

ARTESANIAS DE COLOMBIA S. A.

NUMERAL :

ASUNTO : Informe de Artesanías de Colombia para el  
Fondo de Promoción de Exportaciones.

FECHA : 1971.

INFORME DE ARTESANIAS DE COLOMBIA PARA EL FONDO  
DE PROMOCION DE EXPORTACIONES

- A. La producción artesanal
- B. Clase de artesanías:
  - B. a. Características
  - B. b. Mano de obra
  - B. c. Materias primas
  - B. d. Herramientas
  - B. e. Tecnología
- C. Muestra típica de algunos artesanos (cuadro)
- D. La recolección del producto artesanal para el mercadeo
  - D. a. Adquisición
  - D. b. Sistema de compra a los artesanos
  - D. c. Transporte de mercancías
  - D. d. Stock y mantenimiento de mercancías en Bodegas  
de Artesanías de Colombia
- E. Demanda exterior y turística local, de productos  
artesanales.
- F. Potencialidad de la exportación de artesanías
- G. Problemas para el aumento de la exportación
- H. Medios para mejorar las exportaciones
  - H. a. La organización artesanal
  - H. b. Fomento de la producción
  - H. c. Capital para el mercadeo

H. d. Promoción en los mercados exteriores

H. e. Estímulos económicos

H. f. Simplificación de trámites administrativos

H. g. Acuerdos de comercio internacional

\*\*\*\*\*

## A. LA PRODUCCION ARTESANAL.

La palabra artesanía está asociada a un tipo de producción manual basada en el ingenio de las gentes y su creatividad artística. El término incluye connotaciones referentes a lo primitivo, lo típico y lo folclórico.

De otra parte, podemos ver las diferentes formas como está enfocado el fenómeno de lo artesanal por quienes están incluidos en él, o indirectamente lo afectan.

Para quienes promueven la artesanía, es precisamente lo típico, lo folclórico, lo primitivo. Una forma de ayuda fácil al desarrollo socio-económico a los grupos populares.

Para quienes mercadean el producto, es un artículo atractivo en los grandes centros de consumo, donde la producción industrial no ofrece similares, buena mercancía de alta rentabilidad, dado los bajos costos ofrecidos por el productor, quien no tiene contactos directos de mercadeo a nivel de las grandes zonas de consumo nacional o internacional.

Para quienes producen la artesanía (en la forma más estricta de usar el término), ésta es una producción que deja un ingreso adicional al real ingreso familiar, generalmente dado por una actividad principal. Para otros, la producción artesanal es la racionalización y organización de una producción con alto porcentaje de mano de obra, producción modal con motivos " típicos colombianos". Para quienes estudian el fenómeno artesanal es la más amplia, diversa y dispersa idea de lo que incluye el término: en la generalidad de las estadísticas en donde se habla de lo

artesanal, tenemos criterios que categorizan este tipo de producción como una variación de la producción industrial.

Nota: "Se entiende por artesanía aquella empresa individual con menos de cinco trabajadoras, en donde no existe una división acentuada del trabajo y cuya función es producir un artículo bien artístico o técnico o prestar un servicio especial." BASES DE UN PROGRAMA DE DESARROLLO DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA INDUSTRIA. - ACOPI-1970.

Todos los planteamientos que hacen referencia a la producción artesanal contemplan aspectos diferentes y aislados del fenómeno: motivo, producción, mercadeo, técnica, origen y solamente la interrelación de todos estos aspectos nos empieza a dar una clara idea del fenómeno. La palabra "artesanías" tiene varios usos y significados de acuerdo a los distintos contextos económicos e históricos en los cuales se la utiliza. En Europa se denota como un tipo de producción pre-industrial, que aún subsiste, asociada a organizaciones gremiales de productores. En nuestro medio, una definición de artesanía debe incluir criterios de tradición cultural (para los aspectos de tema, materia prima, técnica y sus interrelaciones) y criterios socio-económicos sobre la propiedad de los medios de producción. Departamento de Investigaciones, Artesanías de Colombia- Información Exposición III Concurso Nacional.

Con respecto al consumidor, es, tal vez el tópico que más debe interesarnos, para dar una definición clara y operacional de lo que es artesanía.

El producto es artesanal tanto en cuanto es considerado por el consumidor

final como tal. Así, el fenómeno artesanal es netamente el mercadeo. El producto, respuesta a necesidades materiales de comunidades que constituyen una variación de la cultura nacional, es artesanía solamente cuando sale a un mercado extraño, para el cual en principio fue creado, entonces el atractivo que representa viene a ser por una parte, el hecho de que la producción industrial no puede ofrecer un objeto o artículo con las características específicas de un tipo de producción con tradición cultural particular y por otra, el que la unicidad de un producto no seriado, dentro de un mercado de consumo saturado de productos industriales, lo hace atractivo, aún a costos superiores a objetos similares de producción industrial. La representatividad (asociación del producto a una tradición cultural específica, a una región o a un país) es la determinante más importante de la artesanía al consumidor. Es decir, que el atractivo que representa el producto artesanal, está dado por el grado de información que lo acompaña. Lo anterior podría aclararse en un cuadro que categoriza lo ampliamente denominado artesanal.

\*\*\*\*\*

**B. CLASES DE ARTESANIAS.**

- a. Características
- b. Mano de Obra
- c. Materias Primas
- d. Herramientas
- e. Tecnología.

**B. a. Características.**

**CAMPOS DE LA ARTESANIA**

**RURAL**

Artesanía Campesina

Artesanía Indígena

Arte Popular

Manualidades

**URBANA**

Producción Pre-artística, Artística

Artesanía Industrial

Pre-industria

Artesanías de Servicio

Manualidades

Artes Popular

Artesanía Culta.

Empezaremos a analizar brevemente los aspectos que consideramos confusiones en el uso del término " artesanía. "

## ARTESANIA URBANA

Producción Pre-artística. Constituye una exploración individual en la creatividad artística por personas de escasos conocimientos en este campo, generalmente confundida con la producción artesanal. Lo que mal podríamos llamar una "mala obra de arte" (cuadro de escenas típicas, "retablos" algunos pirograbados, óleos sobre platos de porcelana, productos de la artesanía tradicional, "decorados", etc.), resultado de un desconocimiento de las técnicas de la plástica y una mala fortuna en la escogencia del tema, o bien una mala interpretación de la "Promoción Artesanal". Se caracteriza por una mínima cantidad de artículos por productor, y gran cantidad de productores, resultado de la antedicha "Promoción Artesanal". Tiene un escaso mercado entre grupos cerrados de "amigos" y en las pocas experiencias de este producto en el mercado de consumo ha tenido una corta vida. Podríamos considerarlos como una forma de ocio.

Bajo el paraguas de la artesanía se está efectuando el tráfico- que debe considerarse, o que es considerado ilegal- piezas arqueológicas. La mayor parte salen del país, y ni siquiera es posible obtener referencias o fotografías. Sus traficantes, algunas veces bajo el amparo de instituciones, proveen almacenes en lugares céntricos de las capitales del país. Ya que no ha sido posible detener la venta de estos artículos, sería de pensar que a través de contactos comerciales con los intermediarios, alguna institución nacional los fuera acaparando para evitar una pérdida total, y en algunos casos, conservar al menos la información pertinente. El campo de las reproducciones debe ser uno, en el cual se solicita la colabora-

ción del Museo del Oro y del Instituto Colombiano de Antropología, ya que presenta un interesante mercado que podría enfocarse como un mensaje auténtico de nuestra cultura precolombina.

