



# **INFORME DE GESTION 2001**

**Artesanías de Colombia**

**Bogotá, Marzo 2002**



## **Tabla De Contenido**

### **Presentación**

### **Premio Nacional De Alta Gerencia – Banco De Éxitos**

#### **I. PROYECTOS MODELO**

- A. Comunidad Resguardo Zenú San Andrés de Sotavento**
- B. Comunidad de la Chamba**
- C. Comunidad de Urabá**
- D. Comunidad Guambiana de Silvia y Bolívar, Cauca**

#### **II. GESTION COMERCIAL**

- A. Expoartesánías**
- B. Plaza de los Artesanos**
- C. Apertura Almacén Norte**
- D. Ventas**

#### **III. GESTION DE DISEÑO**

- A. Estilos y Tendencias**
- B. Casa Colombiana**
- C. Concurso Nacional de Diseño para la Artesanía**

#### **IV. GESTION DE DESARROLLO**

- A. Programa Nacional de Joyería, Convenio Minercol- Comisión Nacional de Regalías.**
- B. Programa Nacional de Capacitación SENA**
- C. Programa Minicadenas Productivas ONUDI**
- D. Certificación de “Hecho a Mano con Calidad” ICONTEC**
- E. Programa de Materias Primas y Tecnología**



- V. COOPERACION TECNICA INTERNACIONAL**
  - A. Capacitación**
  - B. Sistema Nacional de Información – Convenio BID**
  
- VI. COBERTURA**
  
- VII. EJECUCION PRESUPUESTAL**



## Presentación

El presente informe describe los logros más relevantes de Artesanías de Colombia en el año 2001. Como hecho trascendental, fue el recibimiento del **Premio Nacional de Alta Gerencia 2001**, otorgado al Proyecto

Expoartesanías, en octubre del año pasado. El premio, fue entregado por el señor Presidente de la República doctor Andrés Pastrana Arango.

Destacamos la consolidación de proyectos con visión de largo plazo, como la Plaza de los Artesanos, con espacios para la realización de eventos y ferias, el fortalecimiento de los Laboratorios de Diseño para la Artesanía y la Pequeña Empresa, el desarrollo de proyectos por oficios, como la madera, la cerámica, la joyería, con el fin de mejorar los procesos tecnológicos y de producción, y para estructurar las cadenas productivas, y la implantación del Sistema de Información para la Artesanía y los Mercados en convenio con el BID.

La Gestión del Desarrollo a través de la venta de servicios, es también una estrategia que busca vincular instituciones en diversos órdenes: formación y capacitación, desarrollo tecnológico, etc. Se resaltan el “Programa Nacional de Joyería 2001 - 2002” realizado en asocio con MINERCOL, El Proyecto de Capacitación y Diseño a Artesanos agrupados,” cofinanciado por el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y el “Proyecto para el mejoramiento de la competitividad del Sector Artesanal Colombiano” presentado al



FOMIPYME, que busca mejorar la eficiencia del trabajo artesanal a través de actividades tendientes al fortalecimiento y estructuración de talleres artesanales, incorporación de diseño, implementación de tecnologías apropiadas, uso racional de materias primas y gestión empresarial y comercial.



## Premio Nacional de Alta Gerencia- Banco de Éxitos

Este Premio, establecido por el Departamento Administrativo de la Función Pública, busca reconocer la excelencia y calidad de la Gestión de las Entidades del Estado. Se postularon 102 casos, presentados por 77 entidades. Artesanías de Colombia, obtuvo el primer puesto en categoría nacional, por el Programa “Expoartesanías”. La Feria se ha destacado por aumentar año tras año sus utilidades sociales y económicas y por ser un ejemplo vivo de la asociación ideal entre los sectores público y privado.

El Banco de Exitos, es un sistema de recepción, selección, evaluación, registro y difusión de experiencias exitosas de la Administración Pública, que posibilita la mediación e intercambio del conocimiento entre entidades, para solucionar problemas de gestión y alcanzar altos niveles de excelencia y calidad, a través de la cooperación y la emulación.



## **I. PROYECTOS MODELO**

Presentamos cuatro casos de éxito en la Gestión e integración de estrategias de desarrollo, diseño y ejecución. Los cuatro casos muestran el rostro humano y los resultados sociales que sustentan la labor y la razón de ser de Artesanías de Colombia.

### **A. Comunidad Resguardo Zenú San Andrés de Sotavento**

Mantener el equilibrio entre oferta del recurso natural y la demanda comercial del producto es el reto para 5.000 tejedores zenúes con el Plan de manejo de la cañaflecha, tintóreas e iraca.

La investigación de la especie, la experimentación del cultivo, su integración a 27 minifundios campesinos, la asistencia técnica especializada de biólogos, agrónomos y ambientalistas, la cartografía social y el control de plagas, son acciones y métodos que respaldan el repoblamiento inicial de 20 hectáreas de cañaflecha en el Resguardo de San Andrés de Sotavento, Córdoba, en convenio con el Municipio y con el apoyo de la C.V.S., CARSUCRE, universidades locales, Instituto Alexander von Humboldt, Grupo de Trabajo en certificación forestal voluntaria, W.W.F. y grupos de productores y recolectores.



En la costura, la destreza manual se somete al dominio técnico, construyendo el diseño y el objeto en su función. 150 artesanos especializados en costura plana y en espiral, en 3 escuelas indígenas, pueden elaborar más de 30 productos diferentes.

Como resultado, sombreros y tapetes magníficos de elegante combinación de pintas y expresiva identidad, a \$ 600.000 cada uno. Es la gratificación del mercado. El escenario donde se sucede la feliz combinación de valores de uso y cambio, de identidades compartidas, de proyecciones simbólicas a otros espacios y tiempos, dentro del flujo cautivante del consumo de un producto, que como el tejido en cañaflecha es símbolo-país que significa y satisface.

