanías es una buena idea?

Entre los factores que hacen del negocio de exportación una buena idea podemos encontrar, el nivel de crecimiento de sus exportaciones en los últimos años. Los productos de este sector son cada vez más apetecidos por su naturaleza exótica y por ser hechos con métodos y diseños tradicionales y utilizando materias primas de origen nacional.

---

<sup>9</sup>ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A. Desarrollo Artesanal en Colombia. Bogotá: Artesanías de Colombia, Subgerencia de Desarrollo. 2000. p. 125

Asimismo, los incentivos existentes a nivel nacional representados por políticas y planes diseñados por algunas instituciones gubernamentales que tienden a facilitar el proceso exportador de productos específicos como los del sector artesanal y el establecimiento de aranceles preferenciales que dependen del proceso de integración económica del país exportador y su participación en acuerdos comerciales con otras naciones.

#### **9.4 TENDENCIAS DE CONSUMO DE PRODUCTOS ARTESANALES EN EL MERCADO MUNDIAL**

Según algunos estudios desarrollados por diferentes estamentos a nivel mundial, las siguientes son algunas de las tendencias actuales de consumo de los productos artesanales:

- Indiferencia ante el material de fabricación de las artesanías.
- Preferencia por colores fuertes y vivos en los grandes centros urbanos y por colores pastel, azul lavanda y dorado en otras zonas.
- Marcado retorno a los productos naturales, tales como tejidos de algodón, cerámica, vidrio, madera, piedra y rocas pulidas de diversos colores.
- Valoración por acabados rústicos pero de formas estilizadas y motivos decorativos.
- Aprecio por formas que se remitan a la naturaleza: animales reales y fantásticos, flores y frutos.
- Mayor acogida por las artesanías de tipo contemporáneo, seguidas por las artesanías tradicionales.
- Creciente interés por las artesanías étnicas, especialmente aquellas consideradas funcionales.

## **10. EL SECTOR PRODUCTIVO Y EL MERCADO ARTESANAL**

El sector productivo artesanal se ha convertido en una base importante para el desarrollo del país en la medida en que involucra, según información del Censo Económico Nacional del Sector Artesanal, "aproximadamente 350.000 personas en áreas urbanas y rurales, indígenas, afrodescendientes, campesinos, raizales, etc., que se dedican a diferentes oficios artesanales, representando alrededor de 15% del empleo de la industria manufacturera. A su vez, existen 1.200.000 personas vinculadas al sector de manera indirecta ya sea como artesanos de dedicación temporal, agentes comerciales o prestadores de servicios de desarrollo.

Esta variedad de oficios y productos en diferentes regiones de Colombia hace complejo y pertinente el aproximarse a nuestra realidad social; el lograr que estas comunidades puedan tener elementos comunes, respetando las diferencias que los hagan parte de una cadena de valor que beneficie su economía y su entorno cultural, haciéndolos a su vez participes del desarrollo del país.

Gracias a los esfuerzos de Artesanías de Colombia, el sector artesanal ha venido posicionándose a nivel nacional e internacional, a través de programas enfocados en la asistencia técnica y formación en aspectos puntuales que cobijan a todos los eslabones de la cadena productiva artesanal. Por su parte, las universidades ligadas a la Alianza Artesanías han venido realizando diferentes acercamientos al sector artesanal desde las perspectivas propias de su región.

La actividad artesanal ha alcanzado en el país un intenso desarrollo en los últimos tiempos, hasta el punto de haberse convertido no solo en significativa fuente de trabajo sino en creciente corriente de exportación a diversos países de América y Europa. En ese buen resultado se ha traducido la labor no solo de la entidad estatal de Artesanías de Colombia, que dirige la política de fomento en ese ramo, sino de la Asociación de Artesanos y Microempresarios de Colombia, que orienta desde el sector privado todas las actividades correspondientes.

## 10.1 IMPORTANCIA ECONÓMICA, ECOLÓGICA Y SOCIAL DE LA CADENA

Para los indígenas de identidad cultural comprende dos elementos: uno es la cosmovisión o forma de pensamiento sobre el mundo el otro abarca todas las manifestaciones o experiencias de una cultura, como la lengua, las danzas, y las artesanías. Para vivir como indígena se necesita conocimiento y este se adquiere a través de familiares, amigos y miembros de la comunidad así como por las enseñanzas de la escuela y la propia experiencia. El conocimiento tradicional de generación en generación, de suerte que pasa de los mayores a los niños y jóvenes. Estos conocimientos se dan de manera oral mediante la palabra y por ello estas dinámicas son frágiles de la memoria viva y de las condiciones de su transmisión.

Las manifestaciones son expresiones que las comunidades indígenas han venido ejercitando desde la vivencia de la maloca, arraigadas en forma de comunicación, en modo de expresar sentimiento, lazos de amistad de conservación y manejo de elemento, desarrolladas a partir de una historia y unas necesidades propias esto define lo que es un pueblo, lo cohesiona y lo conduce hacia un pensamiento propio que le permite articularse con otras culturas.

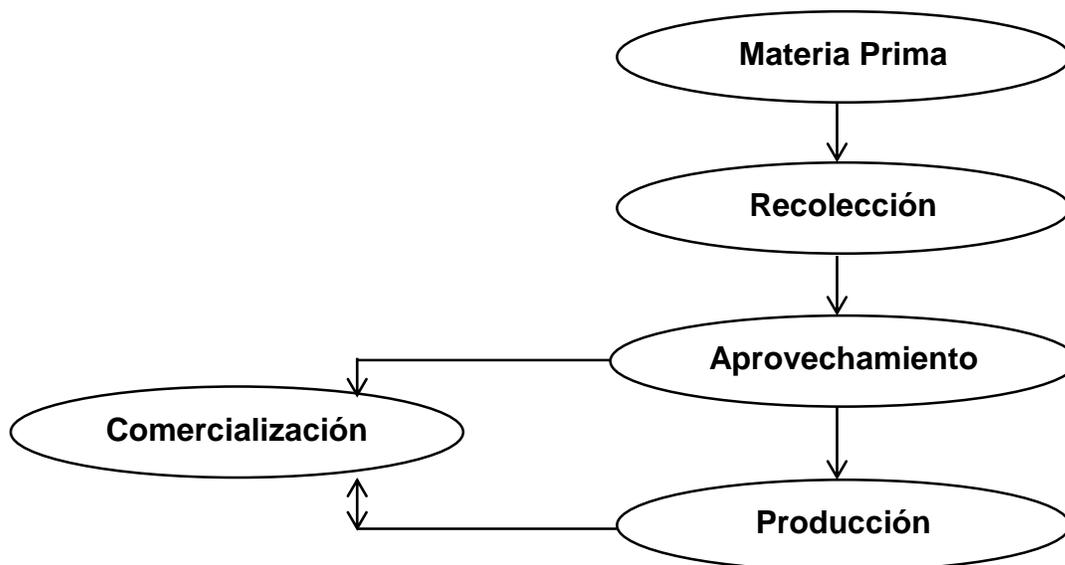
Para proteger el conocimiento tradicional, las comunidades deben principalmente fortalecerse internamente con estrategias locales de recuperación, establecer reglas para las relaciones internas y externas y regirse sobre los planos de vida surgidos de ellas mismas.

**Tabla 1. Resguardos indígenas.**

resguardo	Familias lingüísticas	Etnias
Panuré	Tukano - Oriental	Desanos, Tukanos, Piratapuyos, Cubeos,
El Refugio		

<b>La Fuga</b>		<b>Guananos, Sirianos, Tuyucas, Carapana, Yuruti</b>
<b>Corocoro</b>	<b>Tukano – Oriental</b>	<b>Cubeos</b>
	<b>Maku – Puinave</b>	<b>Puinave</b>
	<b>Arawak</b>	<b>Curripacos</b>
<b>Caño Negro</b>	<b>Sikuani – Guahibo</b>	<b>Jiw (Guayaberos), Sicuani</b>
<b>Cachivara de Nare</b>		
<b>Barrancón Ceiba (Barajas Araguato II)</b>		
<b>Barrancón</b>	<b>Sikuani – Guahibo</b>	<b>Jiw (Guayaberos), Sicuani</b>
<b>Barrancón Colorado</b>		
<b>La María</b>		
<b>Nukak</b>	<b>Maku Puinave</b>	<b>Nukak – Puinave</b>

**Figura 2. Diagrama de la Cadena de Producción de la Artesanía.**



La Cadena de la guadua está compuesta principalmente por los siguientes eslabones: Materia Prima, Recolección, Aprovechamiento, producción y comercialización.

