

MEDICION DE IMPACTO SOCIAL Y ECONOMICO DEL SECTOR ARTESANAL  
POR LA APLICACIÓN DEL PROYECTO  
N° COL/B7-3110/IB/97/0377 EN NARIÑO

ANITA DEL CARMEN CUASQUER CHAPUES

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA ECONOMIA  
SAN JUAN DE PASTO  
2004

MEDICION DE IMPACTO SOCIAL Y ECONOMICO DEL SECTOR ARTESANAL  
POR LA APLICACIÓN DEL PROYECTO  
N° COL/B7-3110/IB/97/0377 EN NARIÑO

ANITA DEL CARMEN CUASQUER CHAPUES

ASESOR: ARMANDO PAZ YAQUENO  
PROFESOR FACEA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
PROGRAMA ECONOMÍA  
SAN JUAN DE PASTO  
2004

**“Las ideas y conclusiones aportadas en la tesis de grado, son responsabilidad exclusiva de los autores”**

**“Artículo 1 del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966, emanada del honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño”**

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

San Juan de Pasto 17 febrero de 2004

## DEDICATORIA

*Dice una frase “Algunos nacen para ser soles, otros para ser vientos”*

*Pero el aporte por mínimo que sea, contribuye de alguna manera a mejorar el desarrollo social; espero aportar para la sociedad Nariñense y en especial para los artesanos quienes trabajan con sus manos y creatividad, para recordarnos que aun sigue latente la tradición familiar y por más cambios tecnológicos que hayan jamás olvidaran su origen..*

*Espero como futura economista aportar al desarrollo de la economía del sur occidente.*

*Este trabajo esta dedicado a Maria Cristina Chapues y Raúl Cuasquer mis padres quienes me apoyaron en toda mi vida estudiantil y a la memoria eterna de mi abuelita Margarita y a mi mejor amigo, que todo el tiempo estuvo vigilando mi trabajo y por siempre estará conmigo “DIOS”*

## AGRADECIMIENTOS

Deseo agradecer al personal de Artesanías de Colombia y principalmente al Laboratorio Colombiano de Diseño, por darme la oportunidad de realizar en tan prestigiosa institución mi trabajo de grado.

DAIRA PALACIOS  
Codirectora Nacional

GABRIELE COEN  
Codirector Europeo

ERNESTO BENAVIDES  
Subgerente Artesanías de Colombia

NYDIA CASTELLANOS GASCA  
Dinamizadora Minicadenas Nacional

JAIME MORA  
Coordinador proyecto Iraca

EDUARDO CHAMORRO  
Coordinador proyecto Barniz de Pasto

WILLIAM OBANDO  
Coordinador proyecto cultores del carnaval

ARMANDO PAZ YAQUENO  
ASESOR PASANTIA

## CONTENIDO

	pag.
INTRODUCCION	23
1. LABORATORIO COLOMBIANO DE DISEÑO (LCD)	24
1.1 PROBLEMA CENTRAL	24
1.2 OBJETIVOS	24
1.1.1 Objetivo General	25
1.1.2 Objetivos Específicos	25
1.3 JUSTIFICACION	26
2 CADENA PRODUCTIVA DE LA IRACA	27
2.1 SANDONA LA FLORIDA	27
2.1.1 Elaboración de productos	28
2.1.2 Talleres de creatividad	29
2.1.3 Asistencia Técnica en diseño	29
2.1.4 Problemas tecnológicos	30
2.1.5 Asistencia técnica para el mejoramiento tecnológico	31
2.1.6 Capacitación organización	32
2.1.7 Conflicto en el grupo	32
2.1.8 Mejoramiento puesto de trabajo	32
2.1.9 Capacitación en gestión empresarial	33
2.2 ASISTENCIA TÉCNICA EN GESTION COMERCIAL	33
2.2.1 Plan de negocios	34
2.2.2 Misiones comerciales	34
2.2.3 Referencias de clientes	34
2.2.4 Eventos comerciales	34
2.2.5 Servicios ofrecidos	34
2.2.6 Productos vendidos en LCD	34
2.2.7 Catalogo e imagen grafica	35
2.2.8 Participación en eventos comerciales LCD	36
2.2.9 Salario de operario	36
2.3 PERSONAL EXTRA EN TEMPORADAS ESPECIALES	37
3 COLON GENOVA (CULTIVADORES Y RIPIADORES)	38
3.1 ESLABON DE CULTIVADORES Y RIPIADORES	38
3.1.1 Problemas tecnológicos en el proceso	38
3.1.2 Asistencia técnica para mejoramiento tecnológico	39
3.1.3 Capacitación organización	40