## **B. Comunidad de la Chamba**

La cadena productiva de la cerámica negra de La Chamba nace de 3 tierras: lisa, arenosa y roja en la zona del Guamo, Espinal y Flandes, en el Tolima, que aportan cada una plasticidad, resistencia e impermeabilidad.

Artesanías de Colombia apoyó la caracterización física y química de esta oferta natural, con la asistencia técnica de geólogos e ingenieros, para establecer planes de explotación sostenibles, que garanticen un mejor aprovechamiento de estos aportes en la calidad y agregación de valor ambiental al producto.



Un primer eslabón especializado en extracción y beneficio de arcillas suministrará cerca de 5 toneladas/mes a 5 talleres piloto y comercializará su excedente para beneficio de 50 artesanos.

En 472 talleres cerca de 1.000 moldeadoras amasan sobre el suelo las arepas de barro para hacer las tradicionales cazuelas. Con 50 puestos de trabajo y 50 tornetas, secadores para piezas, espátulas y bruñidoras de resina, se inició la primera etapa de revolución tecnológica en la cerámica negra del Tolima, con el apoyo de la ONUDI y la Cámara de Comercio de El Espinal.

El empoderamiento organizacional, el diseño, la experimentación y aplicación de las nuevas tecnologías al molido, humectación, secado, moldeo, bruñido, cocción y negreado, han incrementado la productividad del alfarero, agilizado sus tiempos de producción, protegiendo su salud y otorgado más refractariedad y resistencia a las piezas, garantizando condiciones para una mayor participación.

Que la vajilla negra de La Chamba, sobria y elegante, ha sido vista en Harrods y Conrad Shop, lo saben las artesanas de El Guamo. Por ello, han comenzado a asumir el servicio al cliente interno, donde cada proceso en cada eslabón, realizado con selección y dominio técnico, conduce a esa calidad final, imprescindible para que la dinámica de sus productos se mantenga en las más brillantes vitrinas mundiales.



## C. Comunidad de Urabá

En el mes de Mayo de 2000 se inicio la asesoría a 12 mujeres en apartado y 13 en Turbo, para un total de 25 mujeres, provenientes de Fumbimur, fundación integrada por viudas de las masacres y en general mujeres cabeza de familia con un nivel de vida bastante bajo. Estos grupos tienen un conocimiento muy bajo sobre la fibra y la técnica para la elaboración de cestería en calceta de plátano y banano por lo cual se procedió a capacitarlas en recolección, preparación y almacenamiento de la fibra, se iniciaron tejidos planos y varios tipos de trenzas. En esta etapa no se contaba con las herramientas modernas y maquinarias necesarias para el funcionamiento del taller.

En la segunda fase de la asesoría se desarrollo una línea de decoración conformada por biombos, tapetes, cojines, baúles y contenedores que se pueden usar como mesas auxiliares. También se capacitó en la elaboración de bordados y crochet con la fibra de plátano. El resultado de este proyecto está demostrado por la gran aceptación de los productos y su éxito comercial.



## **D. Comunidad Guambiana de Silvia**

Silvia, Cauca es un municipio que se cuenta entre los más afectados por la violencia del país, con la presencia permanente de grupos subversivos y territorios plagados de cultivos ilícitos.

En Silvia, el quehacer artesanal es netamente tradicional y la mujer guambiana lo sigue desarrollando y transmitiendo a sus generaciones puesto que hace parte de su propia cultura y es fundamental en su indumentaria, razón por la cual el oficio permanece en el tiempo

Las asesorías adelantadas por la Empresa, han dado lugar al desarrollo de nuevos productos como cojines, tapetes, caminos y puffs. Así mismo, está implementando el manejo de tintes industriales para lana, sustituyendo el uso de químicos.



## II. GESTION COMERCIAL

### A. Expoartesanías

El dinamismo internacional constituye un nuevo escenario de competitividad mundial, que genera nuevas oportunidades y amenazas para el país. En este contexto el desarrollo del sector artesanal plantea varios retos entre los cuales están: mejorar los niveles tecnológicos de la producción, fortalecer los programas de capacitación en las comunidades artesanas, mejorar la capacidad instalada de los talleres, incrementar la productividad y aumentar la capacidad exportadora entre otros.

Con base en ello, se vienen ejecutando programas tendientes a incrementar la participación de los artesanos en el mercado nacional e internacional.

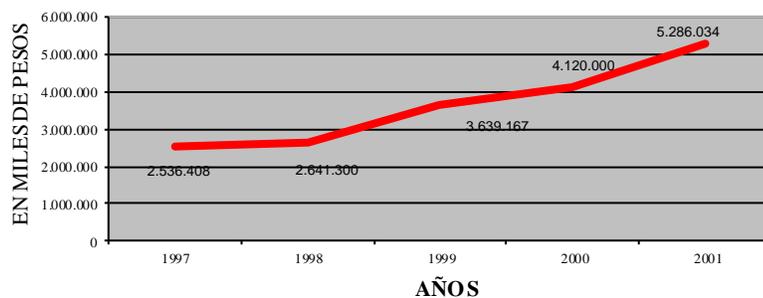
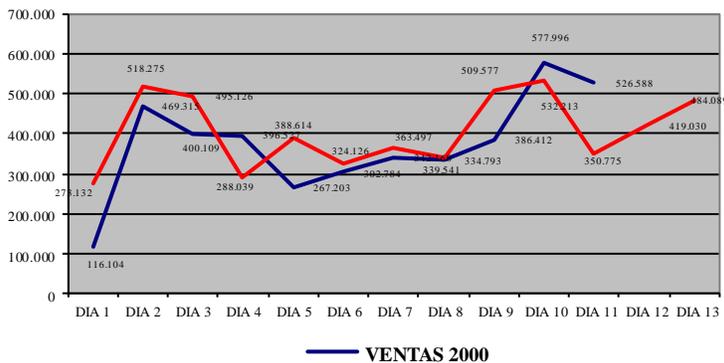
Expoartesanías se ha constituido en uno de los eventos de mayor convocatoria de Bogotá, tanto para compradores, como para aquellos que la consideran una alternativa de recreación, convirtiéndose en uno de los puntos de referencia de la capital.