- **Materia Prima:** No existen actualmente en la región cultivos designados como materia prima para la elaboración de estas artesanías, por lo contrario la materia prima sale de los recursos del medio, es por esto que pensando en el medio ambiente se propone activar en la región proyectos de reforestación con las plantas que nos suministren materia prima.
- **Recolección:** La recolección la realizan las tribus indígenas puesto que son estas quienes conocen la materia óptima para realizar estas artesanías.
- **Aprovechamiento:** seleccionar la calidad de los materiales y aprovecharlos para la escultura artesanal correspondiente.
- **Producción:** sacar los productos de la mejor calidad producidos directamente por las familias indígenas, generando así de esta manera que

día tras día esta cultura no se pierda sino por lo contrario trascienda con el pasar de los años.

- **Comercialización:** tener contacto directo con los diferentes compradores de artesanías al interior y exterior del país.

## 10.2 TRANSFORMACIÓN Y PROCESAMIENTO

Los procesos de transformación e industrialización dependen del producto final. Como ya se mencionó, en Colombia los usos tradicionales tienen que ver con la construcción de interiores y exteriores de las fincas y viviendas de la zona central del país. Pero los negocios innovadores y con más proyección para este producto son las artesanías.

El país cuenta con cierta investigación sobre el tema, no obstante esta ha sido poco difundida, por otro lado, la tecnología y maquinaria necesaria para hacer más eficiente e innovador el proceso de transformación aún es incipiente. En cuanto a las artesanías, el país tiene pequeñas empresas con infraestructura y tecnología adaptada localmente para desarrollar procesos semi-industriales, mas no se cuenta con instalaciones y laboratorios especializados para innovación y desarrollo industrial. La experiencia ha mostrado una necesidad de fortalecer la formación del recurso humano en técnicas de manejo industrial en todos los aspectos, en el manejo y mantenimiento de maquinarias y en la elaboración y administración de planes de negocio. En este sentido, la principal dificultad que se ha identificado es la relacionada con la maquinaria que se emplea para los procesos de pre-industrialización.

A su turno, el negocio de las artesanías hace parte de una economía informal, con bajos e irregulares niveles de producción. Esta última se fundamenta principalmente en oferta inconstante o en pedidos de pequeñas dimensiones, en realidad, pocas veces se basa en la identificación de las necesidades del mercado.

Son muchas las dificultades que se han tipificado en este negocio, entre ellas, problemas para desarrollar esquemas de organización, falta de apoyo integral en los aspectos de planificación de la producción, identificación de oportunidades de negocios e investigación de mercados, poca iniciativa para acceder a nuevos mercados con un producto de calidad y diferenciado. Por otro lado, los artesanos de la región no llevan registros contables y sus negocios operan bajo la informalidad, no se tienen estándares de calidad adecuados a una demanda específica y no se aplican criterios de calidad en la selección de las materias primas, y en el desarrollo de los procesos que se utilizan para transformarlos en un producto terminado.

Para avanzar en la solución de estos problemas algunos de las empresas que fabrican este tipo de productos, entre las que también se cuentan accesorios y muebles, se encuentra adelantando asociaciones a fin de organizar el sector Artesanal de Nuestro Departamento del Guaviare y así de esa manera lograr llegar a ofrecer nuestros productos a diferentes regiones de Colombia e iniciar procesos de exportación, esto de la manos con instituciones públicas como el Fondo Mixto de Cultura y Turismo del Guaviare, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. .

### **10.3 COMERCIALIZACIÓN**

El Departamento del Guaviare es por excelencia un Departamento multirracial, con una riqueza inigualable en flora, con una diversidad cultural única y con unas costumbres y tradiciones que no tienen comparación en la región. Reconocido como el hogar de culturas indígenas

Vestido de exuberante vegetación del llano y selva habitado por pobladores de las diferentes regiones del país y Diecisiete (17) pueblo indígenas pertenecientes a Cinco (5) familias lingüísticas, Tukano Oriental, Guahibo, Arawak, Caribe y Nukak – Puinave.

La oferta de materia prima natural y la rica diversidad de conocimiento étnicos ancestrales lo potencializan como productor artesanal. Su ubicación y políticas institucionales lo proyectan competitivo a nivel nacional y a nivel internacional.

Los 120.000 habitantes, le ofrecen al mundo artículos creados con sus manos para todos los gustos y tendencias. Muchas de estas artesanías han pisado las más reconocidas ferias artesanales de nuestro país. Las siguientes son las piezas artesanales más exclusivas.

## **11. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS ARTESANÍAS A NIVEL MUNDIAL**

Mirando hacia el entorno internacional a continuación se podrá ver que aún se tiene un gran reto por trazar, y vale la pena tener en cuenta que dicho reto responde no solo a la necesidad de apoyar las familias indígenas, sino también a los artesanos en general y nuestra economía, ya que Colombia es un país ampliamente atractivo para fortalecer el sector de la producción de artesanías, y a nivel internacional son muchos los productos artesanales que se venden y se compran, a la vez que es grandísimo el porcentaje que dominan algunos países en el sector en el mercado internacional. Igualmente ya que Colombia es un país atractivo para fortalecer el sector de la producción de artesanías, ya que son muchas las personas interesadas en ello, pero, significativamente pocas las que cuentan con un apoyo necesario para entrar a competir a nivel internacional.

Ello hace que se requiera un apoyo bien focalizado y sectorizado a nivel nacional, especialmente porque las artesanías no son valoradas dentro de nuestro país, pero en el exterior por el contrario se les da un altísimo valor, aspecto bien ignorado entre los Colombianos pero poco apreciado por el sector político dado el desconocimiento que estos tiene de la dimensión que contiene el potencial del mismo.

Dadas estas circunstancias se podrá responder a dicha situación, 1. Brindando planes de financiación muy favorables para aquellos que muestran el interés para

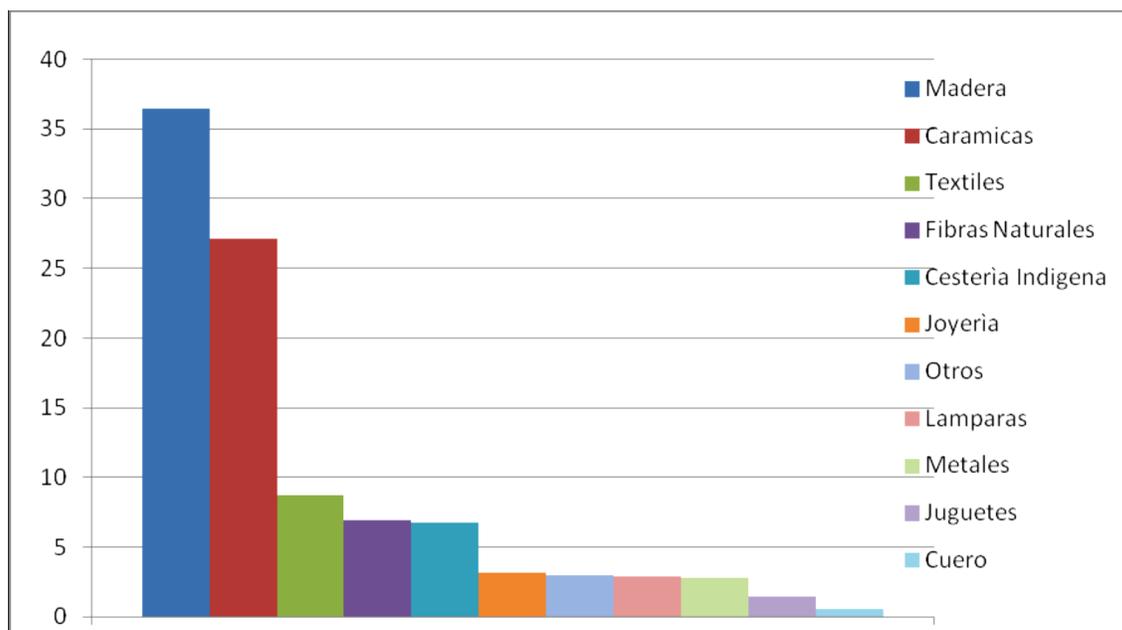
lo mismo y viven de ello, pero necesitan recursos adicionales para lograr importantes metas que les permita ser productivamente competitivos, ante la demanda exterior, a la vez que se demanda 2. Estimular las familias indígenas y su organización integrada para que los mismos puedan unos con otros, apoyarse con la mano de obra para responder a las artesanías que más son demandadas en el exterior, garantizando así el bienestar económico en los mismos por su talento y sus habilidades en la producción de las artesanías que resultan ser de alta calidad y excelencia. Todo lo cual requiere principalmente dar a conocer el potencial del sector de las artesanías a nivel internacional, tomando los últimos datos emitidos sobre ello.

