



MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO

ARTESANIAS DE COLOMBIA  
Entidad sin ánimo de lucro

**PROGRAMAS INSTITUCIONALES PARA EL AÑO 1981**

**Enero 1981**



## RESEÑA DE ARTESANIAS DE COLOMBIA

Artesanías de Colombia, se constituyó como Sociedad de responsabilidad limitada el día 6 de Mayo de 1964, mediante escritura pública No. 1998 de la Notaría 9a. de Bogotá. Fué transformada en Sociedad Anónima el 17 de Diciembre de 1965 por medio de la escritura pública No. 5232 de la Notaría 10a. de Bogotá.

Los Estatutos de la Empresa fueron modificados posteriormente mediante varios instrumentos públicos, una de sus últimas reformas se realizó por medio de la escritura pública No. 536 de la Notaría 4a. de Bogotá, el 15 de Febrero de 1973 y fueron aprobados por medio del Decreto Ejecutivo No. 1773 de Septiembre 19 de 1972.

Por medio de la escritura pública No. 1838 de Mayo 26 de 1974 se acondicionaron a las nuevas normas del Código de Comercio y de acuerdo con los requerimientos de la Superintendencia de Sociedades.

De acuerdo con lo establecido en escritura pública No. 689 del 26 de Mayo de 1974, de la Notaría 22 del Círculo de Bogotá, se aumentó el capital de la Sociedad, suscrito y pagado a la cantidad de \$9'479.700.

El inciso primero del artículo 24 del Decreto 2.974 de Diciembre 3 de 1968, vincula la Empresa al Ministerio de Desarrollo Económico, en su calidad de Sociedad de Economía Mixta, sujeta al Régimen de Derecho Público prescrito para las Empresas Industriales y Comerciales del Estado.

El día 14 de Mayo de 1970, el Gobierno Nacional y Artesanías de Colombia, S.A., suscribieron un Contrato de Fideicomiso por medio del cual, el Gobierno le entrega de conformidad con normas legales un auxilio anual para que esta Entidad realice la promoción de ventas de productos artesanales y el desarrollo y fomento artesanal en todo el territorio nacional.

Artesanías de Colombia, ha sido organizada bajo la forma de una Sociedad Comercial, calidad que actualmente conserva, para realizar las actividades incluidas dentro del objeto social y que no son privativas del



Estado, en el sentido de que no corresponden a funciones típicas que excluyan cualquier participación del capital o iniciativa privada.

## 1.2. Objeto Social.

Tal como lo contemplan los Estatutos en su artículo 2o., la Empresa - " tiene por objeto la dignificación y mejoramiento del Artesano Colombiano, elevando su nivel cultural, profesional, social y económico, así como el desarrollo y promoción de la industria artesanal ".

Para realizar sus objetivos, Artesanías de Colombia, S.A., podrá cumplir entre otras, las siguientes funciones:

Prestar asistencia integral al Artesano, con suministro de materias primas, asesoría en diseño, crédito y mercadeo, principalmente.

Unificar esfuerzos y movilizar recursos del sector público y sector privado, para que se interesen por los artesanos y la artesanía para cumplir los fines de la sociedad.

Construir y administrar en los territorios de la República que considere conveniente, centros destinados a la promoción y al mejoramiento de la industria artesanal.

## 1.3. Capital y su composición.

Capital		%
Suscrito	\$10'000.000	100
Pagado	9'479.700	94.8
Capital por Pagar	520.300	5.2

Composición del Capital Pagado:

Instituto de Fomento Industrial	3'471.430	36.6
Caja de Crédito Agrario	1'975.440	20.8



Vienen:

Corporación Financiera Popular	1'496.580	15.8
Federación Nal. de Cafeteros	1'047.860	11.1
Corporación Nal. de Turismo	720.000	7.6
Compañía Agrícola de Seguros	448.390	4.7
Empresa Col. de Petróleos	320.000	3.4
<b>TOTAL:</b>	<b>9'479.700</b>	<b>100.0</b>

#### 1.4. Organización.

Bajo las directrices de los objetivos planteados en los Estatutos de la - Empresa, se ha conformado la estructura orgánica, la cual se encuentra definida en dos áreas de trabajo: la de Fomento y la Financiera y Comercial.

Actualmente dicha estructura está compuesta por 204 cargos, de los cuales se encuentran ocupados 133.

Las relaciones entre las diferentes áreas de operación se encuentran planteadas y esquematizadas en el organigrama que se inserta en este documento ( ver anexo No. 1).

## 2. PLANES Y PROGRAMAS.

Los planes básicos que se adelantan son:

- Centros Artesanales
- Compras
- Asesoría en Diseño
- Suministro de Insumos
- Talleres Artesanales Urbanos
- Crédito
- Ventas



Promoción Artesanal  
Centro de Documentación

A continuación, se presentan brevemente, los objetivos de cada programa, a excepción del de Talleres Artesanales Urbanos, el cual se verá con más detalle, en el numeral 3.

2.1. Centros Artesanales.

Son 6 puntos de apoyo físico, orientados a garantizar una efectiva descentralización de las labores de la Empresa, y coordinados por la División Central. Prestan servicio como centros de acopio de productos artesanales, así como también como centros de producción y capacitación a nuevos artesanos; igualmente, suministran insumos indispensables de difícil adquisición.

2.2. Compras.

Es un eslabón fundamental del fomento artesanal; sirve como punto de contacto entre artesanos, comerciantes y consumidores finales.

Sus tareas van encaminadas a:

Seleccionar productos que reúnan las características de autenticidad, calidad, diseño, funcionalidad, requeridas.

Adquirir la producción que reúna las cualidades anteriores, para irradiarla al mercado nacional y a los mercados externos.

Beneficiar al artesano colombiano, a través de la compra directa de productos, y mediante la justa valorización de su trabajo en términos de esfuerzo y creatividad.

2.3. Asesoría en Diseño.

Es el área de trabajo profesional, orientada al desarrollo de los productos artesanales, allí se estudia todo el proceso del producto, desde el análisis de una necesidad, hasta el desarrollo de una idea, sin descui



dar su producción, su evolución y finalmente la comercialización.

Su gestión es de búsqueda permanente, y está orientada a :

- Diversificar la producción.
- Desarrollar mejores productos.
- Concebir productos realizables, dadas las restricciones tecnológicas y económicas del sector.
- Capacitar -en esta disciplina- mediante cursos, audiovisuales y otras herramientas apropiadas.

#### 2.4. Suministro de Insumos.

En el adecuado desarrollo de planes de producción, interviene un elemento primordial: el abastecimiento oportuno de materias primas.

La labor de este programa, se orienta primordialmente a:

Garantizar el suministro conveniente y adecuado de materias primas -de excelente calidad- a precios razonables; se procura reducir al máximo las incidencias del mercado de intermediación.

Intervenir en conjunto con otros organismos del Estado para la formulación de normas técnicas y de calidad, que hagan referencia con la producción artesanal.