La versión de la onceava Feria, contó con la participación de 761 expositores, así como la presencia de algunos países como México, España,



Chile, Ecuador, Perú, India, Rusia, Indonesia, Guatemala y Cuba. Visitaron la feria 105.000 personas y se realizaron ventas por \$5.286 millones de pesos. El crecimiento respecto al año 2000 fue del 28.3%.

Es indudable que la Feria se ha convertido en uno de los emblemas de identidad del país, pues cada año los capitalinos y compradores la esperan con entusiasmo, porque quieren invertir en productos colombianos y llevar lo mejor en la época de navidad. Además, la Feria está orientada hacia el consumidor extranjero, para lo cual maneja las tendencias en productos, colores y texturas tanto de la moda como de la decoración y diseño de interiores.





## B. Plaza de los Artesanos

Desde 1990 el centro comercial y de negocios “Plaza de los Artesanos y la Microempresa” abrió sus puertas a la comercialización de los productos artesanales. El Proyecto busca solucionar la carencia de espacios adecuados para la exposición y venta de productos artesanales y de la pequeña empresa.

En el momento funcionan cuatro grandes plazas en donde se realizan las ferias, un auditorio con sus salas para reunión de comisiones y un taller de joyería en donde se realizan los cursos de capacitación.

La Plaza de los Artesanos se ha convertido en la esperanza de muchos artesanos y pequeños empresarios. Son numerosos los eventos de menor tamaño que se han adelantado, lo cual indica que ese escenario promocional tiene mucha proyección futura, como se había previsto desde su iniciación.

<b>EVENTO</b>	<b>TIPO</b>	<b>MES</b>
Feria Artesanal del Eje Cafetero II Versión	Regional	Abril
Vitrina comercial Microempresarial	Microempresarial	Mayo
Feria Artesanal Manofacto	Nacional	Agosto
Feria de la Paz	Social _ Nacional	Septiembre
Rueda de Negocios para el sector artesanal de los departamentos de Bolívar y Atlántico	Comercial	Septiembre
Seminario sobre la consecución de recursos	Financiero	Octubre
II Encuentro Nacional de niñez y comunicación ICBF	Social	Octubre
Inscripciones para carrera administrativa	Académica	Octubre
Clausura programa Enlaces 2001	Social	Diciembre
Foro Educativo	Educativo Compensar	– Noviembre - Diciembre
Mercasueño Campesino	Agropecuario	Diciembre



### **C. Apertura Almacén del Norte**

Con el ánimo de impulsar la oferta de productos que desarrollan los Laboratorios de Diseño para la Artesanía, el pasado mes de Julio se inauguró una nueva vitrina comercial en la carrera 11 con calle 82. Allí se exhiben productos y líneas especiales de artesanías con alto contenido de diseño logrando de esta manera gran aceptación por parte de colombianos y extranjeros.

En el mes de diciembre las vitrinas recibieron la Mención Regalos y Objetos, en el XIV Concurso de Vitrinas Navideñas que realiza la Cámara de Comercio de Bogotá. En tan sólo siete meses, este almacén es parada obligada dentro de la oferta de decoración y diseño de la ciudad.

### **D. Ventas**

La actividad de compras se desarrolló durante el año 2001 atendiendo la demanda de los puntos de venta y el resultado de los nuevos productos a partir del trabajo adelantado por la Unidad de Diseño. Igualmente sobre pedidos muy concretos con destino a exportación y ventas especiales.

Para el año 2001 las compras totales ascendieron a \$527.954.044.00 aumentando en un 4.27% con relación al año 2000.

Cuadro Comparativo De Ventas Totales Facturadas



AÑO	META DE VENTAS	VENTAS EFECTUADAS	CUMPLIMIENTO
2000	\$1.056.000.000	\$825.944.000	78%
2001	\$1.100.000.000	\$1.286.460.000	116.90%

El Cuadro muestra que el nivel de ventas en el año 2001, alcanzó una cifra muy significativa, sobrepasando la meta establecida. El porcentaje de cumplimiento fue del 116.9%.

En el campo internacional el producto artesanal colombiano, aunque cuenta con un amplio potencial, no ha tenido la suficientemente difusión, ni tiene una presencia fuerte en los mercados.

A pesar de la difícil situación que se ha presentado en la economía y su incidencia sobre el comercio internacional de todo tipo de producto, la Empresa ha continuado impulsando este canal de comercialización, incrementado el volumen de ventas internacionales.

Dentro de las estrategias que ha formulado y aplicado Artesanías de Colombia con este propósito se pueden mencionar:

- Impulso comercial de las franquicias internacionales, que dio como resultado el establecimiento de una franquicia en el Estado de la Florida en los Estados Unidos.
- Constante comunicación con los clientes actuales, lo que ha generado importantes negocios de recompra y fidelidad de los clientes.