### LA ARTESANIA INDUSTRIAL.

Como resultado de la "Promoción Artesanal" ha surgido este nuevo tipo de producción de "típicos". Se caracteriza por la organización para la producción que incluye todos los factores modernos de la industria: Maquinaria especializada, troqueles, plantillas, moldes que están dirigiendo la producción hacia la modalidad de "serie" (repetición sistemática de un prototipo o " cabeza de serie"). Tal vez, el elemento determinante para que se la llame "artesanía" es el motivo. "Lo típico" está dando en la mayoría de los casos por la relación que existe con lo precolombino. En este campo tenemos toda la gama de "tunjos precolombinos" en lata, latón, cobre importador, cuero, madera, papel, triplex, estampados, impresos, plásticos, cuerno, etc. Dando como resultado, un producto que viene a ser una mala copia del arte precolombino por la falta de asistencia técnica de parte de conocedores y especialistas en este campo. Es una modalidad de engaño al consumidor, una imagen deformada de nuestra tradición cultural, una explotación de los motivos "típicos" en un clima de "Promoción Artesanal". Además, encontramos dentro de la artesanía industrial, la producción masiva de artículos que por su exclusividad una vez fueron objetos privativos de una clase social con alta capacidad de compra (producción industrial de joyería), o productos tradicionales "adaptados" a una producción seriada ( la ruana industrial).

## PRE- INDUSTRIA

Se ha querido llamar artesanía a un tipo de producción en etapa de desarrollo hacia la industria, caracterizada por una gran cantidad de mano de obra como resultado de la no existencia de maquinaria y equipos especializados (falta de financiación o capital de trabajo). Lo que en otros términos es llamada pequeña industria y que solamente tiene diferencias cuantitativas con la producción propiamente dicha.

## ARTESANIAS DE SERVICIO.

Es una producción de servicio que ha dado en llamarse artesanías. Nota: BASES PARA UN PROGRAMA DE DESARROLLO DE LA PEQUEÑA Y MEDIA INDUSTRIA. - ACOPI- 1970. (Reparación de electrodomésticos, industria de la construcción, remontadoras, montallantas, plomería, albañilería, modistería, sastrería, etc.). Es claramente un fenómeno interesante que podría organizarse y racionalizarse, creando una importante fuente de empleo a través de la capacitación y una representación operacional de estos gremios.

## MANUALIDADES.

Lo que hasta hace unos años normalmente denominábamos "obras manuales", han tomado una raíz de artesanía. Se trata de la hechura de objetos fundamentalmente a mano, utilizando materias primas baratas, generalmente desperdicios, contécnicas simplistas enseñadas por instituciones a nivel urbano (colegios, comunidades religiosas y últimamente como resultado otra vez de la "Promoción Artesanal" en "academias de artesanías") Las técnicas de hechura de estos productos, se han convertido en técnicas

de producción con miras a un mercado que generalmente es ficticio. Esta es una forma de engaño a los " futuros artesanos". Esta producción casera está comprendida por manualidades tejidas (crochet, tejidos de punto tejidos de aguja, frivolidad, manteles, dechados, punto de cruz, cadenetá, etc. , sorpresas para fiestas infantiles, tapeticos, paper maché, pirograbados, repujados, tallitas en madera, baulitos, cofrecitos y flores artificiales.

Este fenómeno ha trasendido a las comodidades campesinas, y desgraciadamente a algunas con una verdadera y valiosa tradición artesanal. Fenómeno propiciado por las llamadas "mejoras de hogar" quienes en su afán de proporcionar un desarrollo de bienestar a estas comunidades, han llevado una serie de productos de nuestra civilización para que sean utilizados en la mejora de su hogar (tapetes, cortinas, floreros, individuales, manteles, etc.) que ocasiona expectativas de un mercado que no existe, que es modal o que no da ninguna rentabilidad. Esto es claro, dado el uso de técnicas universales en su producción, que es en muchos casos- específicamente en los que tienen mercado- es industrializada: tejidos en lana, encajes y textiles.

### EL ARTE POPULAR.

Uno de los campos que pueden relacionarse con la artesanía, pero que merece y justifica un tratamiento especial, es el Arte Popular. Manifestación individual, pero de personas de niveles socio-económicos que los distinguen marcadamente de los artistas. El arte popular se diferencia de la artesanía, por cuanto su carácter comunitario no está dado por

el número de personas que participan de su producción, sino por el número que comparten su significado y para las cuales, es expresión de su mundo. Si se quiere, ayudar a una imagen de Colombia en el exterior, este campo del arte popular será un excelente camino. Para mercadearlo, deben tener una propaganda cuyo papel principal sea la información, (recopilada, elaborada y difundida por expertos conocedores del fenómeno). En este campo tenemos una buena parte de la producción de los mal llamados " Artículos de la Selva". Productos de comunidades tribales con significados específicos de una cultura viva, objetos rituales, símbolos de poder político o religioso, caracterizados por una sofisticada elaboración rica en simbolismos. Así, tenemos pinturas (telas de tururí), bastones de mano, vestidos ceremoniales, joyas, collares y objetos musicales. Estos productos han sido mercadeados generalmente a bajísimos costos, creando una demanda inabarcable. Algunos mecanismos de adquisición han llegado a deformar las técnicas de producción y al mismo tiempo el producto en sí, acabando o afectando no solo los valores culturales de donde provienen, sino el mercado mismo. Hay una baja producción ( en términos de como se ha enfocado el mercadeo artesanal) que es propia de las características específicas que le dan el verdadero atractivo al producto. Tienen una gran demanda que debe manejarse con claros criterios de "Arte Popular" y conocimiento exacto de la producción.

#### ARTESANIA CULTA.

Es un tipo de producción cualitativamente diferente a la producción in-

dustrial. La hemos denominado "cultura" dado al nivel de conocimientos formales de los cánones estéticos comunes a las variaciones culturales de nuestra civilización occidental. Está caracterizada por una gran dinámica en diseño, producción seriada limitada con el fin de crear el atractivo de la exclusividad para grupos socio-económicos de alta capacidad de compra. Esta gran dinámica es la producción o creación de productos exclusivos, conlleva un alto porcentaje de mano de obra y una mínima utilización de maquinaria especializada, aunque las técnicas correspondan a las últimas variaciones de la tecnología. Sus materias primas tienen también preparaciones especiales y características para este tipo de producción, colores, texturas, resistencia. En la organización de la producción, tenemos la modalidad del trabajo asalariado (empleo de obreros especializados por el productor, pero que generalmente tienen cierto poder de decisión sobre el acabado de los productos- el toque final del artífice). Estos obreros reciben generalmente una mínima parte de la ganancia de los propietarios de los medios de producción y tienden a independizarse al conocer la rentabilidad del negocio. El fracaso de quienes dependen independizarse está dado por desconocimiento de los contactos para el mercado y principalmente, por la imposibilidad que tienen de crear nuevos diseños, la dinámica que implica esta modalidad de producción, falta de capital de trabajo, de representación y de relaciones públicas, factores todos manejados por los empresarios y exclusivos de éstos. Esta producción incluye una buena parte de la producción textil- transformaciones afortunadas de la artesanía popular tradicional

ruanas, cobijas, mantas, tapices, tapetes, artículos de vestir, la producción de joyería con acabado sofisticado y diversos motivos, de búsqueda de formas permanente y dinámica que continuamente corroboran con los cambios en la moda. La producción orfebre, la forja artística, la cerámica y la parcelana, tienen y tienden a buscarse mercado por sus propios medios. La exportación es directa y las ventas nacionales están manejadas por las determinantes de los niveles socio-económicos a que pertenecen (GOOD WILL).