Promover y realizar importaciones directas de aquellas materias primas que son de difícil consecución en el mercado y que como tal se constituyen en causales para la especulación y el acaparamiento.

#### 2.5. Crédito.

Debido a las dificultades crediticias que hacen muy estrecho el poder acudir a tan necesaria herramienta, Artesanías de Colombia, organizó un crédito dirigido a la actividad. Poco a poco vienen incorporándose los nuevos recursos, tales como los provenientes de un empréstito del Banco Interamericano de Desarrollo -BID- que darán la posibilidad a un nuevo grupo de artesanos de afiliarse a los beneficios del crédito oportuno.



no.

Todos éstos van orientados a satisfacer necesidades de capital de trabajo y adquisición de maquinaria que mejoren las calidades artesanales.

#### 2.6. Ventas.

La Empresa, a través de sus almacenes nacionales y su oficina de exportación se encarga de vender la producción artesanal adquirida, así como de explorar permanentemente nuevos mercados.

#### 2.7. Promoción.

A través de los mercados artesanales, los concursos de maestros artesanos, los concursos de destreza infantil y los programas didácticos y educativos, se ha venido desarrollando una campaña de exaltación y promoción del sector y de la producción artesanal, y obviamente del propio artesano como gestor del mismo.

#### 2.8. Centro de Documentación.

Finalmente a través del Centro de Documentación -CENDAR- se persigue fundamentalmente, completar toda la campaña didáctica de capacitación y de información que se origina como resultado de la implementación de los programas mencionados.



## PROYECTO TEXTILES

### RESUMEN TOTAL

- financiación -

	PROYECTO	1er. Año	2o. Año
1.	Organización de la Producción Sr. Jacinto.	\$ 11'000.000.00	\$ 7'000.000.00
2.	Organización de la Producción talleres Art. Urbanos	27'000.000.00	- 0 -
3.	Comercialización	6'500.000.00	11'500.000.00
	<b>TOTALES:</b>	<b>\$ 44'000.000.00</b>	<b>\$18'500.000.00</b>





## PROGRAMA SAN JACINTO

### 1. ANTECEDENTES.

San Jacinto está ubicado en el centro del Departamento de Bolívar y aproximadamente a 4 horas de Cartagena.

La agricultura en primera instancia y la actividad artesanal, constituyen las principales fuentes generadoras de empleo.

En el casco urbano, existen en promedio 6.000 artesanos, distribuidos - esencialmente en 7 barrios, de los cuales Artesanías de Colombia tenía registrados en 1979, 3.500.

#### 1.1. Características de Producción.

La unidad familiar, es el taller casero, que se caracteriza porque sus - implementos y la escasa fuerza de trabajo que aportan otros miembros de la familia, está representada en el desempeño de actividades elementales y complementarias, que van desde la devanada de la hilaza, hasta el acabado de los flecos y el desmonte de la obra, del telar.

La casi totalidad del trabajo, en proporción a un 99%, lo realiza la mujer (madre de familia), quien es considerada como cabeza y punto de apoyo económico en el hogar. La participación de la mujer al trabajo, se inicia entre los 10 y 12 años de edad, cuando ya han abandonado la escuela de primaria. Su vinculación activa a la producción esta entre - los 18 y los 50 años.

La mujer que logra realizar algunos estudios de educación secundaria - y es soltera-, generalmente procura vincularse a una actividad no artesanal. Cuando no hay posibilidades en la región, emigra a las ciudades capitales -más próximas- en busca de mejores oportunidades.

Cada familia cuenta con un telar vertical, que es el principal elemento de trabajo. Es utilizado por la madre, y muy eventualmente por otros - miembros de la familia.

Cuando en una casa habitan 2 o más mujeres cabezas de familia, se en



cuenta un telar por cada una de ellas

El hombre no participa de la actividad artesanal. En ocasiones excepcionales, se le encuentra desempeñando esta labor. Generalmente tiene 2 o más familias con un promedio de 3 o 4 hijos; esta es la razón por la cual la mujer asume la responsabilidad económica en el hogar, pero siempre conservando el hombre su autoridad.

Por tradición, todas las artesanas dominan la técnica del tejido en telar; el magistral dominio y manejo de la actividad textil, encuentra en la producción de esta comunidad una amplia y variada gama de artículos que van desde las mochilas, hasta las hamacas de rayas, bordadas y con flecos en crochet -esta última de marcada influencia guajira- sin descuidar la importante producción de arbolitos de navidad.

La producción de telas finas -en hilo de algodón- hace pensar en artesanía indígena, precolombina, de Centroamérica y México, principalmente.

En tiempos recientes, a la producción artesanal tradicional de la región se suman algunos nuevos artículos que se están produciendo, gracias a la labor desarrollada por Artesanías de Colombia, en el campo del diseño, los resultados en este campo son ampliamente favorables, y los manteles y cubrelechos actualmente elaborados, han recibido gran aceptación en el mercado nacional y en el extranjero, como lo revelan las cantidades exportadas en los 2 años anteriores.

## 1.2. Comercialización.

La comercialización se realiza a través de intermediarios -de todo el país- que convergen a adquirir los productos, para posteriormente distribuirlos a todo lo largo y ancho del territorio nacional.

En la variante Cartagena-Montería y al borde de esta vía, se sitúan no menos de 100 pequeños y medianos almacenes de artículos artesanales, principalmente de la región atlántica; sin embargo, pueden encontrarse también artículos procedentes de otras regiones.

Adicionalmente existe el Centro de Acopio y Almacén de Materias Pri



mas de Artesanías de Colombia.

La construcción de esta central, se inició en el año de 1978, con una donación de \$300.000, otorgada por la Embajada de la República del-Canadá. En los 2 años anteriores, la Empresa ha invertido la suma de - \$1'000.000, para adelantar la construcción, próxima a terminarse, que dando pendiente la constitución de la apropiación presupuestal necesaria, para lo relacionado con dotación; no obstante esto, el Centro está funcionando desde el año de 1974 y ha sido sin lugar a dudas, un instru-mento hábil y eficaz, en lo relacionado con la comercialización de las artesanías regionales; fiel reflejo de ésto, con las cifras que se presen- tan a continuación y que dan constancia de la labor ejecutada. Para el año 1978 se adquirió la suma de \$638.233; en el año siguiente, el gua- rismo por este concepto alcanzó la cifra de \$833.666 y en el año 1980, fué de \$970.000 (1); de lo anterior se colige, un esfuerzo cada vez ma- yor, por parte de la Empresa para contribuir activamente en la comercia- lización.

El porcentaje de participación, de la Empresa, en la compra y comercia- lización, supera hoy en día, el 5% del total, y ha venido experimentan- do un crecimiento sostenido; para los años siguientes, la Empresa aspirará a incrementar ampliamente la participación actual.

Como herramienta colateral, a la labor comercializadora de la Empresa, se ha constituido un fondo rotatorio de \$500.000 que hace posible la compra, de contado, de los productos artesanales.