- Representación comercial en ferias de Europa, lo que ha permitido la presencia de Artesanías de Colombia, en ferias especializadas en artesanía y artículos para regalo. De esta forma, se ha logrado identificar clientes potenciales y conocer los mercados.
- Oferta comercial competitiva en precios, diseño, calidad y capacidad de producción.
- Definición y aplicación de una política de precios de exportación para el año fiscal correspondiente, teniendo en cuenta el comportamiento del dólar.



### **III. GESTION DE DISEÑO**

El Programa del “Laboratorio Colombiano de Diseño para la Pequeña y Mediana Empresa” en Bogotá, Armenia y Pasto, tiene como propósito elevar la competitividad del producto, mejorando su calidad, mediante la incorporación de tecnologías, e innovación.

Se trata de un programa estratégico que atraviesa transversalmente todas las áreas de la Empresa, con logros tangibles, sociales y económicos de gran impacto.

#### **A. Estilos y Tendencias: Colección Agua**

Siguiendo las tendencias internacionales en diseño y moda en Europa y Norteamérica se realizaron propuestas integrales de diseño. El concepto propuesto se denominó “RASGOS”, y se basó en el rescate y apropiación de los elementos de identidad cultural indígena, rural y urbana, generando una propuesta con carácter nacional.



## Desarrollo del Concepto

Aire, fuego, tierra y agua, fueron los puntos de partida para desarrollar el concepto “RASGOS”. Se desarrolló el concepto AGUA como inspiración del trabajo interactivo entre artesano y diseñador.

Las líneas se subdividieron en dos grupos:

- Principal: Mobiliario auxiliar, Mesa, Cocina y bar, Terraza y jardín, Lencería.
- Complementaria: Baño, Iluminación, Ambiente infantil, Moda, vestuario y accesorios

Con los acabados se buscó agregar valor a los productos de acuerdo a las actuales tecnologías y tendencias, logrando generar nuevas expresiones en productos tradicionales y en nuevas propuestas.

El desarrollo de líneas de producto (mínimo 4 productos) estuvo orientado a:

Línea de producto en un solo material.

Línea de producto en varios materiales

El concepto de diseño, basado en los Rasgos Colombianos, buscó fortalecer la actividad artesanal en las comunidades indígenas, generando la revitalización del producto tradicional, conservando su identidad y mejorando su calidad. Para comunidades urbanas y rurales se aplicó el mismo concepto teniendo en cuenta su contexto e incorporando elementos de identidad en una propuesta de diseño contemporáneo.

Se determinaron tres niveles de intervención:

Nivel 1: Comunidades cuyos productos y/o materias primas tuvieran mayores posibilidades para el mercado internacional.



Nivel 2: Comunidades y/o empresas artesanas beneficiarias de proyectos de la Empresa. En el caso de las comunidades indígenas se priorizaron aquellas que han tenido participación en Expoartesanías.

Nivel 3: Comunidades no incluidas en los niveles anteriores, pero que han sido asesoradas previamente y requieren seguimiento y finalización de los procesos iniciados.



## **Otras actividades:**

### **Manual de Diseño**

Difusión del Manual de la Unidad de Diseño, integrado por cuatro cuadernillos a saber: Creatividad, Empaques y Embalajes, tintes naturales, Conceptos de diseño en Joyería.

### **Base de Datos**

Desarrollo una base de datos para Internet, útil para el seguimiento y evaluación de las asesorías.

### **Empaques**

Partiendo de los procesos de producción, manipulación, comercialización y consumo y teniendo en cuenta parámetros de identidad, se desarrollaron los empaques para gran parte de los productos artesanales.

### **Normatividad ambiental**

Se trabajó en todo el país el concepto de normatividad ambiental para racionalizar el uso de la materia prima para la producción artesanal. Se consideraron los siguientes aspectos: uso adecuado de los recursos naturales, relación suelo, flora, agua, hombre, animal, importancia de la reforestación y cuidado de la contaminación ambiental, agricultura orgánica y agricultura sostenible.



## **B. Casa Colombiana**

Con el objetivo de lograr que los productos artesanales sean competitivos a nivel nacional e internacional, Artesanías de Colombia, invitó al diseñador filipino P.J. Arañador a realizar un proyecto en conjunto con los diseñadores del Laboratorio Colombiano de Diseño para identificar el "Look Colombiano", el cual se inició en Agosto de 2001 y sobre el que se realizaron cerca de 1000 bocetos que condujeron a la definición de productos con alto contenido de identidad.

“Casa Colombiana” fue el resultado de este trabajo y ofreció al público la exhibición y venta de 263 productos (muebles, cojines, lencería y accesorios) de todo el país y 50 comunidades artesanales.

Para la continuación del proyecto, se construyó un portafolio de 90 líneas de productos que serán implementadas y producidas en una segunda etapa durante el 2002, y se trabajarán con 200 talleres.

## **C. Concurso Nacional de Diseño para la Artesanía**

El concurso es un punto de encuentro entre la artesanía y el diseño. Se ha constituido en una fuerza generadora de empresa que impulsa el desarrollo.

La Artesanía brinda al diseño un campo de acción amplio y diverso en relación con las materias primas, los oficios y herencias culturales.

En la artesanía, el diseño descubre un sector fecundo para su ejercicio profesional que incentiva el desarrollo del objeto artesanal con gran valor agregado.



## **IV. GESTION DE DESARROLLO**

### **A. Programa Nacional De Joyería**

Con la participación de la Empresa Nacional Minera - MINERCOL Ltda., se suscribió un convenio de cooperación con el propósito de dinamizar y fortalecer el sector joyero del país, identificando oportunidades para las regiones auríferas de los departamentos de Nariño, Cauca, Caldas, Córdoba, Bolívar, Vaupés, Guainía, Santander, Chocó, Antioquia y Risaralda; así como en los núcleos joyeros de Bogotá, Popayán y Quimbaya en Quindío.