### LA ARTESANIA CAMPESINA Y LA ARTESANIA INDIGENA

Representa una manifestación socio-cultural de comunidades vivas, con características que derivan de una poca división del trabajo y una mínima utilización de maquinaria especializada. Estas dos características se manifiestan por una parte, en el conocimiento que tiene el artesano de todo o gran parte del proceso de fabricación, sin especializaciones específicas, ya que suele realizar todos los pasos de proceso. Por otra parte, la utilización de herramientas (la mayoría pequeñas), generalmente fabricadas por el productor que requieren el uso de la fuerza corporal, y más generalmente de la mano, que desarrolla un tipo específico de habilidad, según el material artesanal.

Aspecto fundamental de la obra artesanal, es la conjunción de características funcionales y formales, "artísticas" para el consumidor. El artesano partiendo de una necesidad de procurarse a sí mismo, o la comunidad, piezas utilitarias, las elabora a partir de materiales que provee la naturaleza y con los cuales está en contacto permanente, esto va desarrollando una tradición en el manejo de herramientas y en el perfeccionamiento de

procesos hasta niveles óptimos con relación a sus necesidades y posibilidades, sin llegar a especializaciones máximas, pues la producción se desarrolla paralela a otras tareas cotidianas.

En cuanto a la producción indígena, nos referiremos a un campo delicado y desconocido. Empezaremos por decir, que aquí la lógica de mayor producción podría tener funestas consecuencias para el mercado nacional e internacional, para la calidad del producto y más importante para las tribus que la producen. El factor determinante es la autenticidad del producto. Del manejo apropiado puede derivar el conocimiento en la forma de producción y el significado simbólico de la comunidad, con el

fin de perfeccionar la producción misma, eliminando a su vez algunas falsificaciones que deforman esta expresión, por ejemplo, cabezas reducidas, lanzas sonajeras y cuchillos de chonta deformados. Esta acción tiende a perjudicar igualmente la dignidad y los valores humanos y científicos de los grupos indígenas. La acción coordinada de las entidades gubernamentales interesadas en este campo puede traer gran beneficio a los indígenas, pues el atractivo que tienen los productos de la selva en los mercados nacionales e internacionales puede asegurar operaciones rentables, basadas no en máxima producción, sino en mayores precios, que dejen más beneficio económico directo a los productores.

B. b. Alto porcentaje de mano de obra y poca división del trabajo por ser ésta tal vez la característica más objetiva de la producción artesanal es generalmente tomada como único elemento calificador, sin considerar otros aspectos verdaderamente determinantes del fenómeno. El producto cuya forma y contenido (motivo) están dados por las características culturales

del grupo o comunidad de productores, es quizás el elemento calificador de la artesanía para el consumidor. Por su forma de producción, no existe una estandarización del objeto, encontrándose variaciones especialmente en el acabado y decoración de cada producto, de esta forma, cada objeto podría considerarse como único, aún cuando pertenezca a un grupo de productores similares, que generalmente forman un conjunto armónico. En este sentido, podríamos decir, que la forma de la artesanía constituye un estilo para una comunidad o para un grupo de productores. Esto que llamamos estilo es lo que identifica un producto o una comunidad, a una región o a un país.

B. c. La materia prima para estos grupos de productores, está dada por la ecología circundante. En esta forma, casi podríamos asegurar que en regiones frías donde hay ovejas encontraremos una interesante producción tradicional de mantas y de ruanas, que si las sacamos a un mercado de consumo se constituyen en productos artesanales.

B. d. Las herramientas, el capital y en muchos casos la materia prima, la locativa y la fuerza de trabajo ( los medios de producción) son de propiedad del productor quien tiene todo el poder de decisión. Esta determinante le da al productor la posibilidad de manejarla bajo todos los aspectos, implicando una dinámica en el terminado de objetos que se adopten al mercado, en el caso de que tuviesen suficiente información sobre las necesidades del consumidor final.

B. e. La producción artesanal indígena y campesina está empotrada entre ciclos de trabajo anual- variaciones climatéricas, períodos muertos de la producción agrícola- o entre ciclos de trabajo diario, lapsos de tiempo,

que quedan libres de los quehaceres domésticos. Por esto, encontramos que, generalmente en el campesinado, las mujeres son en número las más representativas de la producción artesanal. Este fenómeno implica, que la recolección de la producción artesanal depende de un conocimiento de estos ciclos para que los afecte negativamente y redunde en un normal mercado.

Como resultado del planteamiento anterior, tenemos que el ingreso económico de la producción artesanal es únicamente adicional a la economía familiar. La presencia de esta fuente económica complementaria, al ser importante, pero a veces no indispensable, plantea un doble problema: 1.- Que no se le puede ignorar cuando existe en un lugar o de lo contrario se estarían realizando planes que afecten negativamente algunas comunidades; 2.- Que no se puede incrementar el mercado, sin considerar si existe una actividad artesanal comunitaria que no exige todo el tiempo hábil del individuo. Debe tenerse en cuenta que, a menos que exista un mercado absolutamente seguro, no se debe forzar un desplazamiento de la dependencia económica hacia las tareas artesanales exclusivamente, poniendo en peligro a largo plazo el equilibrio del ingreso económico familiar o comercial.

### EL MERCADO.

El mercado original del producto de estas comunidades, es generalmente regional (de pueblo). Dado el fenómeno de la "Promoción Artesanal" el producto ha trascendido al mercado de consumo nacional y aún al internacional. Estos nuevos mercados no están directamente al alcance del

artesano productor, lo que ha dado como resultado, el nacimiento de los "intermediarios", quienes como se anotaba anteriormente, se llevan el grueso de la ganancia.

### LOS COSTOS.

Los costos de producción del objeto artesanal son bajísimos. Los mecanismos normales de la producción industrial no son en muchos casos funcionales para el fenómeno artesanal, tenemos paradojas como la siguiente: "A mayor producción mayores costos", esto es claro, si analizamos un ejemplo: el productor de mantas, que en principio ha tenido una organización familiar para producir objetos destinados al mercado regional limitado (una docena mensual) obtiene el contrato por parte de un intermediario para la producción de un millar al mes, cotiza el costo de su producción inicial,

Su nueva producción implica una serie de gastos indirectos (nueva locativa, luz, jornales nocturnos, empaques, transportes, almacenamiento y obreros asalariados), nuevas herramientas y equipo, compra a otros productores de materia prima- sus ovejas no alcanzan- etc. Finalmente y solo después de una larga experiencia en la nueva modalidad de trabajo, aumenta el valor de sus productos. Por tanto, le quedan tres alternativas: o pierde el contacto (no mercadea) o busca su ganancia, o asume la pérdida.