Sin embargo, las actividades del Centro de Acopio no se limitan a este - campo, sino que constituyen un punto a la labor integral de la Empresa, en las distintas áreas y programas que se vienen desarrollando.

### 1.3. Organización.

Hasta mediados de 1980 existió la Asociación de Artesanos de San Jacin- to, que reunía 3.500 artesanos. De ellos se encontraban en producción activa más o menos 1.800, que por problemas de carácter político entre sus líderes, por el mal manejo de los fondos de ahorro de la Asociación, y por la imposibilidad de coordinar y organizar este crecido número de -

(1) Fuente: Div. de Compras de Artesanías de Colombia.



artesanos, llegó a su disolución, con la expectativa de volver a reorganizarse de una manera estructurada y definitiva.

En 1980 con la asistencia de funcionarios de la Subgerencia de Fomento de Artesanías de Colombia, se realizaron 4 reuniones plenarias con la Asociación, en donde se trazaron y definieron pautas a seguir en cuanto a la organización del gremio.

Adicionalmente por esta misma época, se dictaron los siguientes cursos:

- Control de Calidad a 500 personas.

- Organización de la Producción, teniendo en cuenta las características de cada taller, dirigido a 800 artesanos.

- Organización Gremial ( formas asociativas) dirigido a 180 artesanos líderes y miembros de las Juntas Directivas por barrio.

- Costos, dirigido a 500 personas.



## 2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.

El actual problema de la comunidad artesanal de San Jacinto, debe analizarse a partir de las características -actuales- de producción, en primer término y de la comercialización, como resultante inmediata del punto anterior.

La producción de San Jacinto, enfrenta en términos generales 3 problemas que en su orden pueden presentarse así: estacionalidad de la producción, organización de la producción y aspectos técnicos de la misma.

### 2.1. Característica Estacionaria de la Producción:

La producción, reviste características estacionales, como quiera que de los 12 meses -posibles de producción- sólo el 75% del tiempo disponible se destina al trabajo artesanal. Las mujeres tejedoras, se dedican por lo menos 3 meses del año, a la recolección de las cosechas del algodón, millo y tabaco principalmente. Los bajos ingresos - que actualmente derivan de su trabajo artesanal- las impulsa a desplazarse a zonas de recolección donde procuran estabilizar la precaria economía del hogar, mediante la obtención de algunos ingresos adicionales.

### 2.2. Forma de Producción.

Las actuales formas de producción de las unidades familiares, aunque - presentan -en algún grado- División y especialización del trabajo, mirándolas internamente, en conjunto, es decir analizando la comunidad de San Jacinto -como un todo- no funcionan de igual manera.

El gran número de talleres familiares existentes, dedicados sin orden ni coordinación a la producción masiva y desordenada de productos artesanales, que en muchas ocasiones no responden a las necesidades ni solicitudes de los mercados nacionales y de exportación. Cada taller -es autosuficiente- en cuanto que transforma totalmente la materia prima - hasta la obtención del producto terminado.

De igual manera, cada unidad familiar acomete la producción de las lí



neas tradicionales de producción, sin reparar - como ya se mencionó - en las características de la demanda, e incluso -en ocasiones- estableciendo verdaderas guerras de precio que arrojan como resultado la venta de los artículos a valores que ni siquiera compensan el esfuerzo invertido en el proceso.

Adicionalmente, este " sistema" de producción acelera la caída de precios o al menos garantiza a los intermediarios la permanencia de los mismos a niveles muy bajos.

### 2.3. Aspectos Técnicos .

La tejeduría de San Jacinto se ha caracterizado por la utilización del telar vertical - el más rudimentario de los telares- que implica un tejido básicamente de urdimbre , y que constituye la etapa que demanda mayor tiempo en el proceso de producción .

De otra parte, en los tejidos llenos de colorido se presentaba el problema de que las tintas no ofrecían garantías de resistencia y durabilidad debido al proceso de tinturado utilizado por la comunidad . Artesanías de Colombia realizó un estudio para la posible instalación de una hilandería en la comunidad, pero encontró que no existía la infraestructura necesaria para el montaje . Con miras a solucionar este problema, la Empresa acometió el Programa de Suministro de Insumos que se viene llevando a cabo desde 1974 .

### 2.4. Comercialización .

La inexistencia de los canales de distribución apropiados -para ventas externas- por un lado, y la falta de información -por otra parte- sobre las expectativas y tendencias de los mercados foráneos han sumido a San Jacinto en una situación de marginalidad respecto a otras comunidades textiles de Centroamérica, México y Ecuador principalmente, sin mayores posibilidades de promoción de sus artículos, con conocimiento cierto y seguro de las condiciones imperantes .

La insistencia de producción masiva -en líneas tales como la divisoria, cuyo mercado presenta serias señas de saturación- hacen necesario re

plantear seria y objetivamente, las actuales líneas de producción y sus posibilidades de diversificación, partiendo siempre de la explotación - de la técnica de producción textil que es la verdaderamente tradicional .



### 3. FORMULACION DE LA PROPUESTA.

#### 3.1. Objetivos Generales.

Crear una oferta exportable de productos textiles tradicionales de San Jacinto, acorde con los requerimientos de los mercados foráneos.

Propiciar, controlar y coordinar la diversificación de la producción, hacia nuevas formas promocionables.

Adelantar conjuntamente con PROEXPO, una vigorosa política de promoción y ventas en el exterior.

#### 3.2. Objetivos específicos.

Organizar la producción artesanal en forma coherente y acorde con los requerimientos de la demanda.

Mejorar las condiciones socio-económicas de la comunidad artesanal de San Jacinto.

Aprovechar en forma óptima y racional la actual infraestructura de producción y la abundante y calificada mano de obra existente.

Contribuir a crear fuentes de ingresos, estables y permanentes para el oficio artesanal.

#### 3.3. Justificación.

En el sector artesanal colombiano, y en particular en la comunidad de San Jacinto, el desarrollo de la técnica textil, presenta un notable y variado conjunto de líneas de producción, partiendo de la utilización -intensiva- de la abundante y calificada mano de obra.

La implementación de grandes programas de producción, requieren un 'reacomodo' de los recursos existentes, y no una gran inversión, por -



cuanto la actual infraestructura de producción, se hace enteramente -aprovechable.

Los productos terminados, presentan un grado de integración nacional del 100%, como que la materia prima utilizada -algodón nacional- sin la incorporación de elementos adicionales de origen extranjero.

Las características de la demanda externa y las estadísticas recogidas sobre comportamiento de las exportaciones del -sector textil presentan para el año inmediatamente anterior, un incremento en pesos corrientes del 101.6%, valor este, que por si solo, habla de las posibilidades existentes para la colocación cada vez más vigorosa, de productos en los mercados internacionales, especialmente el Norteamericano, que marcha a la cabeza, en cuanto a importaciones efectuadas -ver cuadro No. 3 -.

El sector textil, aporta aproximadamente el 35% del empleo total generado por el sector artesanal, procurando una cifra no inferior a 1 440.000 ocupaciones.