El convenio se sustentó sobre la base de cuatro proyectos regionales con los que se consolidó el “Programa Nacional de Joyería 2001-2002”, cuya ejecución inició en el mes de Agosto del 2001.

El programa atendió en forma directa 252 joyeros provenientes de las 32 localidades beneficiarias y 302 personas relacionadas con el sector, quienes participaron en las actividades de capacitación en el oficio, diseño y desarrollo de productos y promoción comercial.

En el Programa se desarrollaron acciones estratégicas nacionales que permitieran la dinamización de procesos locales, así:

#### **Diseño y Desarrollo de Productos**

La primera fase del Programa de Diseño se orientó a la realización de Talleres de Diseño a nivel internacional, dificultades de la producción colombiana y planteamientos experimentales para la definición de una “Joya



con identidad Nacional”, realizándose tres (3) Talleres de “Pensamiento y Creatividad” en: Polaina (Octubre), Bogotá (Noviembre) y Medellín (Diciembre), un Taller de “Casting - Producción y Diseño” entre noviembre y diciembre; un taller de “Diseño y Sistemas de Producción” con la cooperación internacional del Arquitecto Alfonso Soto Soria, diseñador de la Empresa Joyera Mexicana TANE, en el que se contó con los mejores joyeros y diseñadores de Bogotá y las localidades del proyecto.

Como resultado de estos talleres se destaca la elaboración de 250 piezas que constituyen cuatro colecciones de joyas orientadas a nichos de mercados nacionales e internacionales; la integración entre joyeros de diferentes regiones posibilitó el intercambio de conocimientos tradicionales, expectativas y lazos de unión, la reflexión sobre elementos de identidad local y nacional que aporten a la configuración de una “Joya Colombiana” y lo más importante, la experimentación a partir de un proceso creativo propio. Para estos talleres el Programa facilitó el desplazamiento de todos los participantes, aportó materiales y equipos y otorgó becas de estudio. Además los participantes adquirieron compromisos como multiplicadores en sus sitios de origen.

Se realizó una investigación y exposición de resultados sobre “Tendencias de Diseño de Joyas para el 2002 y 2003” a cargo del consultor filipino P.J. Arañador y una evaluación de diseño para expositores joyeros de Expoartesanías a cargo del mismo consultor.

Caracterización: Considerando la importancia de este componente en el Programa y para la proyección de resultados en el 2001 se dio énfasis en la ejecución de diversas actividades orientadas a este propósito.



Así, se realizan visitas diagnósticas a 32 municipios, jornadas de análisis en Medellín y Bogotá con el sector productor, los comerciantes y diseñadores. Se estructuró el Censo Nacional Joyero y se inició el proceso de concertación interinstitucional en el departamento de Bolívar, para un acuerdo de competitividad del sector minero-joyero.

#### Promoción comercial

Con los resultados del Programa, se participó en la feria Manofacto 2001 realizada en la Plaza de los Artesanos en Agosto, con 3 stands compartidos por 4 organizaciones provenientes de Bogotá, Quimbaya y Barbacoas, financiados totalmente por el Programa.

Se participó con un stand de 98 mts<sup>2</sup> en Expoartesanías 2001, donde se exhibieron los resultados de los talleres de Diseño. Como resultado de esta promoción se obtuvo la invitación al Bogotá Fashion 2002 y la concreción de pedidos comerciales canalizados todos hacia sus productores; así como una evaluación comercial de cara al sector turístico alemán de Cartagena.

Se organizaron dos conferencias sobre el mercado internacional: “Cómo exportar joyas” con el Ministerio de Comercio Exterior y en la que se contó con la participación de 120 personas y “Todo producto es Exportable” dada por el Dr. Alberto Romo - Gerente de ALROEXPORT de México, Premio nacional de Exportación del mismo país.

#### Formación

Se priorizó en el trimestre la estructuración de contenidos de capacitación, la actualización de materiales pedagógicos institucionales y la producción de las diferentes materias a los artesanos: Cd sobre Tendencias de Diseño, Administrando mi taller artesanal (2da edición), Guía para Exportar



(2da Edición), Curso básico y avanzado de Joyería, Curso básico y avanzado de microfundición y diseño básico entre otros.



## **B. Programa Nacional de Capacitación SENA**

El Proyecto tiene como objetivo capacitar y especializar a los artesanos en los oficios de trabajo en madera, tejeduría, cestería, cerámica y conceptos básicos de administración, contabilidad, costos, comercialización, servicio al cliente, mercadeo y otros temas relacionados con la gestión empresarial del taller artesanal.

El proyecto busca concientizar al artesano sobre la importancia de manejar el taller artesanal como una empresa eficiente, optimizando los resultados financieros, contables, comerciales y humanos.

En el marco del proyecto nacional de capacitación, se han realizado las siguientes acciones:

- Se adelantaron talleres de formulación de proyectos de desarrollo artesanal para las comunidades indígenas en los departamentos de Amazonas, Chocó y Cauca con una cobertura total de 62 indígenas en Chocó, 20 en Amazonas y 10 en Cauca.

- Para el proyecto Corfimujer Cesar, se culminaron las actividades de capacitación empresarial, la elaboración de las cartas de color para el tinturado natural en la comunidad Kankuama de Valledupar, la capacitación técnica en cerámica en el corregimiento de Valencia de Jesús y la siembra y mantenimiento de palma en el municipio de Chimichagua donde se plantó una parcela demostrativa.

- En las instalaciones de Artesanías de Colombia se llevó a cabo un taller para formación de facilitadores o multiplicadores dirigido a artesanos de la ciudad de Bogotá y municipios del Departamento de Cundinamarca.