### LA PRODUCCION COMUNITARIA.

Del planteamiento anterior puede resultar la idea de un negativismo absoluto, la producción comunitaria ofrece, con algunas limitaciones, una cantidad maximada de objetos para un mercado mayor (consumo nacional y aún internacional) y solamente la organización de la compra a comunidades

puede responder a un máximo de la producción artesanal, que organizada a nivel comercial dentro de sus propios mecanismos socio-económicos, puede responder ampliamente a éste nuevo fenómeno del mercado artesanal, que ha creado la tan mencionada "Promoción Artesanal".

De hechos, Tenemos comunidades que han sido afectadas por este tipo de instituciones:

<u>COMUNIDAD</u>	<u>INST. QUE LA AFECTAN</u>	<u>PRODUCCION</u>
La Chamba (Tolima)	Cuerpo de Paz, Artecolumbia otras	Cerámica
Espinal (Tolima)	Artecolumbia	Cerámica
Ráquira (Boyacá)	Cuerpo de Paz, Artecolumbia otras.	Cerámica, esparto
Nobsa, Iza, Sogamoso (Boyacá).	Artecolumbia	Tejidos
Duitama (Boyacá)	Artecolumbia, otras.	Cucharonos y artesas.
Gámeza (Boyacá)	Artecolumbia	Textiles, cerámica
Pesca (Boyacá)	Cuerpo de Paz, otras	Textiles, fique
Chiquinquirá (Boyacá)	Artecolumbia, otras	Cerámica
Sutamarchán (Boyacá)	Artecolumbia, otras	Tejidos
Tipacoque (Boyacá)	Cuerpo de Paz, Artecolumbia otras	Fique
Tenza (Boyacá)	Cuerpo de Paz, Artecolumbia, otras.	Cestería

Cuche y Sta. Rosa (Boy)	Artecolombia	Cueros
Funza (Cundinamarca)	Artecolombia, otras	Tejidos
Nemocón (Cundinamarca)	Artecolombia, otras	Pañolones
Pitalito (Huila)	Artecolombia, otras	Cerámica
La jagua (Huila)	Artecolombia, otras	Tejidos, fique
Envigado (Ant.)	Artecolombia	Carrieles
La Ceja (Ant.)	Artecolombia, otras	Pieles
Barbosa (Ant.)	Artecolombia	Cueros
Carmen de Viboral (Ant)	Artecolombia, otras	Cerámica
Aguadas (Caldas)	Artecolombia, Otras	Paja Toquilla
Itsmia (Chocó)	Artecolombia, otras	Joyería
Andagoya (Chccó)	Artecolombia, otras	Joyería
Condoto (Chocó)	Artecolombia, otras	Joyería
Quibdó (Chocó)	Artecolombia, otras	Joyería
Usiacurí (Atlántico)	Cuerpo de Paz- Artecolombia, otras,	Paja Toquilla
San Jacinto (Bolivar)	Cuerpo de Paz, Artecolombia, otras	Tejidos
Mompós (Bolivar)	Artecolombia	Tejidos
El Banco (Bolivar)	Artecolombia	Tejidos
Guamal (Bolivar)	Artecolombia	Tejidos
San Sebastián (Bolivar)	Artecolombia	Joyería.
Alta Guajira	Artecolombia, otras	Textiles
Sandoná (Nariño)	Cuerpo de Paz, Artecolombia otras	Paja toquilla

Belén (Nariño)	Cuerpo de Paz, Artecolumbia, otras	Cueros
Barbacoas (Nariño)	Artecolumbia, otras	Joyería
Ipiales (Nariño)	Cuerpo de Paz, Artecolumbia otras	Talla en madera
Sibundoy (Putumayo)	Cuerpo de Paz, Artecolumbia otras	Tejidos
GUAPI (Cauca)	Artecolumbia, otras	Joyería, Cestería
Comunidades Indígenas	Artecolumbia, misioneros, otras	Productos de la selva.

Esta es solamente una lista de las comunidades más conocidas de la producción artesanal tradicional en Colombia y los nombres corresponden generalmente al municipio más cercano. Estas comunidades producen cantidades considerables de objetos artesanales, comprenden de 100 a 300 familias con producciones que oscilan entre \$50.000.00 y \$200.000.00 mensuales, aproximadamente.

Enumeramos a continuación algunas entidades gubernamentales y otras de carácter privado que en una u otra forma fomentan la artesanía en nuestro país:

Artesanías de Colombia

Cuerpos de Paz

Caja Agraria

Federación de Cafeteros (Fedecafé)

Servicio Nacional de Aprendizaje "Sena"

Dirección General de Prisioneros

Gobernaciones

Ministerio de Educación

Instituto de Desarrollo de los Recursos Naturales Renovables

Instituto de Crédito Territorial "ICT"

Asociación Colombiana de Promoción Artesanal

Ministerio de Gobierno- División de Asuntos Indígenas

Centro de Desarrollo de la Comunidad

Central de Cooperativas de Reforma Agraria Ltda. "Cecora"

Asociación Colombiana Popular de Industriales "Acopi"

Fondo de Promoción de Exportaciones "Proexpo"

Acción Católica Colombiana

Corporación Nacional de Turismo

Empresa Colombiana de Turismo

Banco Popular

Pro-Arte

Fundación Colombiana para el Desarrollo

Asociación Colombiana de Sub-Oficiales Retirados "Acolsure"

Instituto de Rehabilitación Social

Instituto de Adaptación laboral

Congreso Mariano de Jóvenes y Caballeros

Unión Nacional de Cooperativas Agrícolas

Instituto Colombiano de Desarrollo Social "Icodes"

Centro Interamericano de Desarrollo Rural y Reforma Agraria "Cira"

Se podría plantear claramente, que en el fomento de la artesanía, debe estar enfocado con claras ordenes de prioridad:

Por parte de una entidad de servicio, tendríamos la labor de recopilar toda la cultura, material correspondiente a las variaciones de nuestra cultura nacional para lograr , por una parte, el beneficio económico de las comunidades productoras y por otra, logrando la tan buscada imagen nacional en el exterior- el mensaje cultural de nuestro pueblo- el mercado racionalizado y responsable, que puede ser de magnitudes considerables.