## 4. PROGRAMAS

### 4.1. Organización de la Producción :

Se hace necesario buscar una forma adecuada de ordenar la producción, para lo cual se prevé el trabajo en la comunidad, partiendo de la realización de una investigación inicial, que permita completar y preparar la implementación de la propuesta de trabajo.

Para la puesta en marcha deben establecerse los siguientes mecanismos:

Organización de 7 Comités de Barrio, compuesto cada uno de 4 Subgrupos de Producción, integrados éstos por 25 unidades de Producción o Talleres Familiares, para un total de 28 Subgrupos o 700 Talleres Familiares.

Pueden identificarse 3 entes de trabajo:

Comité de Barrio :

Representa 100 unidades de producción, incorporadas en 4 subgrupos. Está integrado por los coordinadores de cada subgrupo y su labor está orientada principalmente a:

Garantizar el cumplimiento de las cuotas de producción fijadas al subgrupo.

Garantizar el conveniente y adecuado suministro de los insumos necesarios.

Coordinar lo relacionado con la comercialización de los artículos producidos.

Subgrupo de Producción :

Cada barrio se ha dividido en 4 Subgrupos, aglutina cada uno 25 Talleres Familiares y su labor está encaminada a buscar la especialización del trabajo a través de la producción del mismo artículo.

Fija las metas de producción de cada unidad familiar, los plazos de



entrega y las condiciones, así como también coordina lo relacionado con el suministro de insumos y la asesoría en diseño y producción, impartida por Artesanías de Colombia.

La Dirección del Subgrupo está a cargo de : 1 Coordinador, 1 Jefe de Producción, 1 Jefe de Suministros y 1 Auxiliar de Contabilidad, miembros de la comunidad y pertenecientes al Subgrupo correspondiente.

Cada Subgrupo de producción es una unidad de autogestión, autónoma e independiente sin que existan relaciones de tipo contractual con Artesanías de Colombia.

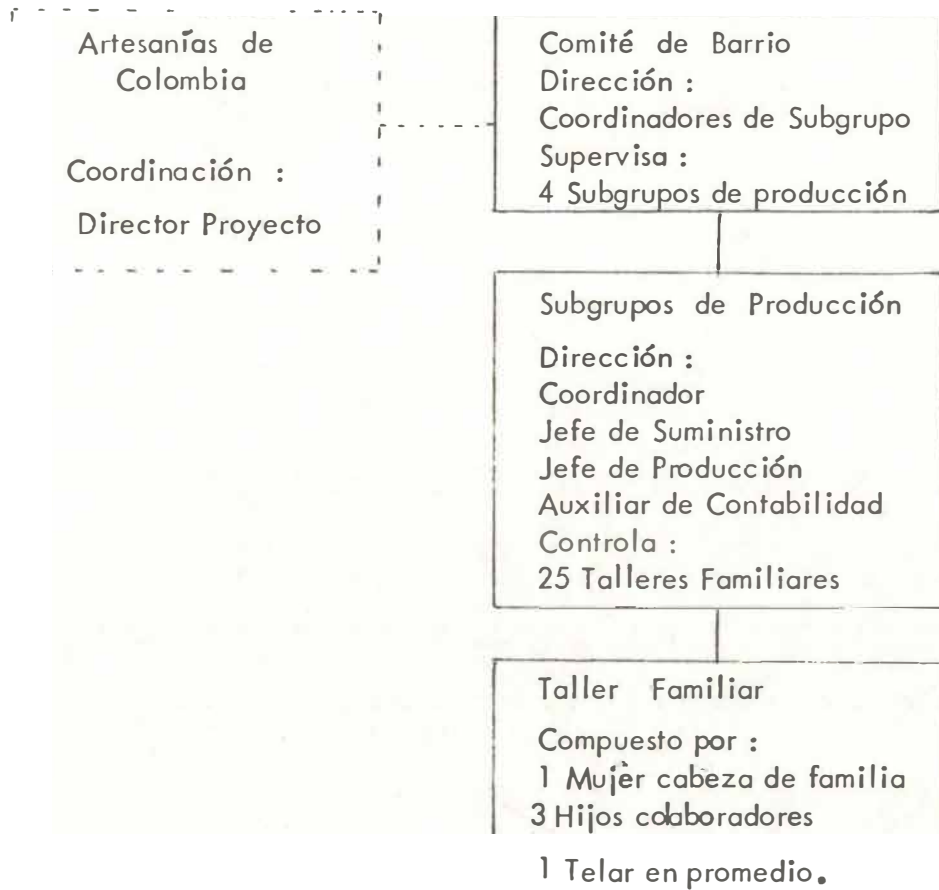
La gestión de la Empresa, está encaminada exclusivamente a la coordinación integral del programa, para el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Finalmente ~~aparece la unidad de producción,~~ o Taller Familiar, que se constituye en célula y base de la organización.

Las relaciones entre los Comités, los Subgrupos y los Talleres se esquematizan en el siguiente cuadro.



## ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACION



### 4.1.1. Metodología.

Para organizar comités y subgrupos de producción, se requiere adelantar los siguientes pasos o etapas :