Empezando por el entorno mundial es importante lograr una imagen de la posición que ocupa Colombia en el mundo o que aún tiene por ocupar, si en realidad no se destaca entre los países que más se conocen en la producción y venta de artesanías como tal, y más aún cuando “el nivel de vida de una nación depende de la capacidad de sus empresas para lograr altos niveles de productividad y para aumentar ésta a lo largo del tiempo”<sup>10</sup>, por lo que se mostrara a que niveles puede llegar un país concentrado fuertemente en el sector de las artesanías y con ello hacerse una idea de los beneficios que se pueden captar para indígenas artesanos si se les capacita y apoya adecuadamente para ello.

---

<sup>10</sup>Porter. ser competitivo. Pag. 168.

**Figura 2. Modalidades De Venta Internacional**



**Fuente.** Entrevista realizada a los artesanos asistentes a la Feria Urutu realizada en San José del Guaviare agoste de 2015, en el marco de la celebración del Yurupari de Oro.

Este gráfico permite establecer que los productos artesanales que actualmente más se demandan son los productos de madera, cerámica, textiles, fibra natural y cestería indígena, lo que permite identificar a los productos que son especialmente elaborados con materiales sostenibles y ecológicos (que protegen el medio ambiente), son aquellos que representan la oferta que se mas se puede disponer a nivel internacional, ya que constituyen el mercado más atractivo y favorable para ofrecer artesanías con altas posibilidades de comercializar, lo cual representa un índice positivo porque hace que los materiales para elaborar artesanías sean más económicos y menos contaminantes, ya que se trata de favorecer con agilidad a las artesanías Colombianas y los recursos naturales de donde provienen; así pues se

encuentra que muchas de las mujeres artesanas están dedicadas a los textiles y la producción de artesanías producidas, con base en, materiales exóticos, lo que deja ver un escenario internacional prometedor para Colombia.

### **11.1 CARACTERÍSTICAS TENIDAS EN CUENTA PARA LA COMPRA DE ARTESANÍAS**

Como se ha podido conocer las artesanías generan muy buenas expectativas para la economía Colombiana, brindado apoyo a las culturas indígenas para promover y garantizar la equidad de género en Colombia, por lo que se puede destacar que esta permite conocer los aspectos de mayor importancia y cuidado, que debe tener toda artesana y/o artesano; datos que permiten encontrar que el mayor valor y esfuerzo productivo está en procurar que estos sean diseñados con mucha creatividad y belleza, muestren una estética y forma del uso del material muy auténtica y original donde se evidencie un alto grado de exclusividad, se procure un altísimo nivel de calidad, se procure en lo más posible que sea hechos totalmente a mano, tengan un alto grado de utilidad y/o funcionalidad. Ya que estos son los que más tienden a ser tenidos en cuenta por los consumidores, pues sin ello se hará muy difícil venderlos, sin embargo el empaque debe al menos transmitir la misma impresión del diseño y la originalidad y garantizar la protección que requiere el producto, lo cual en muchas ocasiones los artesanos no tienen en cuenta por falta de recursos y desconocimiento, ya que ello garantiza la integridad del producto y de la satisfacción del cliente en la venta del mismo. Pues si el cliente no queda satisfecho no es posible plantearse una labor que permita soluciones de carácter empresarial a nivel internacional, lo que permite conocer que para promover la equidad de género, a partir de las artesanías hay que asegurarse de que estas sean producidas siempre preocupándose por satisfacer al cliente, a partir de lo cual si será posible presentar soluciones más directas a las reales existentes en las necesidades de los indígenas (capacitación, empleo, empresa, progreso e incluso realización personal) aspectos importantes que caracterizan una calidad de vida, ya que este principio permite que el indígena ame su trabajo y los buenos resultados

de este a través de un aprendizaje constante y un mejoramiento en la producción, la imagen y presentación del producto que se vende a la demanda internacional.

Teniendo en cuenta esto podemos decir que los principales aspectos tenidos en cuenta al momento de vender los productos artesanales son:

- Diseño.
- Originalidad.
- Calidad.
- Hecho a Mano.
- Funcionalidad.
- Expresión.
- Empaquetado.

## 11.2 PRINCIPALES MERCADOS MUNDIALES DE ARTESANÍAS

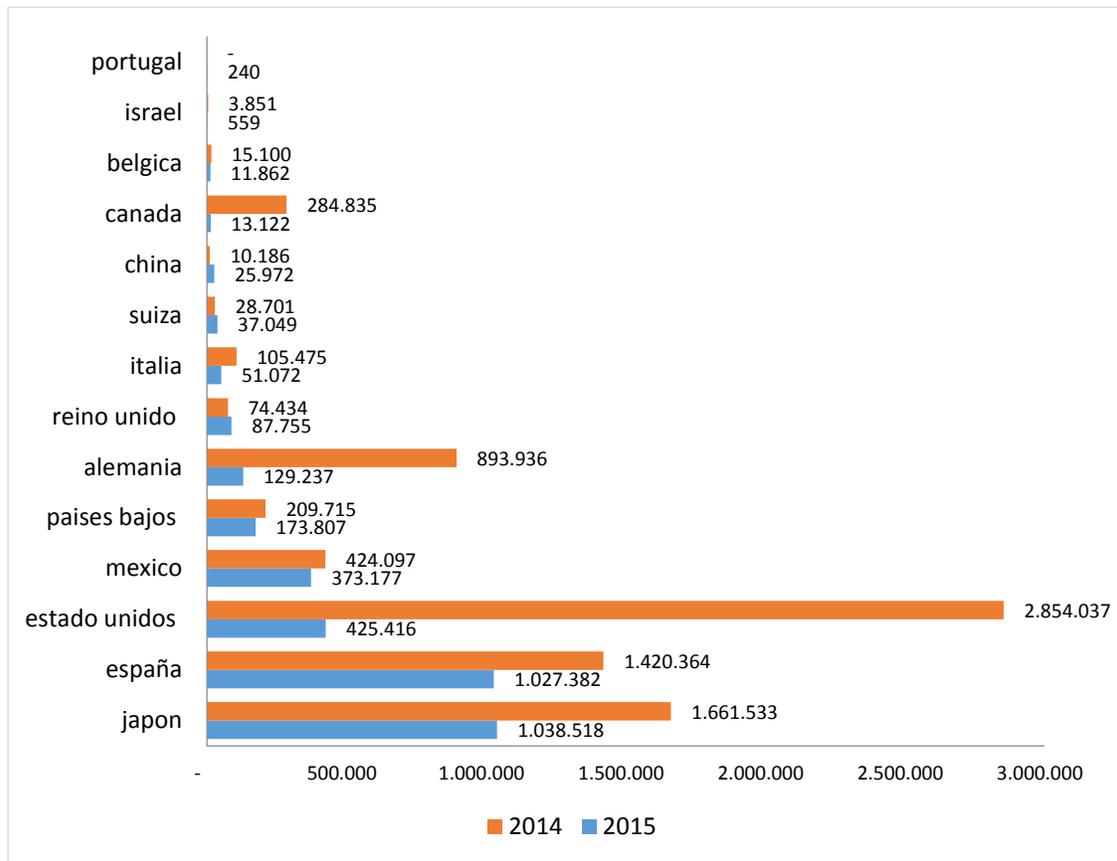
Tabla 2. Mercados Mundiales De Artesanías

América del Norte	Europa	Asia Continental y Sudeste Asiático	Medio Oriente	Oceanía
USA, Canadá, México	Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, Bélgica, Países Bajos, Polonia, España, Suiza, Portugal, Dinamarca, Austria, Federación Rusa, Turquía, Suecia, Noruega	Japón, Hong Kong, Taiwán, Corea del Sur, Singapur, Malasia, Tailandia, Filipinas, China	Arabia Saudita, Emiratos, Árabes Unidos, Israel, Kuwait	Australia

Los anteriores datos permiten encontrar los mercados más atractivos para empezar un trabajo de comercio internacional de artesanías a nivel mundial progresivamente exitoso, en este sentido se puede destacar que el mercado en que mayor viabilidad hay para emprender una labor para conquista los mercados, es: en norte América USA, Canadá y México, por la cercanía de estos con Colombia, seguido a ello a los países más destacados son los de Europa y Oceanía, por no ser tan lejanos a Colombia e involucrar una tendencia cultural muy occidental, y finalmente hacia el medio oriente, Asia continental y el sur este asiático, ya que se encuentran a mayor distancia de Colombia y se viven estilos de vida muy distintos a los Colombianos, lo que hace destacar que, la atracción de estos hacia las artesanías Colombianas, será un proceso mucho más largo, que requerirá de mucha más inversión y una labor diplomática más compleja para abrir mercados con estos países, ya que normalmente se manejan culturas muy herméticas hacia el mundo occidental. Así pues habrá que identificar con el tiempo que tipo de ofertas (en diseño, originalidad y calidad) son más atractivas para cada continente y cada país en especial. Con todo ello se puede decir que queda un conjunto de mercados muy amplios y diversos, lo que deja revelar que hay un largo camino para tomar mayor empoderamiento del ámbito competitivo en la oferta y demanda de artesanías a nivel internacional, especialmente en la forma como en cada continente o nación seleccionan la calidad y cualidad de los productos y cuáles son los aspectos que mayor importancia le dan.