\*\*\*\*\*

PRODUCTORDIRECCIONCIUDAD

1	Calle 74 No. 6-77	Popayán
2	Calle 5a. No. 10-07	"
3	Calle 3a. No. 4-80	"
4	Peninteciería Nacional San Isidro	"
5	Calle 14 No. 9-A-71	Fontibón
6	Carrera 9a. No. 21-20	Pereira
7	Calle 17 No. 20-A-09	Pasto
9	Calle 17 No. 22-83	"
10	Calle 2a. No. 5-08	Popayán
11	Calle 14 No. 16-57	Duitama
12	Calle 12 No. 22-B-18	Pasto
13	Carrera 24 No. 23-29	"
14	Barrio Santander	San Jacinto
15	Carrera 4a. No. 9-39	Pitalito
16	Carrera 9a. No. 5-32	Garzón
17	Cooperativa Artesanal	San Jacinto
18		San Jacinto
19		San Jacinto
20		San Jacinto
21	Calle 13 No. 4-54	Pereira
22	Avenida de las Américas - Aso- ciación Escolar Ma. Goretti	Pasto
23	Calle 67 A No. 51-C-24	Medellín
24		San Jacinto
25	San Jacinto	
26	Carrera 52 No. 59-37	Medellín
27	Guarnielería Jericó	Envigado
28	Calle 140 No. 13-44	Bogotá
29	Carrera 53 No. 46-39	Medellín
30	Carrera 29 No. 42-42	"
31	Calle 68 No. 33-40	Bogotá
32	Carrera 20 No. 23-11	"
33	Carrera 48 No. 42-63	Medellín
34	Calle 68 No. 33-40	Bogotá
35	Avenida 13 No. 7 - 14	"
36	Calle 53 A No. 22-09	"
37	Carrera 52 No. 27-88	Medellín
38	Calle 47 No. 9-61	Bogotá
39	Calle 68 No. 33-40	"
40	Calle 12 - Carrera 6a.	"
41	Calle 1a. No. 5-31	"
42	Calle 91 A No. 40-39	"
43	Carrera 34 No. 10-A-62	"
44	Carrera 7a. No. 13-63	"
45	Carrera 34 A No. 10-A-87	"
46	Carrera 9a. No. 60-39	"
47		"
48	Calle 72 No. 14-17	"
49		"
50	Cra. 13 No. 17-58	"

**C. MUESTRA TIPICA DE PRODUCTORES ARTESANALES**

PRODUCTOR	UBICACION	CLASE DE ARTICULO	UNIDADES	1968	1969	1970	ESTIMATIVO 1971
1	Popayán	Muñecas bailarinas	Unidades	6		180	300
		Escultura		6		4	
		Repujado en cuero		3	3	7	
		Taxidermia artificial y natural	Gruesas	5	10	30	40
2	Popayán	Faroles coloniales					
		Lámparas en hierro forjado		240	245		220
		Juguetería metálica					
3	Popayán	Trabajos en plata y bronce					
		Sillas asientos		800	850	930	1000
		Arcones					
4	Popayán	Bares					
		Muebles					
		Objetos de corcho				600	
5	Fontibón	Artesanías en general					
6	Pereira	Cerámicas					
		Espejos					
7	Pasto	candelabros (bronce)					
		Destapadores					
		Ceniceros					
		Barniz de Pasto					
		Esculturas					
		Muñequerías.					

PRODUCTOR	UBICACION	CLASE DE ARTICULO	UNIDADES	1968	1969	1970	ESTIMATIVO 1971
8	Pasto	Alcancía sin barniz		300	600	400	200
		Bandeja rectangular barnizada		1.000	1.500	1.700	3.000
		Bandeja Morasurco mediana y peq.		500	800	1.200	2.000
		Bancos -juego de 3 piezas barniz.		1.000	1.800	1.800	3.000
		Cigarrillera de cajetilla barniz		300	500	1.000	2.000
9	"	Bancos		1.500	2.300	3.850	4.000
		Mesas redondas		250	320	400	500
		Figuras esculturales y tallados		450	500	570	580
		Platos		40	50	60	100
10	Popayán	Muebles de estilo		-0-	-0-	-0-	-0-
11	Duitama	a) Pañolones- chales		600	900	600	
		b) Ruanas		100	250	530	
		c) Sueteres		2.000	1.500	1.500	
		d) Vestidos		50	80	350	
		e) Tejidos		200	600	800	
12	Pasto	a) Sombrero paja toquilla- timanejo	Docenas			200	500
		b) Sombrero paja toquilla- granito	Mensual			200	500
		c) Sombrero paja toquilla ventilado	"			200	500
		d) Sombrero paja toquilla- jaspeado	"			200	500
		e) Sombrero paja toquilla- palmeado	"			200	500
13	"	a) Tapetes	Mts. 2			4.000	6.000
		b) Alfombras				10.000	
14	San Jacinto	a) Hamacas		100	100	110	
		b) Bolsos		4.000	4.000	5.500	
		c) Fajas		3.000	3.250	3.100	
15	Pitalito	a) Estatuas				3.600	4.000
		b) Ollas grabadas				9.600	980
		d) Burritos cargados				300	300
		c) Orquidera				200	200

PRODUCTOR	UBICACION	CLASE DE ARTICULO	UNIDADES	1968	1969	1970	ESTIMATIVO 1971
16	Garzón	E) CENICEROS GRABADOS a) Vajillas para café b) Jarras para bar (2 estilos) c) Jarras para tocador d) Zapatos viejos de niño e) Réplicas Aguitinianas				400	400
17	San Jacinto	a) Divisorias b) MOCHILAS c) Arbolitos de Navidad d) Fajas y fajones e) Bolsos					
18	Cartagena	a) Hamacas b) Mochilas c) Pellones d) Divisorias e) Faldas para dama					
19	San Jacinto	a) Hamacas b) Ruanas c) Cortinas d) Bolsos e) Abarcas	Unidades " " " Pares			30 30 45 200 200	
20	!	a) Hamacas b) Ruanas c) Pellones d) Alfombras e) Cortinas		165 150 148 168 165	250 240 253 243 253	325 330 340 325 330	
21	Pereira	a) Bisutería b) Tunjos precolombinos y artículos en macana					

PRODUCTOR	UBICACION	CLASE DE ARTICULO	UNIDADES	1968	1969	1970	ESTIMATIVO 1971
22	PASTO	c) Cestería a) Artículos de cerámica b) Artesanías				56.000	70.000 1.000
23	Medellín	a) Muebles b) MUUEBLES FUNCIONALES		800.000	1.500.000	1.000	
24	San Jacinto	a) Hamacas b) Divisorias c) Arbol de NAvidad d) Ruanas e) Bolsos		-0-	-0-	-0-	
25	"	a) Hamacas b) Divisorias c) Bolsos d) Arbol de Navidad e) Tapetes		-0-	-0-	-0-	
26	Medellín	a) Carteras para dama					
27	Envigado	a) Carrieles		5.200	5.200	5.300	5.200
28	Bogotá	a) Ruanas		18.000	24.000	25.000	
29	Medellín	a) Carrieles b) Cubiertas c) Alpargatas d) Muleras		300 250 100 50	400 300 150 100	450 500 200 100	500 600 250 100
30	"	a) Plato 40 ctms. - Cobre b) Plato de 30 ctms. cobre c) Plato de 20 ctms. Cobre d) Cenicero e) Cenicero No. 1		2.000 2.200 2.300 2.300 2.300	3.000 3.100 3.400 3.500 3.500	5.000 6.200 6.300 3.800 7.800	6.000 6.000 3.000 7.000 7.000
31	Bogotá	a) Palilleros plata b) Servilleteros (plata) c) Sonajeros alpaca			124 50	13 27	