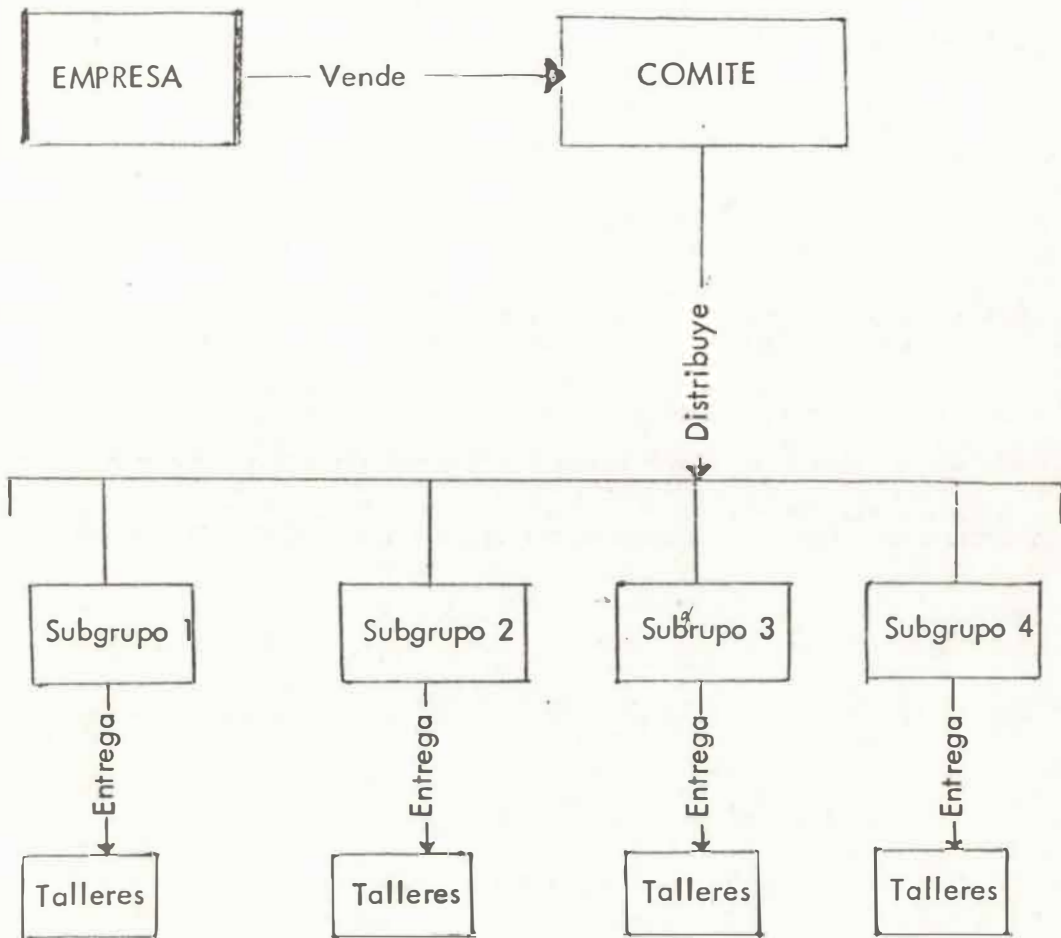
TEMA	RESPONSABLES	Duración y/o Frecuencia
1. Etapa : Motivación Individual		
Visitas a Talleres	Promotores de Organización (Artesanías de Colombia )	2 Semanas
Seminario de Inducción y Motivación	Promotores Organización. (Artesanías de Colombia )	1 Semana
2. Etapa : Constitución Comité y Subgrupos de Producción .	Promotores de Organización (Artesanías de Colombia )	1 Semana
3. Etapa : Organización de la Producción. Incluye : Fijación líneas de producción y metas.	Director Programa (Artesanías de Colombia) Jefe Producción Subgrupo	Mensual
Suministro Materia Prima	Director Programa (Artesanías de Colombia) Jefe Suministro de Insumos Subgrupo.	Mensual
Asesoría Integral en Diseño y Producción.	Asesor en Diseño (Artesanías de Colombia )	Permanente



#### 4.2. Suministro de Insumos.

De acuerdo con las metas de producción, la Empresa a través del Centro Artesanal de San Jacinto, suministrará Hilaza de Algodón.

El mecanismo de venta se sintetiza en el siguiente esquema :



#### 4.3. Asesoría en Diseño y Asistencia Técnica :

El programa contará con la asesoría permanente de un profesional del -



diseño y de un técnico en textiles, con miras a buscar la diversificación de la producción.

La relación entre el diseñador, el técnico y la unidad familiar es directa.

Artesanías de Colombia

Artesanías de Colombia

Taller Familiar

Diseñador

Instructor en Textiles

#### 4.4. Suministro Equipos y Herramientas.

Dadas las características actuales de producción - en San Jacinto - y con miras a incrementar los rendimientos de producción existentes, se acometerá un programa de suministro de máquinas de coser, telares y devanadores en las cantidades necesarias y en concordancia con la infraestructura de producción.

Para tal efecto, es indispensable la constitución de un Fondo Rotatorio - de suministro, de una cuantía que permita atender las necesidades existentes, y que deben cuantificarse, como resultado de la investigación preliminar que se piensa adelantar.

#### 4.5. Crédito.

Igualmente el programa de crédito -línea BID - debe implementarse, sin perjuicio de adelantar los contactos necesarios, orientados a la canalización de líneas de crédito de fomento, promovidas por PROEXPO.



## 5. ORGANIZACION Y PUESTA EN MARCHA

La trascendencia de este programa y la proyección que puede aportar la experiencia - no sólo desde el punto de vista de la comunidad de San Jacinto - sino a partir de su aplicabilidad a otros núcleos artesanales - del país, que presentan características similares de producción, hace - necesario la conformación del siguiente equipo de trabajo, que constituirá el personal del programa y que dependerá directamente de la Subgerencia de Fomento :

1 Director del Programa	4 <del>Analistas</del> de Organización
1 Asesor en Diseño	<del>Comunitaria.</del> j
1 Instructor en Textiles	1 Jefe de Bodega
1 Auxiliar de Bodega	1 Secretaria

Paralelamente a este equipo queda entendido que tanto el personal de Fomento como del área comercial de la Empresa, realizará desde Bogotá, las gestiones relacionadas con el programa; de lo anterior, se colige la causación de costos por concepto de coordinación.

Para su etapa de implementación y puesta en marcha, el proyecto se ha dividido en 8 períodos - 4 meses cada uno, mas una etapa preliminar - de investigación - , y con igual duración.

Durante cada período se organizan y se ponen a producir, 4 nuevos - Subgrupos, a excepción del período 8, en el que no se adicionan grupos "nuevos".

Durante este lapso - 3 primeros años - deben organizarse 31 subgrupos discriminados así:



Producto	No. Subgrupos
Hamacas Bordadas	10
Hamacas a Rayas	9
Divisorias y Arboles	7
Telares en Hilo Algodón	2
Confección a Prenda de Vestir	3
Total	31





## 6. PRODUCCION.

Para determinar las metas de producción mensuales –y por periodos– para cada subgrupo, así como para determinar el tipo de artículo a producir, se han tenido en cuenta los siguientes puntos:

Duración de un periodo:	4 meses
Tiempo de producción al mes:	20 días
Tiempo de producción al año:	8 meses
Número de subgrupos por comité:	4
Número de talleres por subgrupo:	25
Número de artesanos por unidad familiar:	4

Los rendimientos de producción y las tasas de consumo, por artículo, son los siguientes:

Artículo	Consumo Unitario Algodón – gramos	Producción – mes Unidad Familiar
Hamacas lisas	1.500	5 U.
Hamacas rayadas	1.500	4 U.
Divisorias	400	20 U.
Metro tejido de 1.40 de ancho	750	40 M.

### 6.1. Consumo y costo de materia prima.

A continuación se presenta una serie de cuadros que resumen el consumo de materia prima, el valor de esta y la producción, por artículos, para cada uno de los ocho periodos de operación del programa:



## 1. PROGRAMA TALLERES ARTESANALES URBANOS

### 1.1 Definición

Un Taller Artesanal Urbano, es una unidad de producción organizada con carácter asociativo, en la cual se trabaja sobre la base de técnicas tradicionales, orientadas a la elaboración de productos terminados con diseño contemporáneo.

Se utilizan técnicas tales como:

Confecciones, tejidos, bordados, talla en madera, cuero, hojalata, metales, aplicación en tela, tapicería en lana y algodón, migajón de pan, juguetería; sin perjuicio de incorporar otras diferentes a las ya mencionadas.

Esta nueva producción en ningún momento compite ni desaloja del mercado la artesanía tradicional.