Asistieron 35 personas, quienes se capacitaron en la metodología y conceptos del material pedagógico “Administrando mi Taller Artesanal”.

- Se realizaron asesorías puntuales a artesanos en 14 municipios del departamento de Cundinamarca en temas de gestión administrativa, financiera, comercial y otros temas de gran interés para los artesanos. Se aplicaron materiales sobre los temas de mercadeo, planeación estratégica de negocios y exportaciones.

- En el municipio de Somondoco se capacitaron y asesoraron 30 artesanas en temas de administración, contabilidad, costos, comercialización, formalización de empresas y aspectos legales, ventas, investigaciones de mercado entre otros. Los resultados de este trabajo se demuestran en el éxito comercial de los 4 grupos de artesanas capacitadas y asesoradas.

- En coordinación con el SENA y los Presidentes de las Mesas Sectoriales se trabajó en el proyecto de la Ley 145 sobre la creación de un Sistema Nacional de Calidad, con el fin de incluir la normalización del desempeño laboral como componente fundamental de la tríada de la competitividad: productor, procesos, producto.



### **C. Programa Minicadenas Productivas -ONUDI**

Como proyecto prioritario y para responder a la demanda comercial del producto, Artesanías de Colombia se vinculó al Acuerdo de la Competitividad de la Cadena Productiva de la Chamba-Tolima, integrando el apoyo de DANSOCIAL, SENA, Cámara de Comercio del Espinal, Cooperativa de Artesanos, Municipios del Guamo, Flandes y el Espinal y de la ONUDI.

Mediante un diagnóstico de ingeniería, geología y mercado se identificaron las debilidades de los eslabones productivos de la minería, producción y comercialización alfareras, implementando soluciones, en alianza con la Cámara de Comercio que mejoraron la ergonomía y la eficiencia productiva en los diferentes procesos.

Los 50 nuevos puestos de trabajo, están dotados con tornetas, espátulas, bruñidora y secadores y una propuesta técnica de horno con vagón-puerta, lo cual ha permitido iniciar el mejoramiento de las condiciones de trabajo de las moldeadoras, disminuyendo la relación tiempo-producción y grosor - peso de las piezas, garantizando una mayor resistencia al choque térmico y al impacto de los productos.

El servicio al cliente interno, asumido por los agentes de los diferentes eslabones, está garantizando la calidad del producto final como resultado de procesos previos de sostenibilidad en la explotación de las arcillas y de moldeo, cocción y acabados más estandarizados.

### **Proyecto Minicadena de la Iraca**



Se conformó la estructura organizacional de la cadena de la iraca: Consejo Sectorial, Comité Asesor y secretaría Técnica. También se adelantaron talleres con los diferentes eslabones. Se elaboró el diagnóstico de la cadena de la iraca y se está ajustando la matriz de compromisos que será presentada al gobierno central para la firma del primer acuerdo de Competitividad.

Garantizar la oferta de la fibra de iraca para 3.500 sombrereras de 7 municipios del sur de Nariño, implicó trabajar en equipo con los agentes institucionales locales y nacionales, públicos y privados, vinculados al agro e iniciar el rediseño de la vocación agropecuaria del minifundio, para concertar incrementos o intensificaciones del cultivo.

El desfibrado, el estufado, el trenzado, el hormado, constituyeron los principales procesos integrantes del eslabón de la producción que demandaron cambios tecnológicos para hacer más eficientes sus resultados en términos de homogenización del blanqueo y color, manejo de residuos líquidos, estandarización de tallas y aplicación de los estándares de la Norma Técnica Colombiana para el sombrero Artesanal de Iraca.

La diversificación de producto aportó al enriquecimiento de la oferta comercial, con nuevas propuestas desarrolladas por el Laboratorio Colombiano de Diseño Unidad de Pasto, con muy buenos resultados comerciales en el desarrollo de EXPOARTESANIAS 2001.



## D. Certificado de “Hecho a Mano con Calidad”

### ICONTEC

Se desarrolló el convenio suscrito entre Artesanías de Colombia y el ICONTEC para la creación del Certificado de Calidad Hecho a Mano.

Durante el año 2001 se elaboraron las descripciones técnicas de los oficios ó documentos referenciales, y se diseñó la aplicación de la prueba piloto de Certificación para el municipio de La Chamba.

Los oficios de cestería y tejeduría se estructuraron en un solo referencial, el cual se construye para ser validado por las comunidades artesanales.

El proceso de elaboración de cerámica describe las fases productivas y las diferentes posibilidades de acabados; así como la descripción de técnicas con énfasis en criterios de calidad. Hasta el momento se han desarrollado los documentos correspondientes a los municipios de la Chamba, Guatavita y Ráquira.

El documento de Maderas se concluyó y se pondrá en consideración de las comunidades. Abarca la mayoría de las técnicas conocidas en el país, haciendo énfasis en la selección y secado de la madera para garantizar la calidad del producto.



## **E. Programa de Materias Primas y Tecnología**

Su objetivo es fomentar el uso y manejo sostenible de los recursos y ecosistemas naturales utilizados en la producción artesanal, desarrollar la sensibilidad ambiental del artesano hacia el recurso y garantizar condiciones de sostenibilidad económica y ambiental a una actividad productiva que involucra directamente a 260.000 productores. El proyecto promueve iniciativas locales de cultivadores, extractores y procesadores de materia prima.

La propuesta, focalizada en Amazonia y Orinoquia (palosangre, yanchama y balso o bojó); Occidente (iraca, wérregue, paja tetera, tintóreas); Centro Oriente (pauche, esparto y cañabrava) y Costa Atlántica (cañaflecha, iraca, palma estera, tintóreas), atendió la problemática del weregue y la cañaflecha que evidencian la situación más vulnerable desde el punto de vista ecológico.