PRODUCTOR	UBICACION	CLASE DE ARTICULO	UNIDADES	1968	1969	1970	ESTIMATIVO 1971
		d)	Pinzas para azúcar de alpaca				
		e)	Cucharas para sal en plata				
		f)	cadenas plata				
32	Bogotá	a)	Ruana poncho 10l	2.050	2.150	1.100	
		b)	Ruana poncho 20l			500	
33	Medellín	a)	Vajillas			500.000	
34	Bogotá	a)	Aretes		443	687	
		b)	Pinchos		721	576	
		c)	Cucharas		2.969	1.550	
		d)	Pisa-billetes		97	108	
		e)	Dijes		1.212	826	
35	Bogotá	a)	Ruanas	1.500	2.000	1.500	
		b)	Tapetes	400	500	300	
		c)	Pañolones		80	80	
		d)	Cobijas	150	200	120	
		e)	Tunicas			200	
36	Bogotá	a)	Vestidos y sacos		4.800	100	
37	Medellín	a)	Sillas de mimbre		95.000	45.000	
		b)	Lámparas de mimbre	600	600	300	
		c)	Cortinas de mimbre	400	150	370	
38	Bogotá	a)	Ruanas	15.000	20.000	30.000	
39	"	a)	Mancornas de plata		978	1.207	
		b)	Llaveros de plata		1.297	1.354	
		c)	Collares de plata		950	881	
		d)	Prendedores de plata		969	371	
		e)	Pisacorbatas de plata		389	327	
40	Bogotá	a)	Pulseras de plata	975	1.180	680	
		b)	Collares de plata	250	180	160	
		c)	Prendedores en plata y cobre	2.651	2.720	1.260	
		d)	Bandejas plata alemana	500	600	300	

PRODUCTOR	UBICACION	CLASE DE ARTICULO	UNIDADES	1968	1969	1970	ESTIMATIVO 1971
41	Bogotá	e) Medallones plata y cobre		403	550	272	
42	"	a) Artículos decorativos (cerámica)			25.000	30.000	50.000
		a) Ruanas para hombre					
		b) Ruanas para dama (capa)					
		c) Ruanas para dama poncho					
		d) Ruanas para niña					
43	"	a) Ruanas					
		b) Capas					
		c) Bufandas					
		d) Ponchos					
44	"	a) Ruanas					
		b) Collares					
		c) Sombreros					
		d) Canastas					
		e*) Pañolones					
45	"	a) Orfebrería Precolombina					
		b) Artesanías en cobre					
		c) Ruanas					
		d) Joyería en cobre					
46	"	a) Variedades en cerámica					
47	"	a) Prendedores de plata					
		b) Cerámica					
48	"	a) Cerámica					
49	"	a) Pantalías					
		b) Cascos para equitación					
40	"	a) Artesanías					
		b) Animales disecados					
		c) Artículos de cuero					

D. LA RECOLECCION DEL PRODUCTO ARTESANAL PARA EL MERCADEO.

En esta parte queremos sucintamente explicar los sistemas que operan actualmente, desde su compra en la fuente- área rural- hasta su entrega en bodegas.

D. a. Adquisición.

Gran parte de los artesanos nacionales, presentan sus productos a las empresas, lo cual elimina al posible intermediario. En proporción del artículo presentado se analizan costos, en relación a productos similares de existencia. Para nuevos productos, es necesario considerar presentación, elaboración, materiales aplicados, costo y posible aceptación en el mercado. Una vez superada esta etapa se ordena un pedido directo al artesano, teniendo en cuenta como factor de gran importancia la cantidad solicitada, precio, en la mayor parte de las veces la producción individual es relativa. Se anota que inicialmente se prueban estos productos con base a cantidades mínimas para evaluar su posibilidad comercial.

Dada la modalidad de artesanía Urbana y Rural, se anota que el artesano urbano tiene cierta ventaja respecto del rural en cuanto es más fácil la comunicación para efectos de órdenes de pedido, reclamaciones y pronta cancelación por parte de la empresa. Esta última parte ocasiona muchas veces la pérdida del interés del artesano rural quien por falta de recursos financieros enfoca su actividad a otros campos. El mercado de competencia reporta lógicamente grandes beneficios por la aplicación de mejores materiales y mayor aceptación que les permite vender a mejores precios. En este aspecto es importante analizar algunos monopolios existentes cuya abolición se hace necesaria para no desvirtuar la política de beneficio

propio que cubra a mayor número de artesanos.

D.b. Sistema de compra a los artesanos.

Actualmente tenemos un abastecimiento permanente por artesanos que nos envían sus productos de toda la nación con algunos problemas inherentes a transporte y empaque que por falta de experiencia es poco adecuado y ocasiona pérdidas por roturas, especialmente en alfarería, que significa menor ingreso para el artesano.

En consideración a esta serie de problemas que presenta la compra y teniendo en cuenta la reducida capacidad de producción, lograda en períodos semanales, que significa la utilización total de sus recursos a nivel familiar, Artesanías de Colombia aplica normalmente dos sistemas, a saber: 1. - Compra personal. 2. - Pedido por escrito. La primera se realiza en centros de producción tales como Ráquira, Sogamoso, Nobsa, La Chamba, Chiquinquirá y otros.

Existe una variable que se aplica al Departamento de Boyacá, que consiste en viajes periódicos para la compra directa en el área de productos en cerámica, cestería y tejidos.

La mecánica de adquisición directa es en un principio la de mayor agilidad, pues en base al conocimiento de las partes interesadas, productor, comprador- se pueden establecer ciclos de visita que hacen menos gravosos los sistemas de empaque y transporte desde el punto de producción hasta los depósitos de la empresa.

El incumplimiento de la recolección de la mercancía al artesano, implica que éste, por fuerza de las circunstancias, vende su producto a otros interesados, afectándose la empresa, por cuanto el productor requiere

un mínimo de tres semanas para manufacturarlo y su escaso capital de trabajo no le permite acumulación de inventario.

En Artesanías de Colombia se está procurando una fórmula de solución, para que la Auditoría otorgue las autorizaciones correspondientes a este tipo de actividad, con el fin de no tener el proceso de adquisición directa en la fuente.

#### D. c. Transporte de Mercancías.

No tenemos inconvenientes mayores con el transporte de mercancías a nuestras Bodegas. El suministro se nos hace por vía aérea o terrestre con las normales variaciones en el costo de fletes. Para efectos de compra del grupo denominado "alfarería" se hace necesaria la visita personal de funcionarios de la empresa, por cuanto el manejo de esta mercancía requiere tratamiento especial por su fungibilidad; además los artesanos tienen poca facilidad de viajar a la ciudad. Este sector, como lo habíamos anotado anteriormente, requiere un tratamiento muy fácil y ágil en los pagos por la lentitud misma de su producción.

#### D. d. Stock y mantenimiento de mercancías en Bodegas de Artesanías de Colombia.

Una vez recibida la mercancía se clasifica por referencias, procediendo a colocarlas por áreas definidas.

El recibo como mecánica requiere riguroso control en las cantidades, de acuerdo al pedido original.

De conformidad a la misma orden de compra se efectúa una minuciosa revisión para control de calidad.