### 1.2 Objetivos

El programa de los Talleres Artesanales Urbanos - T.A.U. - va dirigido a las comunidades de las zonas marginadas y deprimidas de los centros urbanos, así como de las ciudades intermedias; sus objetivos principales son:

Capacitación y adiestramiento en el manejo de las técnicas artesanales, de tal manera que puedan encontrar en la explotación de éstas, una fuente segura, estable y permanente de empleo.

Formación de comunidades de trabajo organizado, capaces de incrementar sus propios ingresos, como instrumento necesario para lograr mejores condiciones de vida.

Incorporación cada vez mayor de la mujer en la actividad económica y productiva.



### 1.3 Organización

Planta de Personal. Para poder desarrollar este programa, se cuenta con una División de Talleres Artesanales Urbanos, dependiente directamente de la Subgerencia de Fomento y conformada por el siguiente personal:

Cargos	Personas
Jefe	1
Coordinadora	1
Promotora	1
Instructor de Madera	1
Instructor de cuero y metales	1
Instructor de bordados y confección	1
Instructor de Textiles	1
Instructor de tejidos	1
Diseñadora	1
Secretaria	1
Total:	10

Es importante anotar que esta División no funciona aisladamente sino que es parte integrante de un todo, donde se conjugan las herramientas y los recursos con que se cuenta, ordenados hacia la realización de un trabajo en equipo, con un objetivo común: El Artesano.

Por esto la División de Talleres Artesanales Urbanos trabaja en estrecha relación con todas las Dependencias de la Empresa, tanto en el área comercial como en el área de Fomento.

## 2. ANTECEDENTES

El programa se inició en el mes de Septiembre de 1.973, con la creación de 18 Talleres en la ciudad de Bogotá, los cuales fueron orientados a las siguientes técnicas: bordados a máquina, confecciones, cuero, hojalata, muñequería, tapices y talla en madera.

Cada uno de éstos, fué conformado por 32 personas y se localizaron en los siguientes barrios:



Nombre	Técnica
Bravo Páez	Velas decorativas
Quiroga	Velas decorativas
Cabaña	Muñequería
Santa Bibiana	Muñequería
La Candelaria	Muñequería
Gaitán	Muñequería
Pardo Rubio	Cuero
El Encanto	Cuero
Las Ferias	Confecciones
El Centro	Confecciones
Perseverancia	Hojalata
Primavera	Hojalata
Cerros del Norte	Hojalata
Santa Rosa	Tapices
La Amistad	Tapices
San Crsitóbal Vitelma	Bordados a máquina
Bosque Calderón	Fique

Entre 1.974 y 1.977 se organizaron en Bogotá, los siguientes Talleres:

Venecia	Madera
Bello Horizonte	Madera
Antigua Fábrica de Loza La Talla	Madera
Camino Alto	Tapices
La Unión	Tapices
El Progreso	Aplicación en tela
El Rocío	Confecciones y aplicación
Trinidad	- Estampados
Manos Juveniles	Aplicación en tela - Tapices

Los Talleres Artesanales Urbanos de fuera de Bogotá, se organizaron, a sí:

Año de 1.977

Buen Hogar (Dosquebradas Ris.)	Confecciones
--------------------------------	--------------



La Isla (Pereira)

Confecciones

Año de 1.978

Ñapanga (Popayán)  
Carguero (Popayán)  
Boquilla (Cartagena)

Muñequería  
Muñequería  
Enchapes en coco

Año de 1.979

Conquistadores (Cali)  
San Luis (Cali)  
Barniz de Pasto (pasto)  
Barniz Obrero (Pasto)  
Los Tamiceros  
Madera (Pasto)

Tapices  
Migajón de pan  
Barniz de Pasto  
Barniz de Pasto  
Barniz de Pasto  
Madera Tallada

Año de 1.980

Las Lomas (Medellín)  
San Lucas (Medellín)  
Las Antioqueñas (Medellín)

Mimbre  
Bordados y confecciones  
Bordados

En los últimos tres años, se iniciaron en Bogotá labores con los siguientes Talleres Artesanales Urbanos:

La Libertad  
La Zorra  
La Muñeca  
El Rincón  
El Padrino  
San Cristóbal  
Servitá  
La Lata  
El Encaje  
La Rueca  
La Oveja  
El Tapete

Cuero  
Muñequería en migajón  
Muñequería en lana y crochet  
Muñequería en lana y crochet  
Confecciones  
Confecciones  
Talla en madera  
Hojalata  
Crochet  
Tapices  
Tejidos en lana  
Tejidos en telar



## COMPRAS

A través del programa de compras y comercialización, se ha venido desarrollando una labor de promoción y divulgación - de la producción de los talleres artesanales - muy eficaz. Fiel reflejo de esto son las siguientes cifras, correspondientes a los últimos 3 años de operación:

Año	Compras Totales Realizadas	Compras realizadas a T.A. U.	
1.978	16.025.000	2.058.790	13.85
1.979	22.380.000	4.979.954	22.26
1.980	31.511.012	4.719.900	15.5

Adicionalmente, si se tiene en cuenta el hecho de que Artesanías de Colombia comercializa un promedio de 35% de la producción total de los Talleres Artesanales Urbanos, que se observa, las ventas totales netas de estos en el presente año podrían ascender a la suma de Quince Millones de pesos, aproximadamente.

Finalmente, la situación actual del programa puede resumirse en el siguiente cuadro:



T' A. U.	UBICACION	No. SOCIOS	TECNICAS
Santa Rosa	Bogotá	40	Aplicación en Telas de Algodón
La Amistad	Bogotá	39	
La Unión	Bogotá	42	
Manos Juveniles	Bogotá	10	
Servitá	Bogotá	4	Medera
La Talla	Bogotá	2	
Bello Horizonte	Bogotá	3	
Grupo en período de Aprendizaje	Bogotá	12	
El Rocío	Bogotá	10	Confecciones con bordados aplicaciones y estampados
El Padrino	Bogotá	8	
El Gaitán	Bogotá	7	
Las Ferias	Bogotá	8	
San Cristóbal	Bogotá	4	
Trinidad	Bogotá	6	
La Isla	Pereira	20	
Buen Hogar	Risaralda	10	
San Lucas	Medellín	9	
El Encaje	Bogotá	3	
Las Antioqueñas	Medellín	20	
El Encanto	Bogotá	4	Cuero
San Benito	Bogotá	7	
La Zorra	Bogotá	8	Migajón de pan



Camino Alto	Bogotá	17	
La Rueca	Bogotá	12	
La Oveja	Bogotá	38	
El Rincon	Bogotá	6	
La Cabaña	Bogotá	35	Tejidos en lana
Santa Helenita	Bogotá	2	
La Muñeca	Bogotá	16	
Bosque Calderón *	Bogotá	12	
La Lata	Bogotá	2	Hojalata y cobre
La Ñapanga	Popayán	10	Muñequería en trapo

**TOTAL: 32 TALLERES ARTESANALES URBANOS 426 ARTESANOS**





### 3. FORMULACION DE LA PROPUESTA

#### 3.1 Objetivos Generales

Crear una oferta exportable de productos textiles de los Talleres Artesanales Urbanos, acorde con los requerimientos de los mercados foráneos.