Se realizó un taller nacional con entidades relacionadas con el medio ambiente y la preservación del recurso natural, con la participación activa de FES, Grupo de Trabajo en Certificación Forestal Voluntaria, la World Wild Foundation (WWF), el Instituto Von Humboldt, el Municipio de San Andrés de Sotavento, la Corporación de entidades ambientales y Codechocó orientado a definir criterios para un plan de manejo sostenible para las materias primas utilizadas en artesanía.

Con el equipo técnico del Ministerio del Medio Ambiente, encargado del “Proyecto de Ecotiquetado de productos colombianos” se realizó la selección de productos para el certificado, seleccionándose los productos de caña flecha y weregue como los más avanzados para la ecoetiqueta, teniendo en cuenta las intervenciones previas sobre sostenibilidad de la



participación e iniciativas comunitarias, el apoyo de las autoridades locales, la ejecución actual de proyectos, circunstancias que garantizan ir creando paralelamente las condiciones ambientales para el certificado.

Así mismo con el Convenio FES Social se priorizó en el 2001 la publicación de las metodologías construidas en el marco del Convenio, “Hacia un uso sostenible de las materias primas silvestres utilizadas en artesanías”; seleccionando las de Formulación de Proyectos con participación comunitaria, Investigación de Palma de Weguer y Evaluación Económica para el buen uso de los recursos naturales empleados en las Artesanías.

La cartilla es el resultado del trabajo conjunto de ocho comunidades indígenas y el Convenio Artesanías de Colombia Fundación FES Social. Con ella regresamos al pueblo wounaan sus conocimientos plasmados en este material pedagógico, del que esperamos sea una herramienta de trabajo eficaz en los planes y proyectos de manejo de la palma. El trabajo realizado con las materias primas artesanales ha sido el catalizador para la construcción de lo que hemos denominado la propuesta de biocomercio sostenible. En esencia, estamos hablando de una iniciativa que busca promover la generación de beneficios a partir de los bienes y servicios de la biodiversidad de Colombia, en los que los productos no maderables y la actividad artesanal son un claro ejemplo.

### **Programa de Tecnología**

Su objetivo es adecuar con tecnologías apropiadas las unidades productivas artesanales de la cerámica, la alfarería, la tejeduría y la madera, diseñando y aplicando planes experimentales de innovación y desarrollo



tecnológico. El proyecto funciona en cuatro núcleos rurales y urbanos localizados en la Chamba, Pitalito, Ráquira y Carmen de Viboral.

Otro de los objetivos del programa es generar y aplicar planes de innovación y desarrollo tecnológico de la tejeduría, en fibras blandas, en San Jacinto y Morroa, y fibras duras (palma de iraca, toquilla, mimbre, caña flecha) en San Andrés de Sotavento y en Guacamayas, Sandoná, Armenia, Tello y Usiacurí, Se trata de lograr un manejo eficiente de la materia prima, equipos y herramientas, calidad, volumen por unidad de tiempo, costos de producción, almacenamiento y transporte de la materia prima.

También se busca generar y aplicar planes de innovación y desarrollo tecnológico al oficio de la madera en comunidades indígenas del trapezio Amazónico, la Chorrera, Valle de Sibundoy y Mitú, y en comunidades rurales y urbanas de Mocoa, Itsmina, Salamina, Santa Rosa de Cabal, Mitú y Silvania y Fusagasuga.

Así mismo se implementaron mejoras tecnológicas en equipos de preparación de pastas moldeo y cocción de cerámica de Ráquira. En el marco del proyecto de la Minicadena de la alfarería y cerámica artesanal de la Chamba Tolima, se mejoró el puesto de trabajo de las moldeadoras, se hizo más eficiente con tornetas el manejo de la pella de barro, se diseñó un secador de arcillas y piezas en guadua y zinc y se organizó un set de matrices de espátula para ser replicadas en los talleres.

En la Chamba se implementaron mecanismos de medición de la temperatura interna del horno para su control y registro. Esto permite que los productos se horneen bajo las mismas condiciones y así poder garantizar un estándar en la calidad. Para el bruñido de piezas se diseño y desarrolló una



bruñidora manual en resina polyester. También se iniciaron los procesos para el establecimiento del taller básico para la depuración de las pastas. Los talleres se reorganizaron logrando una mayor eficiencia.

## **V. COOPERACION TECNICA**

La Cooperación Internacional es un elemento de integración regional que permite competir en los mercados internacionales, como un bloque sólido que pueda responder a la demanda.

### **A. Capacitación**

Los esfuerzos se enmarcaron dentro de la política del Gobierno, considerando la necesidad de elevar los conocimientos de los artesanos y expertos que trabajan para apoyar el desarrollo del sector, incorporar la innovación y transferencia tecnológica, e implementar tecnologías apropiadas a la producción artesanal, para lograr los niveles de competitividad requeridos por el mercado.

El proyecto promueve programas de cooperación internacional que elevan el nivel de la calidad de la producción artesanal a través de la implantación de tecnologías y así lograr un posicionamiento de la artesanía colombiana en los mercados nacionales e internacionales.

Las actividades del proyecto se desarrollaron mediante el intercambio de experiencias y conocimientos sobre avances tecnológicos en actividad artesanal, realizando los siguientes programas específicos: Programas de Asistencia Técnica Internacional, pasantías de artesanos y expertos,



seminarios internacionales y formulación y presentación de proyectos para la consecución de recursos.