### 11.3 EXPORTACIONES DE ARTESANÍAS COLOMBIANAS POR PAÍS

Figura 3. Estadísticas De Exportaciones De Artesanías Colombianas



**Fuente.** Estadísticas de las exportaciones colombianas acumulado marzo de 2015, inteligencia de mercados, DANE, cálculos Procolombia.

Actualmente la información de las Exportaciones de Artesanías Colombianas es muy amplia, pero se puede encontrar que es un mercado importante que no se puede desmeritar y que resulta un mercado muy importante para estimular y aprovechar con fuerza, ya que representa importantes soluciones para el desempleo, la desigualdad, la inequidad y el subdesarrollo económico.

Analizando la información obtenida en el anterior gráfico donde se comparan las exportaciones al mes de marzo durante los años 2014 y 2015, observamos que para el año 2014 las exportaciones crecieron más en los países, Estados Unidos, Japón,

España y Alemania demostrando así el atractivo de nuestras artesanías para el exterior.

De igual manera se observa que para el periodo 2015 las exportaciones han sufrido una gran disminución en comparación al año inmediatamente anterior, lo cual podemos resaltar que se debe a los cambios bruscos en el cambio de divisas donde se evidencia una devaluación de nuestra moneda en comparación a la de otros países. Otras razones por las que podemos evidenciar la disminución en las exportaciones pueden ser:

- Desconocimiento de la importancia socioeconómica y cultural del sector.
- Deficiencias en calidad
- Falta de innovación en los productos
- Baja capacidad de respuesta a pedidos de volumen.
- Debilidades en la organización para la producción y la comercialización

## **12. SITUACION ACTUAL DE LAS ARTESANIAS EN COLOMBIA.**

Artesanías de Colombia, con el concurso de las regiones, en el año de 1998 realizó el Censo Económico Nacional del Sector Artesanal, para contar con cifras estadísticas que permitan cuantificar el sector y formular políticas, registrando 58.821 personas que, en promedio, destinan más del 70% de su actividad a la producción de artesanías.

Esta labor se desarrolló a través de un sistema de barrido y cubrió los municipios identificados como núcleos artesanales y en ellos a la población reconocida como artesana vinculada a la producción y comercialización. Entre los datos más relevantes que resultaron de esta investigación se destacan:

La mayor concentración de población artesanal se encuentra ubicada en los departamentos de Nariño (14,34%), Sucre (10,06%), Córdoba (9,34%), Boyacá (8,43%), Cesar (6,95%), Atlántico (6,52%) y Tolima (5,15%).

En las zonas indígenas, la producción artesanal es una actividad muy importante y quizá la única a través de la cual se genera valor con destino al intercambio.

En cuanto a nivel educativo, un 17% de la población no posee estudios, cifra superior al promedio nacional que está por debajo del 5%. Del 52% que asistió a la primaria, tan solo el 18% la terminó. Un 26% inició estudios secundarios y culminó satisfactoriamente el 8%; de ellos tan solo un 3% accedió a la educación superior técnica o universitaria.

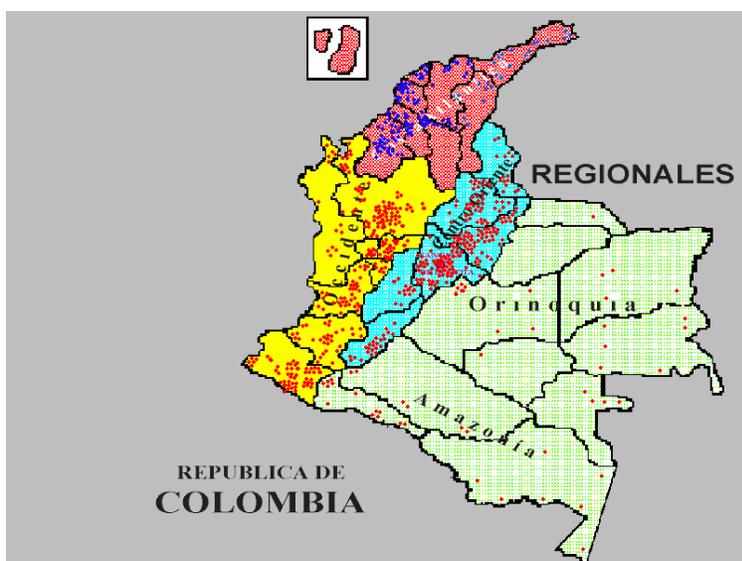
Los bajos niveles de escolaridad se relacionan con el hecho de que el aprendizaje de los oficios artesanales es de carácter informal, y se da en el contexto familiar y por iniciativa personal, mediante la participación directa en los procesos productivos. El carácter de su aprendizaje es altamente informal y se concentra en el aspecto técnico del proceso y en el formal del producto, donde juega un papel preponderante la intuición potenciada por el ejercicio cotidiano del trabajo.

- Tradicionalmente, la artesanía se transmite de generación en generación y sólo una minoría recibe formación académica. El 48,32% aprende en el hogar; el 14,39% en talleres particulares como aprendiz y el 7,32% en cursos de capacitación en oficios. La producción artesanal utiliza tecnología tradicional. El 24,41% de la producción se realiza totalmente a mano; El 57,10% utiliza herramientas simples. También se caracteriza por utilizar principalmente recursos naturales como insumo básico en la elaboración de sus productos.
- Los oficios más importantes son la tejeduría con el 57,52%, la madera con el 13,48% y la cerámica con el 7,37%.
- El 56,11% del sector artesanal desarrolla su actividad en pequeñas unidades productivas y en forma individual. Algunos de los problemas que afrontan estos talleres son: dificultades por escasez de mano de obra (21,33%), inestabilidad (10,89%) y falta de personal calificado (8,96%).

- Las características de la producción y la rentabilidad de las unidades económicas definen una estructura lógica del financiamiento. El 89% de los talleres artesanales no solicita crédito por razones como: temor al endeudamiento 29.87%; por exceso de garantías 15.40% e intereses altos un 25.02%.
- En lo que respecta a niveles y grados de organización, el 82,38% de los artesanos no ha participado en ningún tipo de organización, y que sólo el 12,81% pertenece a organizaciones gremiales, comunitarias y para la producción y comercialización.

La mayor parte de la producción artesanal se vende en los talleres o viviendas. Un 0,30% se vende en plaza de mercado y únicamente el 11,58% vende en otros sitios; el 0,03% de los artesanos participa en ferias artesanales y el 0,01% en forma ambulante. De igual manera, el 85,16% de la producción se vende en los municipios de origen, el 8,18% en otros municipios, y solamente el 3,45% en otros departamentos, lo que explica las grandes debilidades existentes en los procesos de comercialización.

**Figura 4. Mapa Artesanal.**



**Fuente.** DANE distribuciones políticas

En el anterior mapa artesanal observamos una mayor concentración de la producción de artesanías en las regiones noroccidentales del país, sin dejar de un lado que en la región Amazonia y Orinoquia se ubican ciertos puntos productores de artesanías con un fuerte potencial de exportación, puesto que en estas regiones es donde se encuentran ciertas culturas indígenas atractivas al turista proveniente del extranjero.

## **12.1 PRODUCCIÓN ARTESANAL INDÍGENA EN EL DEPARTAMENTOS DEL GUAVIARE**

La artesanía indígena se constituye en expresión material de la cultura de comunidades con unidad étnica y relativamente cerradas. Elaborada para satisfacer necesidades sociales, integrando los conceptos de arte y funcionalidad. Materializa el conocimiento de la comunidad sobre el potencial de cada recurso del entorno geográfico, el cual está transmitido a través de las generaciones.