Propiciar, controlar y coordinar la diversificación de la producción, hacia nuevas formas promocionales.

Adelantar conjuntamente con Proexpo una vigorosa política de promoción y ventas en el exterior.

#### 3.2 Objetivos Específicos

Fortalecer los Diez (10) Talleres Artesanales Urbanos dedicados a la producción textil y que se encuentran ubicados en Bogotá 8 y en Pereira 2

Generar en el segundo año de operación del proyecto 100 nuevos empleos directos y 300 indirectos, mediante la organización, montaje y puesta en marcha de cinco (5) Talleres Artesanales Urbanos en las mismas ciudades.

#### 3.3 Justificación

La mejor justificación de la bondad del programa y de la necesidad de continuarlo, son las cifras que se presentan y que recogen 7 años de arduo y continuo trabajo, al servicio de la población marginada del país.

Número de personas capacitadas	9.690
Número de empleos directos generados	3.230
Número de empleos indirectos generados	6.460
Número de Talleres creados	59



#### 4. COBERTURA DEL PROGRAMA

Primer año			
No. T.A.U.	UBICACION	TECNICA	No. ARTE SANOS
3	Bogotá	Aplicación en tela	120
3	Bogotá	Confecciones	46
2	Bogotá	Tejidos Telar	30
2	Pereira	Confecciones	30

Segundo año			
1	Bogotá	Aplicación en tela	20
1	Bogotá	Confección	20
1	Bogotá	Tejidos telar	20
2	Pereira	Confección	40

Primer año	
Número de personas capacitadas actualmente	678
Número de empleos directos actuales	226
Número de empleos indirectos actuales	452

Segundo año	
Número de personas capacitadas	300
Número de empleos directos	100
Número de empleos indirectos	200

#### COBERTURA TOTAL AL FINALIZAR EL PROGRAMA

Personal capacitado	978
Empleos directos	326
Empleos indirectos	652



## 5. PRODUCCION MENSUAL

La producción mensual de los Talleres Artesanales Urbanos de Textiles está consignada en los cuadros Nos. 1 y 2 que aparecen posteriormente. Se tuvieron en cuenta las siguientes variables:

1. Tiempo de producción mensual : 20 días.
2. Número de Talleres 11, distribuidos así :
  - Talleres de aplicación en tela situados en Bogotá :
    - Santa Rosa con 30 artesanas
    - La Unión con 40 artesanas
    - La Amistad con 50 artesanas.
  - Talleres de tejidos en telar situados en Bogotá :
    - Camino Alto con 20 artesanas
    - La Rueca con 10 artesanas.
  - Talleres de confección aplicada situados en Bogotá :
    - Las Ferias con 15 artesanas
    - Rocío Alto con 20 artesanas
  - Talleres de confección bordada situados en Pereira
    - La Isla con 20 artesanas
    - Buen Hogar con 10 artesanas.
3. En el año 2, se agregan 4 Talleres Artesanales Urbanos, así :
  - Uno de aplicación en tela situado en Bogotá
  - Uno de tejido en telar situado en Bogotá
  - Uno de confección aplicada situado en Bogotá
  - Dos de confección bordada situados en Pereira.

Para efectos de la programación de la producción, se han tomado períodos de 4 meses, es decir, 3 períodos por año. El estudio abarca 2 años, por lo tanto, se analizarán 6 períodos. La producción se incrementará en 5 % en cada período.



## COMERCIALIZACION

### 1. ANTECEDENTES .

La línea " textil" abarca una amplia y extensa gama de productos de to  
do tipo y para todos los usos.

En el sector artesanal colombiano el desarrollo de esta técnica presenta una notable diversificación de líneas; la fabricación artesanal se carac  
teriza por la amplia mano de obra, con técnica y equipo artesanal; al l  
lado de grandes empresas con modernos procesos que hacen uso extensi vo  
del capital.

El proceso en su totalidad viene elaborado en base a materias primas -  
" lana y algodón nacional" y su fabricación no involucra la utilización  
de ningún elemento importado.

Dentro del análisis de la problemática actual de la línea textil de pro du  
cción artesanal, debe considerarse este sector como prioritario dada la  
la importancia de su normal desarrollo como fuente de generación de -  
empleo y de divisas para el país.

Este sector se encuentra esparcido a lo largo y ancho del país y de los 4  
millones de personas que conforman el sector artesanal en Colombia,  
aproximadamente el 35% están dedicados a esta actividad.

Demanda Externa:

Las ventas de artesanía textil al exterior, analizando el período 1976 -  
1980, se discriminan de la siguiente manera:

Divisorias de algodón y de lana	21.3%
Paisajes de algodón	17.5%
Pañolones	13.0%
Hamacas	12.3%
Tapices	11.1%
Otros	24.8%

La línea otros está constituida por una gran diversidad de productos den en



tro de los cuales se encuentran prendas de vestir, mantas, tapetes, cojines, manteles, etc.

El mercado externo para la artesanía textil se caracteriza por una marcada inestabilidad, producto de una inadecuada oferta exportable que permita atender el mercado mayorista.

Prueba de lo anterior, lo constituye el hecho de que las ventas al exterior de estos productos están dirigidas en un alto porcentaje (90%) a pequeñas tiendas o boutiques. (Ver cuadro)

El sector textil ha visto su desarrollo enfrentado a problemas de índole tecnológica, comercial, asistencia técnica, crédito y otra serie de factores restrictivos, pese a lo cual no ha decaído si se tiene en cuenta su contribución en el marco global de las exportaciones de Artesanías, donde ocupa un destacado lugar.

#### EXPORTACIONES DEL SECTOR TEXTIL

Período 1976-1980

Miles de US\$

Año	Artesanías de Col.	Otros Export. 1/	Porcentaje
1976	121	8.000	1.5%
1977	86	11.000	
1978	69	16.000	
1979	62	18.000	
1980	125		

De las cifras sobre exportación de artesanías que sin incluir el sector cuero, ha suministrado PROEXPO, se hace un estimativo de lo que corresponde al sector textil, tomando como base las exportaciones de Artesanías de Colombia, aclarando que en el sector textil no todo es producción artesanal.