El control de precios se establece a través de un sistema de kárdex central, que indica cualquier variación en relación directa lo pedido inmediatamente anterior.

Los artículos que no llenen los requisitos previamente exigidos, le son devueltos al proveedor para su reposición.

Terminado este primer paso, se rotulan íntegramente con un sistema de tarjetas que indican el grupo y la referencia.

La empresa tiene un control de existencias mínimas con el propósito de evitar problemas de ventas por carencia de stock suficiente.

La política de inventarios se aplica con un sentido racional, que no implica congelamiento de fondos por exceso de existencias.

\*\*\*\*\*

E. DEMANDA EXTERIOR Y TURISTICA LOCAL DE PRODUCTOS ARTESANALES.

(CUADROS)

ARTESANIAS DE COLOMBIA

EXPORTACION: POR GRUPOS DE PRODUCTOS 1.969/ 70

REF.	GRUPOS	1969	1970	TOTAL POR GRUPOS
C- 001	CERAMICA	400.000	900.000	1.300.000
C- 002	PAJA Y FIGUI	180.000	300.000	480.000
C- 003	CUEROS	318.000	560.000	878.000
C- 004	CARTERAS	86.600	130.000	216.600
C- 005	CUEROS	278.000	529.400	807.400
C- 006	MADERA	342.100	734.000	1.076.100
C- 007	JUGUETERIA	113.700	218.000	331.700
C- 011	ARTICULOS DE LA SELVA	158.000	360.000	518.000
C- 012	SANDALIAS	290.300	520.000	810.300
C- 014	COBRE	80.000	200.000	280.000
C- 015	LANA	196.300	280.000	476.300
C- 017	TAPETES	63.000	190.000	253.000
C- 018	HAMACAS Y DIVISORIAS	212.600	560.300	772.900
C- 019	MUEBLES	169.000	298.500	467.500
C- 020	SOMBREROS	68.400	249.200	317.600
C- 021	CANASTOS	212.200	361.100	573.300
C- 022	INSTRUMENTOS MUSICALES	140.500	180.000	320.500
C- 023	VARIOS	96.300	231.800	328.100
	T O T A L E S .....	3.405.000	6.802.300	10.207.300

ARTESANIAS DE COLOMBIAEXPORTACION DE PRODUCTOS POR PAISES

1969- 1970

PAISES	1969	1970	TOTAL POR PAISES	%
ESTADOS UNIDOS	1. 362. 000	2. 720. 920	4. 089. 920	40
ALEMANIA	681. 000	1. 360. 460	2. 041. 460	20
ITALIA	510. 750	1. 020. 345	1. 531. 095	15
FRANCIA	364. 550	748. 253	1. 112. 803	11
EL CARIBE	214. 300	408. 138	622. 438	6
CENTRO AMERICA	102. 150	204. 069	306. 219	3
OTROS	170. 250	340. 115	510. 365	5 %
<b>TOTAL PRODUCTOS</b>	<b>3. 405. 000</b>	<b>6. 802. 300</b>	<b>10. 207. 300</b>	<b>100</b>

F. POTENCIALIDAD DE LA EXPORTACION DE ARTESANIAS.

(CUADRO)

PROYECCION EXPORTACION PRODUCTOS ARTESANALES

REF.	GRUPOS	1971	1972	1973	1974	TOTALES
C- 001	CERAMICA	863.300	1.539.500	2.340.000	3.042.000	7.784.800
C- 002	PAJA Y FIGUE	388.500	513.100	864.000	1.123.200	2.888.800
C- 003	CUEROS	686.300	957.900	1.580.400	2.054.500	5.279.100
C- 004	CARTERAS	186.900	222.300	389.800	506.800	1.305.800
C- 005	CUERNOS	600.000	905.500	1.453.300	1.889.300	4.484.100
C- 006	MADERA	738.300	1.255.500	1.936.900	2.518.000	6.448.700
C- 007	JUGUETERIA	245.400	372.900	597.500	776.100	1.991.900
C- 011	ARTICULOS DE LA SELVA	341.400	615.800	932.400	1.212.100	3.101.700
C- 012	SANDALIAS	626.500	889.500	1.458.500	1.896.100	4.870.600
C- 014	COBRES	172.600	342.200	504.000	655.200	1.674.000
C- 015	LANA	423.600	478.900	857.300	1.114.500	2.874.300
C- 017	TAPETES	135.900	325.000	455.400	592.700	1.509.000
C- 018	HAMACAS Y DIVISOR.	458.800	958.400	1.391.200	1.808.500	4.616.900
C- 019	MUEBLES	364.700	511.600	841.500	1.093.900	2.811.700
C- 020	SOMBREROS	147.600	426.200	571.600	743.100	1.888.500
C- 021	CANASTOS	458.500	617.600	1.031.900	1.341.500	3.449.500
C- 022	INSTRUMENTOS MUS.	303.200	307.900	576.900	749.900	1.937.900
C- 023	VARIOS	207.800	396.500	590.500	767.700	1.962.500
	<b>T O T A L E S</b>	<b>7.349.300</b>	<b>11.636.300</b>	<b>18.373.100</b>	<b>23.885.100</b>	<b>61.243.800</b>

## G. PROBLEMAS PARA EL AUMENTO DE LA EXPORTACION

Fundamentalmente encontramos dificultad para el incremento de las exportaciones, por baja disponibilidad de recursos financieros que nos permitan la acumulación de mercancías a niveles adecuados. Actualmente, trabajamos sobre pedidos, lo cual implica cierta dificultad, pues el no cumplimiento del primer pedido- normalmente de pequeñas cantidades- indica al interesado la probable falta de continuidad en pedidos de mayor valor que a su vez le generan compromisos en su propio país, por publicidad y demás actividades inherentes a la promoción comercial de nuevos productos.

Hemos tenido épocas en que por dificultades de tipo administrativo, los despachos se han demorado hasta cinco meses para su entrega con la lógica consecuencia de que tales clientes han cancelado ordenes posteriores para evitarse los problemas por falta de cumplimiento.

Los sistemas establecidos por el control administrativo, han sido obstáculo para la compra directa ya que, el Departamento de Mercadeo carecía de una partida fija para tal fin. Estos sistemas se hicieron más complicados con el ingreso de los requisitos exigidos por la Contraloría, que eliminaron en forma transitoria la compra de productos en la fuente, por cuanto sus sistemas hacen obligatoria la convocación de licitaciones públicas o privadas, obviamente imposibles de cumplir por parte de los artesanos, o comunidades indígenas. Estos mecanismos se hicieron igualmente complicados para efectos de pago, pues la Contraloría exige la presentación personal del interesado, para llenar el requisito de la firma de cuenta haciendo aún más difícil la relación entre el artesano productor y

la empresa compradora.

La lógica reacción a estos sistemas fue posterior dificultad en encontrar artesanos dispuestos a vendernos, teniendo en cuenta los problemas para la legalización del cobro de las cuentas, que en algunos casos tomó más de noventa (90) días. Esta situación se refleja ampliamente en los gráficos correspondientes a ventas y exportaciones de 1970.