Dentro de los departamentos artesanales de Colombia se encuentra el Departamento del Guaviare, con una población aproximada de 120.000 habitantes, de los cuales se estima una población de 4.800 indígenas<sup>11</sup> distribuidos a sus alrededores en 17 familias.

Resaltando el gran atractivo que tiene nuestro departamento puesto que es la cuna de la familia indígena de los NUKA MAKU y que sus artesanías son muy apetecidas por el comercio exterior, debemos aprovechar este gran potencial de mercado.

---

<sup>11</sup>Datos y cifras 2008 del Departamento Administrativo de Planeación del Guaviare

Adicionalmente Artesanías de Colombia y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de su “Grupo para la Inclusión Social”, desarrollaremos conjuntamente un proyecto que pretende fortalecer las economías propias de los pueblos indígenas de Colombia y abrir nuevas oportunidades a través del fortalecimiento de la actividad artesanal.

La entidad hace parte de la segunda fase del “Programa De Fortalecimiento Productivo y Empresarial Para Pueblos Indígenas En Colombia”, en el cual tiene la tarea específica de atender a grupos artesanales indígenas que cuenten con procesos económicos activos y con la aprobación de la organización indígena a la que pertenecen. En total se han invitado a participar de este proceso a 23 procesos económicos indígenas de 18 departamentos del país, 11 de ellas en seguimiento, que ya habían iniciado su proceso en el año 2014.

El Departamento del Guaviare hace parte de este selecto grupo para participar en tan prestigiosos evento y es por esto que nos motiva a adelantar este proceso de investigación.



**Fuente.** Ministerio de Industria y Turismo y Artesanías de Colombia.

Adicionalmente en pro del desarrollo cultural de las etnias indígenas el gobierno nacional asigno Un presupuesto indicativo para el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018 entre \$8 y \$11 billones, fue el acuerdo al que llegaron los delegados de las organizaciones indígenas con asiento en la Mesa Permanente de Concertación (MPC) y el Departamento Nacional de Planeación (DNP)<sup>12</sup>.

Entre los compromisos adquiridos con las diferentes organizaciones indígenas, también se acordó la inclusión en un artículo en la Ley del Plan Nacional de Desarrollo, la obligatoriedad de la identificación de las asignaciones presupuestales específicas con los pueblos indígenas, así como una modificación al estatuto del presupuesto para que las entidades del Gobierno presenten la información desagregada.

Además el DNP creará una ventanilla única para la gestión integral de los proyectos del SGR provenientes de los pueblos y comunidades indígenas, lo que garantizará celeridad y mayor atención a los mismos.

---

<sup>12</sup><http://www.elcolombiano.com/acuerdo-en-plan-para-los-indigenas-NI1138690>

## CONCLUSIONES

La globalización impone nuevos retos al desarrollo humano, especialmente los relacionados con el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales, promoviendo su inclusión y el fortalecimiento de sus identidades culturales.

Las dinámicas globales, permiten identificar en el sector artesanal latinoamericano desafíos y oportunidades comunes: las artesanías reviven y se transforman cuando encuentran nuevos mercados y son capaces de competir en ellos.

Las técnicas artesanales tradicionales se incorporan en la noción del patrimonio intangible y requiere de la intervención de los Estados y del trabajo de las comunidades para su salvaguardia y sostenibilidad en el tiempo. Se estima que las artesanías representan cerca de una cuarta parte de las microempresas en el mundo en desarrollo, vinculando a diversos grupos de población y comunidades étnicas, lo cual demuestra el efecto social multiplicador del sector, que genera empleos en el corto plazo y fortalece la identidad cultural.

En cuanto a las condiciones de producción y comercialización de sus productos, y a su relación con su entorno, a pesar de contar con políticas de fomento al sector, por desconocimiento o falta de integración con entidades como las universidades o gremios, los artesanos no acceden a los recursos para su fortalecimiento organizacional y social.

En los artesanos caracterizados, se evidenciaron necesidades comunes relacionadas en el tema de diseños e innovación de sus productos y con sus procesos de comercialización.

En este último aspecto, los artesanos manifestaron que sus principales mercados están dirigidos a clientes locales en sus zonas de influencia, evidenciándose gran debilidad en los procesos de comercialización, asociado ello principalmente a la falta de acompañamiento y desconocimiento a la hora de establecer contactos con

nuevos mercados. De igual manera, en el estudio se evidenció que la actividad creativa y comercial de los artesanos es conexas al desarrollo de la actividad turística de su zona de influencia. El artesano tiene en el turista, quizás su cliente directo más importante.

Este hecho adquiere especial relevancia para las políticas de fomento artesanal de cada país, considerando que los principales mercados para la producción artesanal son las localidades y zonas en las que habitan los artesanos, toda vez que la orientación de la comercialización debe poseer un enfoque regional como incentivo propio de promoción de los destinos turísticos y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades locales.

Se debe apostar por el desarrollo del sector artesanal pero como una estrategia de desarrollo local, cuya factibilidad radique en la interacción de los distintos actores (artesanos, academia, generadores de política, gobierno, entidades de fomento) fundada en el compromiso y la confianza para la coordinación y la cooperación. En países y comunidades heterogéneas donde se conjugan tiempos y realidades muy distintas, es importante resaltar el papel de las artesanías en la configuración global de la cultura y el desarrollo de cada región. Es así, que se debe pensar en el establecimiento de una política de fortalecimiento y desarrollo de empresas culturales donde se mezclen los factores productivos y culturales de estas comunidades en función de alcanzar mercados nacionales e internacionales en el mediano y largo plazo.

## RECOMENDACIONES

De acuerdo al estudio realizado y respondiendo en primera instancia al cuestionamiento generador de este diagnóstico - ¿Es viable la exportación de artesanías para el desarrollo económico y cultural para el Departamento del Guaviare? – podemos concluir que esta iniciativa empresarial es viable en términos económicos, bajo las siguientes recomendaciones:

- Incentivar en las culturas indígenas la importancia de la producción de artesanías en pro del desarrollo económico y cultural de sus pueblos.
- Crear talleres donde los adultos mayores cultiven en las nuevas generaciones el arte de las familias indígenas generando así de esta manera que no se pierda el linaje adquirido de generaciones anteriores.
- Realizar procesos de reforestación en los bosques del departamento a fin de que se recupere la materia prima utilizada en el desarrollo de las artesanías requeridas.
- Generar campañas en el país y el exterior motivando el turismo para así de esta manera el turista conozca el departamento y las artesanías del mismo, llevándose una imagen positiva.
- Fomentar espacios de intercambio cultural entre las diferentes familias indígenas generando el fortalecimiento y la unión entre las culturas en pro del mejoramiento y crecimiento de su propia identidad.

## WEBGRAFIA

<http://www.artesantiasdecolombia.com.co/>

<http://www.procolombia.co/>

<http://www.dane.gov.co/>

<https://es.wikipedia.org/>

<http://expoartesantias.com/>

<http://www.wipo.int/>

<http://www.colombia.co/>

<http://www.productosdecolombia.com/>

<http://fondoculturaguaviare.blogspot.com.co/>

<http://www.sanjosedelguaviare.travel/>

<http://repositorio.utp.edu.co/>

# **ANEXOS**

### Anexo A. Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	DURACIÓN EN (Semana)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Visita al Fondo Mixto de Cultura	→									
2. Visita a la Feria Urutu		→								
4. Reunión con Artesanos			→							
5. Recolección de Información	→	→	→	→						
5. Elaboración de Anteproyecto				→	→					
6. Ajuste de Anteproyecto						→				
7. Elaboración del Proyecto							→	→		
8. Corrección del Proyecto									→	
9. Entrega del Proyecto										→

### **Anexo B. Presupuesto de Inversión.**

Para el presente anteproyecto se prevé invertir \$270.000 descritos continuación:

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTOS</b>
Equipo de grabación	\$ 30.000,00
Transporte	\$ 40.000,00
Impresiones	\$ 50.000,00
Fotocopias	\$ 10.000,00
Consultas de Internet	\$ 40.000,00
Empastado del documento	\$ 80.000,00
Envío del documento por correo certificado	\$ 20.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 270.000,00</b>

## **Anexo C. Directorio de Artesanos.**

### **Fondo Mixto para la Promoción de la Cultura y el Arte del Departamento Del Guaviare**

Tejeduría, cestería, cerámica y talla en madera

**Representante:** Blanca Ligia Suárez Ochoa

**Ubicación:** Carrera 24 # 7-81 Primer piso Edificio de la Gobernación del Guaviare

**Teléfono:** (058) 5841157 - 3124351585

**Correo electrónico:** No San José del Guaviare – Guaviare

### **Asociación de Artesanos del Departamento del Guaviare**

Tejeduría, cestería, cerámica y talla en madera.