# ARTESANIAS DE COLOMBIA

VALOR DE SUS EXPORTACIONES PERIODO 1976 - 1980 1/

U.S \$ ( Miles )

Año	Divisorias		Paisajes		Pañolones		Hamacas		Tapices		Otros		Sector Total Por Año
	Valor U. S. F.O.F.	Indice 2/ Aumento %	Valor U. S. F.O.B	Indice 2/ Aumento %	Valor U.S. F.O.B.	Indice 2/ Aumento %	Valor U.S. F.O.B	Indice 2/ Aumento %	Valor U.S. F.O.B	Indice 2/ Aumento %	Valor U. S. F.O.B.	Indice 2/ Aumento %	
1976 3/	23	100	11	100	16	100	15	100	13	100	43	100	121
1977	18	78.3	12	109.1	13	81.2	11	73.3	12	92.3	21	48.8	86
1978	15	65.2	10	90.9	10	62.5	13	86.7	7	53.8	14	32.5	69
1979	17	73.9	12	109.1	9	56.3	7	46.6	7	53.8	10	23.2	62
1980	24	104.3	39	354.5	17	106.3	11	73.3	14	107.7	20	46.5	125
Total por producto:	97	-0-	84	-0-	65	-0-	57	-0-	53	-0-	10.8	-0-	584

Fuente: Exportaciones Artesanías de Colombia.  
Aumento porcentual respecto al año inicial.  
Año base o inicial



## INGRESOS ESTIMATIVOS DEL PROYECTO

	Primer Año	Segundo Año
Ventas a través de participación en Ferias.	\$ 10'000.000.00	\$ 20'000.000.00
Ventas a través de Representantes de Ventas	5'000.000.00	10'000.000.00
Ventas Directas	10'000.000.00	30'000.000.00
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>\$ 25'000.000.00</b>	<b>\$ 60'000.000.00</b>
Menos Costo de Ventas	18'700.000.00	45'000.000.00
Menos Gastos de Promoción	6'502.000.00	11'498.000.00
Utilidad o Pérdida	( 202.000.00)	3'502.000.00



EXPORTACIONES POR PAISES DE DESTINO  
Cant. en Miles U.S.\$

País	1976	1977	1978	1979
Est. Unidos	4.526	7.336	12.080	11.980
Alemania	830	780	950	1.020
España	280	390	730	1.350
Francia	970	750	420	395
Italia	790	930	810	987
Argentina	8	15	8	18
Venezuela	110	250	530	975
Otros	486	549	472	1.275
Total	8.000	11.000	16.000	18.000

Estados Unidos representa el más importante mercado para el sector. Las exportaciones a los Estados Unidos significan el 67% de las ventas externas de artesanía textil.

El mercado más importante de Europa es el de Alemania y logra mayores avances en España e Italia.

En Suramérica se destaca el mercado de artesanía textil con Venezuela y últimamente con Uruguay y Argentina.





## 2. PROMOCION.

Todas las actividades comprendidas en los aspectos anteriormente tratados tienen como finalidad la planificación y desarrollo del producto para lograr una producción artesanal organizada que permita reducir los costos de producción, controlar la calidad, satisfacer la demanda y diversificar la producción de acuerdo con los cambios y preferencias del mercado.

Una vez solucionado el problema anterior deberá estructurarse un programa de comercialización que garantice la colocación de la oferta exportable en el mercado externo.

Para el desarrollo de dicha programa sometemos a consideración los siguientes medios:

- Reorganización del Departamento de Exportación de Artesanías de Colombia.
- Contratación de representantes de ventas en el exterior.
- Participación en ferias internacionales.
- Otros medios de promoción.

Analizando separadamente cada uno de los aspectos tenemos que:

1. Reorganización del Departamento de Exportaciones de Artesanías de Colombia. Actualmente este Departamento es atendido por el jefe de la División de Ventas, quien además tiene a su cargo la Dirección del mercado nacional que cuenta con ocho puntos de venta distribuidos en el país.

Lo anterior implica el nombramiento de un Jefe de Exportaciones con dedicación exclusiva al mercado internacional.

2. Contratación de Representantes de Ventas en el Exterior. Si se cuenta con un adecuado servicio en la recopilación, comunicación e interpretación de la información del mercado, es más probable que se produzcan predicciones precisas en relación con las actividades de ven



tas y compras .

El reconocimiento de la importancia de la información del mercado y su interpretación para tomar decisiones comerciales hace necesario el empleo de una agencia especializada para suplementar los esfuerzos de la entidad comercializadora .

Dicha agencia tendrá como funciones:

Investigación del mercado: recopilación y comunicación sobre el mercado externo que incluye elementos tan diversos como -  
ubicación de los compradores; planes comerciales de estos compradores; informes análisis y predicciones de las condiciones -  
comerciales que puedan determinar el producto que será ordenado; gustos y preferencias del consumidor etc.

Manejo de muestras .

Colocación de pedidos .

Participación en Ferias Internacionales

Asistencia técnica a los clientes .

Ubicación:

- a. Europa .  
Sede : Alemania  
Zonas de influencia: Alemania, Italia, Francia y España .
- b. Estados Unidos .  
Sede New York, Miami .
3. Participación en Ferias Internacionales . A través de los representantes de ventas, presentar una muestra previamente seleccionada en las Ferias de:
  - a. Frankfurt -Alemania Occidental
  - b. Internacional de Milán
  - c. Internacional de Regalos - New York
  - d. Ferias de las Américas  
Show del Hogar



#### Requisitos:

Tener un amplio conocimiento de los gustos y preferencias del mercado para asegurar el éxito en la participación.

Disponer de un stock suficiente de los productos presentados en la Feria para dar cumplimiento a los pedidos de exportación en un término no mayor a 15 días.

Disponer de catálogos y material informativo que apoyen la labor de ventas y contribuya a hacer un seguimiento del mercado.

#### 4. Otros medios de promoción.

Recopilada e interpretada la información del mercado que se obtiene a través de los Representantes de Ventas, para el desarrollo de nuevos productos que llenen las exigencias del consumidor, contratar los servicios de asesoría por parte de un diseñador europeo y otro norteamericano que visiten a Artesanías de Colombia una vez al año por el término de 8 días.

Realizar 3 ediciones del catálogo actual de textiles de Artesanías de Colombia en las que se incluyan los nuevos productos de esta línea que se presenten al mercado externo.

Fecha de iniciación del proyecto: segundo año de operación de los programas de organización de la producción de San Jacinto y Talleres Artesanales Urbanos.

#### Costos Estimados del Proyecto:

##### PROGRAMA I .-

	Primer Año	Segundo Año
Reorganización del Dpto. de Exportaciones	\$672.000.00	\$935.000.00



Servicios Personales	\$420.000.00	\$567.000.00
Transferencias	252.000.00	368.000.00

#### PROGRAMA II.-

Contratación de Representantes de Ventas en el Exterior.	4'400.000.00	8'730.000.00
Honorarios	1'300.000.00	165.000.00
Comisiones	2'600.000.00	6'240.000.00
Viáticos	300.000.00	504.000.00
Transportes	200.000.00	336.000.00

#### PROGRAMA III.-

Participación Ferias Internacionales.	520.000.00	728.000.00
Alquiler	200.000.00	280.000.00
Transporte de Muestras	50.000.00	70.000.00
Folletos	30.000.00	42.000.00
Expositores	200.000.00	280.000.00
Otros	40.000.00	56.000.00

#### PROGRAMA IV.-

Otros medios de Promoción.	910.000.00	1'105.000.00
Honorarios	520.000.00	720.000.00
Viáticos	90.000.00	125.000.00
Transporte	100.000.00	140.000.00
Catálogos	200.000.00	120.000.00

TOTAL: I, II, III y IV                    \$ 6'502.000.00    \$ 11'498.000.00