De otra manera, el programa de exportaciones se habría podido cumplir sin dificultades, coadyuvando al balance positivo de la empresa. Es importante anotar la necesidad de un presupuesto que le permita a la Sub-Gerencia de Mercadeo desarrollar sus programas, en base a estudios técnicos de mercadeo para cubrir en forma adecuada los países Europeos y los Estados Unidos, que concentran en su área el mayor poder de compra per cápita. Se hace igualmente necesario un estudio de producción artesanal, a nivel nacional, que nos permita cubrir ampliamente las posibilidades reales de producción por rubros y en esta forma promover la artesanía colombiana en el exterior para incrementar en forma adecuada las ventas de exportación.

\*\*\*\*\*

## H. MEDIOS PARA MEJORAR LAS EXPORTACIONES

La demanda de productos artesanales se ha venido incrementando, gracias al esfuerzo de la Oficina Comercial de Colombia en Roma quienes han propugnado la promoción de algunos productos, adquiriendo las muestras a título de compra para incluirlas en las exposiciones que se celebran en Italia y países circunvecinos. Estimamos que las ventas en Europa pueden agrupar mayores proporciones en 1971, si continuamos las buenas relaciones con las Oficinas Comerciales y el Fondo de Promoción de Exportaciones.

Parte importante de la promoción y divulgación de nuestros productos en el exterior, es su presentación a través de un catálogo apropiado, que indique en forma adecuada y objetiva tanto los productos como sus posibilidades cuantitativas.

La participación de Artesanías de Colombia en las ferias internacionales, se hace de común acuerdo con el Fondo de Promoción de Exportaciones "Proexpo", quienes gracias a su experiencia y organización pueden realizar en forma exitosa la presentación más adecuada de nuestros productos en aquellas ferias internacionales que se aconsejan en la reunión del "Comité de Ferias y Exposiciones Internacionales, del cual hacemos parte.

### H. a. La organización artesanal.

En Colombia como en la mayor parte de los países Latinoamericanos, la producción artesanal no depende de grandes comunidades organizadas que la puedan regular.

Teniendo como base este aspecto fundamental, nos hemos propuesto

la creación de "Polos de Desarrollo Artesanal" distribuídos estratégicamente en todo el país, con el fin de racionalizar la misma organización artesanal, de tal manera, que nos permita absorber rápidamente las posibilidades de producción de cada región.

#### H.b. Fomento de la Producción.

Nuestra labor en la parte relativa al fomento de la producción que-remos canalizarla no solo a través de un adecuado sistema de compras nacionales, sino utilizando principalmente nuestros polos de desarrollo artesanal, donde a más de organizar la producción tradicional, habilitaremos nuevas compras con la aplicación de nuevas técnicas que impliquen complementación directa, vale decir, en el Municipio de Raquíra, Departamento de Boyacá, existe gran tradición en alfarería y con la instalación de nuestro polo de desarrollo se complementa la producción alfarera con forja en hierro, tejidos de esparto y textiles.

Esta complementación le permite a la región occidental del Departamento de Boyacá, adquirir nuevas experiencias en actividades distintas, cuya producción no solamente tiene mercados de respuesta positiva, sino que su rentabilidad es muy atractiva.

Igual procedimiento se utiliza en los polos de Desarrollo de la Chamba (Tolima), Sandoná (Nariño), Pereira (Risaralda), Barbosa (Antioquia).

Es importante anotar que estos centros han sido destinados en razones de producción y mercadeo, pues en ellos se promueve en forma activa y directa la producción de artículos cuya aceptación en los mercados nacionales e internacionales es favorable.

#### H. c. Capital para el mercadeo.

Los problemas del capital se reflejan en esta actividad principal de la empresa y la falta de recursos financieros nos afecta directamente, pues con el presupuesto total asignado, no podemos atender en la mejor forma una acción eficaz, que permita a Colombia entrar a competir aún marginalmente en los mercados internacionales, que representan cifras muy importantes en US\$ y cuya potencialidad está siendo aprovechada desde Latinoamérica, únicamente por México, Perú y Guatemala, países que en los Estados Unidos de América venden cantidades superiores a US\$ 50.000.000.00 en conjunto.

#### H. d. Promoción en los mercados exteriores.

Desde el año de 1969, se ha realizado la participación de nuestra empresa en aquellos países que pueden tener un verdadero interés en la importación de las artesanías colombianas y que sus niveles arancelarios no les impiden la introducción de las mismas.

Artesanías de Colombia, participará activamente en varias ferias internacionales, utilizando la eficaz colaboración del Fondo de Promoción de Exportaciones.

Consideramos que en el presente año, teniendo como base los conceptos y decisiones tomadas en el Comité de Ferias y Exposiciones Internacionales, podremos realizar una exitosa campaña en las ferias internacionales de Milán, Italia, Exposición "Intorgmash", de Moscú y Exposición "Terre des Hommes", de Montreal.

A más de las anteriores, nos encontramos dispuestos a participar en aquellos eventos organizados por Proexpo, con fines netamente promocionales, por

ejemplo, el crucero del Buque "Gloria" en el área del Caribe, en el cual estamos representados por una muestra seleccionada de nuestros productos .

#### H.e. Estímulos económicos.

Consideramos que la política fiscal, debe dar un tratamiento especial a la producción artesanal; con la eliminación del impuesto a las ventas y el incremento porcentual en los Certificados de Abono Tributario "CAT", que harían más atractivo este campo para grupos urbanos (en el área rural) cuya organización a nivel cooperativo puede incidir favorablemente en el aumento de la producción.

Igualmente, se deben aunar esfuerzos en el sector oficial que tiendan a la efectividad de los programas de financiación por las entidades crediticias respectivas: Banco Popular, Caja Agraria y Corporación Financiera Popular.

#### H.f. Simplificación de trámites administrativos.

Nuestra posición de empresa localizada en el Sector Público, hace necesario el cumplimiento de un alto número de requisitos administrativos y fiscales, que no son los más aptos para agilizar la consecución de la artesanía colombiana, por las razones de orden económico y social, ampliamente anotadas en el capítulo D. Si encontramos fórmulas de solución que nos permitan el pago de los artesanos en forma ágil, habremos avanzado positivamente para el establecimiento de un mecanismo, que nos permita incrementar las compras con destino al mercado exterior.

H.9. Acuerdos de comercio internacional.

La importación de productos artesanales a países con gran capacidad adquisitiva, se hace muchas veces difícil en razón a los gravámenes arancelarios que la hacen poco atractiva para el empresario privado por su baja rentabilidad final.

En este campo, el Ministerio de Relaciones Exteriores, a través de las misiones diplomáticas, puede ejercer benéfica influencia, para negociar en forma favorable tratados internacionales que desgraven ampliamente los productos artesanales colombianos.

Si esta sugerencia se aceptara oficialmente por parte del Gobierno Nacional, estimamos que los niveles de exportación podrían aumentarse importante con los beneficios directos de divisas para el país y contribuiría eficazmente en el programa de desarrollo económico que en la parte relativa a las exportaciones se ha propuesto alcanzar como meta, un gran total de mil millones de dólares.

FEDERICO ECHAVARRIA OLARTE  
Gerente General.

rhgg. -