**Ubicación:** Carrera 23 # 10-81

**Teléfono:** 3132446523

**Correo electrónico:** No

### **Resguardo Indígena Nukak Maku Asentamiento Aguabonita**

Tejeduría, cestería y talla en madera

**Ubicación:** balneario Aguabonita

## Anexo D. Principales Asociaciones Empresariales que Operan en el Comercio Exterior

En Colombia existe una gran variedad de asociaciones que pueden tener importancia relevante para las exportaciones como fuente de información o el establecimiento de relaciones.

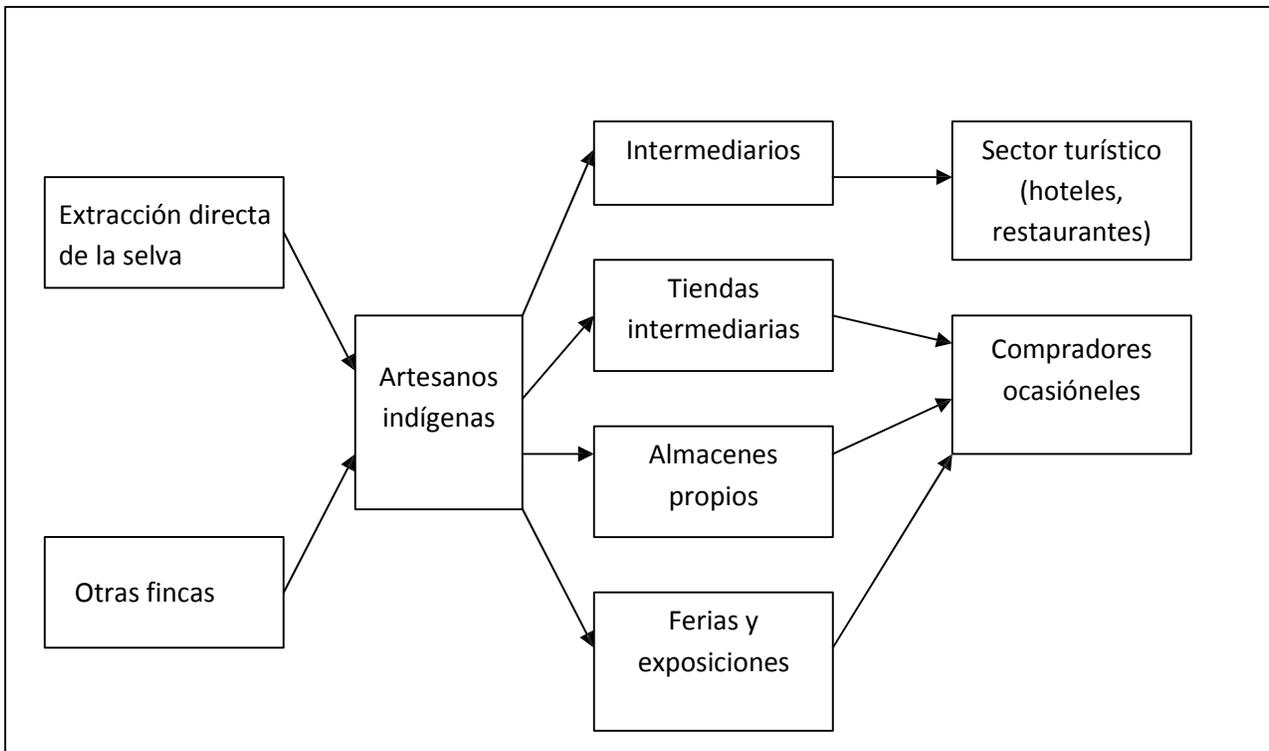
NOMBRE DEL ARTESANO	NOMBRE DEL TALLER	MATERIA FIBRE	REGIÓN
ANTONILA RAMOS BAUTISTA	ASOCIACION CASA ARTESANAL ARARA GUSTAPA	CHAMBIRA SEMILLAS YAMCHAMA	Amazonas
ANTONIO DINORIO	ARTE YAKURUNA	MADERA PALO SANGRE	
CREDI PEREIRA RAMOS	DAIREPARA CAURE	CHAMBIRAS, COLORES	
GILLERMO RAMOS VENTO	ASOCIACION EL MUNAME	PALO SANGRE	
GUSTAVO SUAREZ MURAYARI	ASOCIACION EL WONE	PALO SANGRE	
HIGINIO BAUTISTA VASQUEZ	TALLER YOI	MADERA, FIBRAS VEGETALES, SEMILLAS	
HUGO MARIO LEON MACEDO	DEWARE	PALO SANGRE Y INSIRA	
JOEL MARTIN PEÑA	ASOCIACIÓN DE ARTESANOS PALO SANGRE	PALO SANGRE	
JOEL PAIMA RENGIFO	LOS DELFINES DEL AMAZONAS	PALO SANGRE, PALO ARCO	
JONATAN ARIMULLA RENGIFO	DELFIN ROSADO	PALO SANGRE	
JOSE CAHUACHE TAPAYURI	TALLER ARTESANAL EL ESCORPION	Palo sangre, macedonia	
JOSEFINA COELLO AHUE	ASOCIACION DE ARTESANOS TIKUNAS AGUAI	MADERA	
LYDA DIANA FAREFATDE	YARE OKAINA	bejuco	
ODWIN PERSI TAPAYURI VELA	ASOCIACION ARTESANAL HOMACHA	PALO SANGRE	
ORLANDO ARIMUYA ZEGORRA	ASOCIACION DE A PALO SANGRE	palo sangre	
RICCY PÉREZ VELA	ARTE INDIO	MADERA PALO SANGRE	
ROSALBA MORAN DEL AGUILA	MOCAGUA AMAZONAS	palo sangre, yanchama, chambira	
JOVITA GONZALEZ	MOLAS	TELAS DE ALGODON	Antioquia
MARIA CRISTINA GONZALEZ BAQUIAZA	MARY CRIS	CHAQUIRAS	
NELLY DEL CARMEN YAGARI GONZALEZ	IMAGINANDO CON LAS MANOS	chaquiras, chegas	
ROSMERY URIBE ESPITIA	ASOIMOLA	telas	
BLANCA NOELVA MOTATO SUAREZ	SINIFANA	COGOLLO DE CAÑABRAVA	Caldas
MARTHA LUCIA GAÑAN	ASOCIACION DE ARTESANOS CISLOA	cogolla de caña brava	
ANIBAL AISAMA AUCHAMA	EMBERA KATIO	CHAQUIRA Y CHONTA, SEMILLAS	Caquetá
FLERIDA GUTIERREZ GASCA	GRUPO ARTESANAL KOREGUAJE	cumare, macanas	
LEONIDAS GUTIERREZ PIZARRO	ARTESANIAS KOREGUAJE TEPAIREPA	CUMARE	
MARINA VALENCIA DE PIRANGA	TALLER KOREGUAJE	FIBRA CUMARE	