En el mes de agosto se realizó un Seminario Internacional sobre “Tendencias, Marketing y Diseño, para el Mercado Internacional”, con asistencia de 350 personas. En el mes de diciembre se dictaron seminarios, uno dirigido a artesanos y otro a diseñadores y comercializadores de artesanías.

Se apoyó la participación de cuatro artesanos y expertos en diferentes eventos internacionales. Por ejemplo, en noviembre y diciembre participaron cuatro artesanos en la Feria Internacional de Arte y Tradición Indígena y la Feria del Regalo en Guadalajara, México.

## **B. Sistema Nacional de Información- Convenio BID**

La competitividad del sector artesanal colombiano y su inserción en los mercados nacionales e internacionales, son el objetivo principal del Centro de Gestión de Mercados, Tecnología e Información especializado en artesanía a nivel nacional e internacional. El proyecto busca que los artesanos y comercializadores vinculados a éste, posean la información necesaria, que les permita mejorar su nivel de vida. Este sistema tendrá cobertura nacional, impulsando el desarrollo y sostenibilidad económica del sector artesanal, ofreciendo a los usuarios la posibilidad de tener acceso a herramientas tecnológicas de comunicación e información.



## VI. COBERTURA GEOGRÁFICA

<b>REGIONES DEPARTAMENTOS</b>	<b>Y</b>	<b>No. BENEFICIARIOS DIRECTOS</b>	<b>De</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
<b>REGION ATLANTICA</b>	<b>COSTA</b>	<b>2.614</b>		<b>964</b>	<b>1.650</b>
Atlántico		705		281	424
Bolívar		73		13	60
Cesar		368		122	246
Córdoba		739		233	506
Guajira		160		49	111
San Andrés		127		51	76
Magdalena		191		98	93
Sucre		251		117	134
<b>REGION OCCIDENTE</b>		<b>4.716</b>		<b>1.876</b>	<b>2.840</b>
Regional		176		70	106
Caldas		319		131	188
Nariño		2.100		416	1.684
Quindío		274		126	148
Antioquia		282		172	110
Chocó		1.105		798	307
Cauca		301		109	192
Risaralda		53		30	23
Valle del Cauca		106		24	82
<b>REGION ORINOQUIA</b>		<b>1.582</b>		<b>1.038</b>	<b>544</b>
Arauca		117		71	46
Casanare		31		20	11
Guainía		564		415	149
Guaviare		157		104	53
Meta		273		185	88
Vaupés		119		78	41
Vichada		321		164	157
<b>REGION AMAZONIA</b>		<b>1.413</b>		<b>597</b>	<b>816</b>
Amazonas		386		186	200
Caquetá		425		170	255
Putumayo		602		241	361
<b>REGION ORIENTE</b>	<b>CENTRO</b>	<b>2.863</b>		<b>1.454</b>	<b>1.409</b>
Boyacá		461		211	250
Cundinamarca		1.040		500	540
Huila		694		451	243
Norte de Santander		265		116	149
Santander		207		90	117
Tolima		196		86	110
<b>REGION BOGOTA</b>		<b>1.852</b>		<b>1.193</b>	<b>659</b>
Santafé de Bogotá D.C		1.852		1.193	659
<b>TOTAL</b>		<b>15.040</b>		<b>7.121</b>	<b>7.919</b>



# EJECUCION PRESUPUESTAL

## Ingresos

CONCEPTO	2001	2000	%
<b>1. DISPONIBILIDAD INICIAL DE CAJA</b>	893.700.000	410.300.000	118%
<b>2. INGRESOS CORRIENTES</b>	<b>8.152.344.018</b>	<b>6.586.770.833</b>	24%
<b>A. Ingresos de Explotación</b>	<b>3.003.530.620</b>	<b>2.414.545.281</b>	24%
Venta de Servicios	1.921.301.651	1.324.579.257	45%
Comercialización de Mercancías	977.836.479	671.858.031	46%
Otros Ingresos de Explotación	104.392.490	418.107.993	-75%
<b>B. Aportes e Impuestos</b>	<b>5.148.813.398</b>	<b>4.172.225.552</b>	23%
<b>Aportes de la Nación:</b>	<b>5.047.133.798</b>	<b>4.152.225.552</b>	22%
- Funcionamiento	2.197.133.798	1.982.225.552	11%
- Inversión	2.850.000.000	2.170.000.000	31%
Otros Aportes	101.679.600	20.000.000	408%
<b>3. INGRESOS DE CAPITAL</b>	<b>75.296.750</b>	<b>60.049.690</b>	25%
Venta de Activos Fijos	2.500.000	0	
Rendimientos Financieros	72.796.750	60.049.690	21%
<b>TOTAL</b>	<b>9.121.340.768</b>	<b>7.057.120.523</b>	29%

## Gastos

CONCEPTOS	2001	2000	%
<b>1. FUNCIONAMIENTO</b>	<b>2.502.821.852</b>	<b>2.453.950.423</b>	<b>2%</b>
A. SERVICIOS PERSONALES	2.072.086.630	2.169.251.945	-4%
B. GASTOS GENERALES.	223.925.730	262.405.030	-15%
C. TRANSFERENCIAS	206.809.492	22.293.448	828%
<b>2. SERVICIO DE LA DEUDA</b>		<b>19.922.178</b>	<b>-100%</b>
<b>4. OPERACIÓN COMERCIAL</b>	<b>862.969.004</b>	<b>797.355.809</b>	<b>8%</b>
<b>3. INVERSION</b>	<b>3.705.694.571</b>	<b>3.014.011.109</b>	<b>23%</b>
<b>5. DISPONIBILIDAD FINAL</b>	<b>2.049.855.341</b>	<b>771.881.004</b>	<b>166%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>9.121.340.768</b>	<b>7.057.120.523</b>	<b>29%</b>