NORBAY DOVIGAMA AUCHAMA	EMBERA CHAMI	chaquira,hilo,semilla,fique y chonta	<b>Cauca</b>
OVIDIO AIZAMA AIZAMA	ARTE EMBERA WERA CHAMI	SEMILLAS,FIQUES,LIJAS,CHONTAS	
BARBARA ROSA PAZ	ARTESUNIGUAPI	chocolatillo,paja tetera	
EVA MARIA ARBOLEDA MAFLA	ARTEPETRA	teteras chocolatillo	
GLADYS CUERO CHIRIMIA	FORMACION ARTESANAL	chocolatillo,pajatetera	
GRISELDA CUERO CHIRIMIA	mujeres artesanas	chocolatillo	
ISMAEL CHIRIMIA VALENCIA	ASOCIACION LA GLORIA DE DIOS	CHOCOLATILLO Y PAJA DE TETERAS	
LUZ GERMANIA ALMENDRA CANTERO	NAMUY LUSI Y NUESTRO ANACO	LANA OVEJO	
MARIA JACINTA CUCHILLO	CASA DEL AGUA ENREDARTE CON IDENTIDAD	LANA DE OVEJO Y FIQUE	
SILVERIA RODRIGUEZ	TEJIENDO SUEÑOS	paja,tetera	
KELLY YOBANA PAZ	ARTESANIAS LA INDIA	madera,tetera,chocolatillo	
CRISTINA ISABEL ARIAS MESTRE	ZAMUYUNA	lana de oveja	<b>Cesar</b>
DANIT BLACINA IZQUIERDO TORRES	ASOCIACION DE MUJERES AMIA NIBUYON	lana de ovejo	
ENOHEMIA ANGELICA ZALABATA TORRES	CULTURA ARHUACA	lana de ovejo	
FELIZA MESTRE IZQUIERDO	TUTU-ATI KWAKUMUKE	LANA DE OVEJA Y ALGODON	
HUGO JAMIOY	KAMTUKWA	CHAQUIRA	
INDIRA MILENA MENDIOLA MONTERO	ARTESANIAS DE LA SIERRA	Fique y lana	
JOHANA MARCELA MESTRE IZQUIERDO	ATY SEYNEKUN	lana de ovejo	
JUAN ANDRES JAMIOY JUANGIBIOY	ACCESORIOS GUNNARA	CCHAQUIRAS O MOSTACILLAS	
JUDITH MARIA PACHECO MINDIOLA	ASOCIACION DE ARTESANOS INDIGENAS	fique	
LORENA ISABEL MORALES RAMOS	ARUKUNU GUNEY MAKUSE CHUSANA	vidrio	
MARIA ANGELA ROMERO TORRES	kunsumunu a'mia	lana de ovejo,alpaca	
MARIA HIPOLITA IZQUIERDO TORRES	ATIKINCHUKWA	LANA DE OVEJA	
MARIA SOFIA MARTINEZ LOPEZ	ASOCIACION DE MUJERES ARTESANAS	FIQUE	
MARINELSY IGUARAN MESTRE	WATY JINA	lana de ovejo	
RIGOBERTO TORRES PEREZ	A MIAKUNSAMUISI	lana de ovejo	
SARA IBETH NIÑO MARQUEZ	ZAKU ARUMUKE	LANA DE OVEJO	
JOHANNA IZQUIERDO PAEZ	FUNDACION DE TRADICIONES INDOAMERICANA DE COLOMBIA FIndOC	LANA DE OVEJA	
ALEXANDER MERCASA BARCORIZO	WOUNAAN CHOCO	WERREGUE QUILASO CHOCOLATILLO	<b>Chocó</b>
ANA CLARA PALACIOS	ASOMIPIVA	IRACA,FINGURA	
ARNOLDO PIRAZA DONIZABLE	MANOS CREATIVOS MATERIA PRIMA WERREGUE	fibra natural werregue	
BAYRON ASPRILLA DIAZ	ARTES BYRON	madera bejuco	
CRUCELINA CHOCHO OPUA	KUPERRE	PALMA WERREGUE,MADERA,CHOCOLATILLO	
FERNAN CHOCHO MOYA	TALLER ARTESANIA DEL CHOCO	GOGOLLO,GUITASEL,AMARGO	
GEMINIS SERGIA AUDIVERT CAMACHO	ARTESANIAS GEMINIS	damagua,cabecinegra	

HILDA CHIRIPUA VALENCIA	WERREGUE CHOCOLA TILLO VANDE	WERREGUE	
JUAN CARLOS CAPENA	UNION BALSALITO	WERREGUE	
LEONOR PALACIOS RENTERIA	ARTESANIAS LEO	Damagua, cabecinegro y lona	
LUIS FERNANDO PIRAZA ISMARE	JOYERIA MAACHDEN	WERREGUE,HILO DORADO	
LUZ BERAYDA SOBRICAMA CHAMARRA	GRUPO VUNDEA	chaquira checa,miyuki	
MARGARITA DEL CARMEN MENA PALACIOS	M ARTES DEL CHOCO	damagra	
MARÍA FLORISELDA CORDOBA MOSQUERA	SUEÑOS DE ORO	DAMAGUA	
NOHELIA MOSQUERA LÓPEZ	EMBERAFRO	MADERA	
PEDRO LUIS GONZALEZ PALOMEQUE	ARTESANIAS OQUENDO	madera	
PLINIO OPUA	CESTERIA NONAAM	PLANTAS Y PLANTAS M PALAMA WERREGUE	
WILSON CHIRIMIA PERDIS	CHOCO PIEENDEN CHI WUAJAPHAM	WERREGUE,CHOCOLATILLA	
YENNY CARDENAS MEPAQUITO	PHIDAG KHOLAU KHANAN WIGUIER	Fibra de werregue, chocolatillo quitasol	
JOSE FELIX MURILLO	JOSE FELIX EL ARTESANO	MADERA	
JUANA ROSA GONZALEZ RODRIGUEZ	FIBRAS Y CORTEZAS	FIBRAS	
GONZALO GARRIDO	TALLER GRUPO INDIGENA CURRIPACO	FIBRA,PALO BRAZIL	<b>Guainía</b>
IGNACIO LOPEZ YOAVE	IÑACAPE IRRACAPE	LA FIBRA DE LA CHIQUI CHIQUI	
AURA VIDALINA ROBLES GUTIERREZ	AURA ROBLES	hilos	
CARMEN PALMAR URIANA	TALLE ARTESANAL ALUATACHON	HILO MIRATEX	
CECILIA PATRICIA ACOSTA	IWOUYAA	HILO SINTETICO MIRATEX	
CENAI DA PANA DE BARROS	FUNDACION TALLER ARTESANAL KANASPI	HILO MIRATEX	
ENA LUZ AMAYA EPIAYU	LUZENA	hilo	
FANNY FIDELIA IGUARAN INCIARTE	CLAN EPIEYU DE LA ZONA DE CEURA	HILO MIRATEX	
GARY ALEXANDER GONZALEZ	CENTRO TEMAT SOMBRERO WAYUU	MAWISA CRUDA Y TINTURADA	
IRIS AGUILAR IPUANA	ARTE WAYUU IRIS AGILAR	HILO	<b>Guajira</b>
KAREN FIDELINA TILLER PANA	ARTES JALA ALA	HILO,CROCHET,MERCERIZADO	
LUCIA ENCIARTE EPIAYU	COMUNIDAD DE CEURA	HILOS MIRATEX	
MARIA CONCEPCION IGUARAN EPIAYU	CONCHITA IGUARAN	hilo,yela	
MARIA CONCEPCION OSPINA GOMEZ	KAYUUSSIPAA	hilo miratex,hilo de algodón	
MARIA CRISTINA GOMEZ	JALIANAYA E.A.T	hilos	
MARÍA TERESA FERNÁNDEZ IPUANA	ARTES KALEME	ALGODON,HILOS MIRATEX	
LUCIA FUENTES EPIAYU	AAINJULEE	HILOS MIRATEX	
JAIRO YEPES	COOPALOMECO	MADERA	<b>Meta</b>
BLANCA ALICIA TARAPUES	ASOCIACION PIEDRA LOS MACHINES	LANA DE OVEJA	<b>Nariño</b>
ANA LUCIA MUCHAVISOSY AGREDA	ASOCIACION ARTESANAL RESCATE KAMENTSA	MADERA,CAHQUIRA,LANA,TUNDA	
ANA TULIA MITICANOY	ASOCIACION IVIAIWASI	semillas y fibra natural	
ANGEL MARINO JACANAMEJOY	JACAM	MADERA SUAVE,URAPAN,PINO	<b>Putumayo</b>
EFIGENIA MARTINA YOGÉ	" TIVE SEMAMBA" MANOS TRABAJADORAS	CHABIRA,SEMILLAS,CHAQUIRA	

GERMAN ELIECER LASSO CHICUNQUE	ARTE INNOVA	CHAQUIRA Y LANA	
ISABEL PASTORA CHICUNQUE AGREDA	YAGE ARTE Y SALUD	lana,madera,hilo	
JAIRO TULIO PALCHUCAN ESPAÑA	PUTUMAYO ANDINO	semillas,totumo,cocos,madera	
JOSE ALVARO CHINDOY BUESAQUILLO	ALMAKAMENTSА	madera,chaquira y lana	
JULIO GABRIEL MUCHAVISОY AGREDA	SOL NACIENTE	madera guadua	
LUIS ALFREDO CHINDOY BUESAQUILLO	RAICES ANCESTRALES	MADERA	
MARIA DOLORES JAMIOY MUCHAVISОY	MOCHILAS KAMENTSА	LANA NATURAL	
MARIA LUISA JANSASOY CHINDOY	EL MILAGRO ASAKEM	LANA NATURAL,HILO ALGODON,CHAQUIRA	
MARIA MAGDALENA CHICUNQUE	ARTE CAMENTSA	LANA NATURAL,HILO ALGODON	
MARIA MERCEDES JACANAMIJOY	FUNDACION INDIGENA PANGA WASI	CHAQUIRA,LANA	
WILIAN DIEGO CHICUNQUE AGREDA	VISION ARTE	MADERA,LANA NATURAL Y SEMILLAS	
ALVEIRO NASEQUIA GIUPA	ASOCIACION ATUMARAJAI	Seda natural	<b>Risaralda</b>
ANA DELIA NACAVERA NACAVERA	WARA KIROSIA	chaqui checa	
EMILIA ONOGAMA BANIAMА	ASOCIACION NABERAJUA	CHAQUIRA CHECA	
GLADYS NACAVERA GIUPA	WERA KAUKIADAR BUKA	chaquira checa	
JHOANY NACAVERA AISAMA	KAKUITA	chaquira checa	
MARIA YOLANDA NACAVERA	UBAKAU	MOSTACILLA CHECA	
SOLAIDA NACABERA GIUPA	KAUCHI KAWA	HILO,CHAQUIRA,GANCHO PESCADOR	
BLAS AGUSTIN BLANCO DE LA CRUZ	ASOCIACION DE ARTESANOS HIGERON	SEIBA TOLUA	<b>Sucre</b>
DAYSИ CHOCHO PIZARO	WEGUERR KHIIN DEN KHATAAR	fibra de la palma werregue	<b>Valle del Cauca</b>
LUCITA PERTIAGA CHIRIPUA	GRUPO MUJERES WOUNAAN DEL VALLE	PALMA WERREGUE	
NOELIA ISMARE GUATICO	UIKHIRUG	WERREGUE,ACHOTE	
ZUÑIGO CHAMARRA MOÑA	OMAUD	werregue, chocolatillo, balso	
AMELIA ARBELAEZ	ASOCIACION DE ARTESANOS PEDIBA	CANA DE GUARUMA,FIBRACUMARE Y YARE	<b>Vaupés</b>
EMILIO LOPEZ LOPEZ	TALLER CACUA WACARA	yare,palo sangre,varuma	
JORGE ISAAC LOPEZ HERRERA	TALLER TIMBO VAUPES	madera	
JUAN GUTIERREZ	TALLER PAMIVA	ARCILLA	
LETICIA LOPEZ FERREIRA	MUJER,TEJER Y SABERES	BEJUCO,GUARUMA,CUMARE,CHONTA	
LUIS LISANDRO RODRIGUEZ	ASOAVIMAQ	PALMA DE GUARAMA	
MARCELINO BERNAL SILVA	ASAIPTOVA	GUARACA Y YARE	
RODRIGO LOPEZ ORTIZ	ARTESANIAS CUBAY	barro	<b>Vichada</b>
JUANA CELESTINO DURANTE	COMUNIDAD SAN LUIS DE ZAMA	mamure,uru,mawa	
SILVIA QUINTERO GAITAN	COMUNIDAD GUALEMA	monche	
VICTORIA CELESTINO DURANTES	CUMUNIDAD LA URBANA	mamire,mawi	
ROSALIA POLOCHE	RASGUARDO HENCHE AMAYARCO	Arcilla	<b>Tolima</b>

### Anexo E. Flujograma de Artesanías Indígenas



## **Anexo F. Pasos para Efectuar una Exportación.**

- 1. Estudio de Mercado y de la demanda Potencial.** La exportación supone un Estudio de Mercado para el conocimiento de la demanda de nuestros productos como para la determinación del precio.  
Para realizarlo se deben tener en cuenta aspectos del producto, precios, comercialización, competencia local y promoción.  
Realizado el estudio y realizados los contactos comerciales se da inicio a la negociación.
- 2. Remisión de la Factura Proforma (Cotización).** El artesano exportador debe suministrar una Factura Proforma (Cotización) para facilitar al importador la solicitud de licencias o permisos de importación y la forma de pago a favor del exportador.  
Esta factura debe incluir la identificación del comprador, su ubicación, las cantidades, precio unitario, valor total, forma de pago, validez de la oferta y las condiciones de negociación.
- 3. Aceptación de las condiciones.** El importador en el exterior confirma al artesano exportador colombiano la compra de la mercancía y la aceptación de las condiciones de la negociación.  
El importador efectúa el pago de acuerdo con la forma establecida en la factura proforma (apertura de carta de crédito, transferencia bancaria o cheque certificado).
- 4. Confirmación del pago.** Una vez el importador en el exterior realice el pago, el Banco Comercial colombiano recibe copia de la transacción, del banco corresponsal garante y comunica al exportador para que este inicie los trámites para el despacho de la mercancía.
- 5. Procedimiento de Obtención del Certificado de Origen.** El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de sus Direcciones Territoriales y Puntos de Atención expide los Certificados de Origen, para los productos de exportación que

vayan a gozar de las preferencias arancelarias otorgadas en los diferentes Acuerdos Comerciales y Esquemas Preferenciales.

Para obtener el Certificado de Origen, el exportador debe diligenciar el Formulario “Registro de Productores Nacionales, Oferta Exportable y Solicitud de Determinación de Origen” (Forma 010A)

6. **Factura Comercial.** Es una cuenta por los productos, la cual se envía al comprador en el extranjero y es utilizada por las autoridades aduaneras del país importador como el documento básico para determinar el valor en aduana de las mercancías sobre el cual se aplicarán los derechos de importación.
  
7. **Compra y diligenciamiento del Documento de Exportación (DEX).** El Documento de Exportación es la declaración de la exportación relacionando el embarque efectuado (Productos, Posiciones Arancelarias, Precio de Venta, etc.) la cual es presentada a la Aduana Nacional.
  
8. **Solicitud de Vistos Buenos.** La exportación de ciertos productos exige que el exportador se encuentre inscrito en la entidad encargada de su control y/o otorgamiento del visto bueno.  
Este requisito debe cumplirse en forma previa a la exportación de productos artesanales colombianos.
  
9. **Lista de Empaque.** Es la relación detallada del contenido de cada una de las piezas que conforman la carga.  
Esta lista acompaña la factura comercial, proporciona información sobre el empaque y embalaje, peso y volumen, así como las condiciones de manejo y transporte de la mercancía.
  
10. **Contratación del Transporte.** El exportador contratará el medio de transporte y la compañía de transporte mas adecuada (teniendo en cuenta la clase de mercancía, los costos y la necesidad de disponibilidad), en los términos acordados con el

comprador.

Las modalidades de transporte mas usadas a nivel internacional son la aérea y la marítima.

**11. Presentación del Documento de Exportación (DEX).** Una vez presentado el DEX con sus anexos, la Aduana acepta la solicitud de autorización de embarque, procediendo al aforo de la mercancía y autorizando su embarque.

El DEX se presenta con los siguientes documentos:

- Documento e Identidad del exportador
- Documento de transporte (Guía aérea, Conocimiento de Embarque o Carta de Porte)
- Factura Comercial y Lista de Empaque
- Dependiendo del producto: CITES, permiso fitosanitario, autorizaciones expresas y demás requisitos exigidos para la exportación

**12. Pago de la Exportación.** Las exportaciones generan la obligación de reintegrar las divisas recibidas, mediante la apertura de carta de crédito, una transferencia bancaria o un cheque certificado.

- Pago en moneda legal os artesanos exportadores residentes en el país podrán recibir el pago de sus exportaciones en moneda legal colombiana únicamente a través del los intermediarios del mercado cambiario, presentando la respectiva declaración de cambio.
- Créditos concedidos por exportadores
- Pagos anticipados

## Anexo G. Principales artículos artesanales del departamento del Guaviare.



### **JARRÓN**

Artesanos: Pueblo Tukano Oriental  
Materia Prima: FIBRA DE CUMARE  
Técnica: Rollo



### **CHINCHORRO**

#### **NUKAK MAKÚ**

Artesanos: Pueblos Nukak  
Materia Prima: FIBRA DE MORICHE  
Técnica: Anudado



### **CANASTO URUTU**

Artesanos: Pueblo Tukano Oriental  
Materia Prima: CAÑA DE WARUMA  
Técnica: Cestería Tejida



## **BALAY**

Artesanos: Pueblo Tukano Oriental  
Materia Prima: CAÑA DE WARUMA  
Técnica: Cestería Tejida



## **CONTENEDOR**

Artesanos: Pueblo Jiw  
Materia Prima: FIBRA DE CUMARE  
Técnica: Cestería tejida



## **BANDA NUKAK**

Artesanos: Pueblo Nukak  
Materia Prima: FIBRA DE CUMARE  
Técnica: Anudado

## MANILLA

Artesanos: Pueblo JIW

Materia Prima: FIBRA DE CUMARE

Técnica: Anudado



## CANASTO NUKAK

Artesanos: Pueblo Nukak

Materia Prima: BEJUCO DE YARE

Técnica: Cestería Tejida