3.1.4	Tejedoras, talleres terminado y comercialización	40
3.1.5	Elaboración de productos	41
3.1.6	Talleres de creatividad	42
3.1.7	Asistencia técnica en diseño	43
3.1.8	Problemas tecnológicos	43
3.1.9	Asistencia técnica para mejoramiento tecnológico	44
3.2.	<b>CAPACITACION ORGANIZACIÓN</b>	45
3.2.1	Capacitación en gestión empresarial	45
3.2.2	Asistencia técnica en gestión comercial	46
3.2.3	Conflicto en el grupo	46
3.2.4	Mejoramiento puesto de trabajo	47
3.2.5	Plan de negocios	47
3.2.6	Misiones comerciales	47
3.2.7	Referencias de clientes	47
3.2.8	Eventos comerciales	47
3.2.9	Servicios ofrecidos	48
3.3	<b>PRODUCTOS VENDIDOS EN LCD</b>	48
3.3.1	Catalogo e imagen grafica	48
3.3.2	Participación en eventos comerciales LCD	49
3.3.3	Salario de operario	49
3.3.4	Personal extra en temporadas especiales	49
4.	<b>LINARES (CULTIVADORES Y RIPIADORES)</b>	50
4.1	<b>ESLABON DE CULTIVADORES Y RIPIADORES</b>	50
4.2	<b>PROBLEMAS TECNOLOGICOS EN EL PROCESO</b>	51
4.2.1	Asistencia técnica para mejoramiento tecnológico	51
4.3	<b>CAPACITACION ORGANIZACIÓN</b>	52
4.4	<b>VOLUMEN DE PRODUCCION</b>	52
4.5	<b>TEJEDORAS</b>	53
4.5.1	Elaboración de productos	53
4.5.2	Talleres de creatividad	54
4.5.3	Asistencia técnica en diseño	55
4.5.4	Problemas tecnológicos	55
4.5.5	Asistencia técnica para mejoramiento tecnológico	56
4.5.6	Capacitación organización	57
4.5.7	Capacitación en gestión empresarial	58
4.5.8	Asistencia técnica en gestión comercial	58
4.5.9	Conflicto en el grupo	58
4.6	<b>MEJORAMIENTO PUESTO DE TRABAJO</b>	59
4.6.1	Plan de negocios	59
4.6.2	Misiones comerciales	59



4.6.3	Referencias de clientes	59
4.6.4	Eventos comerciales	59
4.6.5	Servicios ofrecidos	59
4.6.6	Productos vendidos en LCD	60
4.6.7	Catalogo e imagen grafica	60
4.6.8	Participación en eventos comerciales LCD	60
4.6.9	Salario de operario	61
4.7	PERSONAL EXTRA EN TEMPORADAS ESPECIALES	61
5.	LA UNION	61
6.	MUNICIPIO OSPINA, PUIPALES Y SAPUYES	62
7.	MUEBLE ETNICO	64
7.1	PRODUCTOS ELABORADOS	65
7.2	TALLERES DE CREATIVIDAD	65
7.3	AT EN DISEÑO	66
7.4	PROBLEMAS TECNOLOGICOS	66
7.5	AT PARA MEJORAMIENTO TECNOLOGICO	67
7.6	CAPACITACION ORGANIZACIÓN	67
7.7	CONFLICTO EN EL GRUPO	68
7.8	MEJORAMIENTO PUESTO DE TRABAJO	68
7.9	CAPACITACION EN GESTION EMPRESARIAL	69
7.9.1	Asistencia técnica en gestión comercial	69
7.9.2	Plan de negocios	69
7.9.3	Misiones comerciales	70
7.9.4	Referencias de clientes	70
7.9.5	Eventos comerciales	70
7.9.6	Servicios ofrecidos	70
7.9.7	Productos vendidos en LCD	70
7.9.8	Catalogo e imagen grafica	70
7.9.9	Participación en eventos comerciales LCD	70
8	CULTORES DEL CARNAVAL	71
8.1	PRODUCTOS ELABORADOS	72
8.2	TALLERES DE CREATIVIDAD	73
8.3	AT EN DISEÑO	73
8.4	PROBLEMAS TECNOLOGICOS	74
8.5	AT PARA MEJORAMIENTO TECNOLOGICO	74
8.6	CAPACITACION ORGANIZACIÓN	74
8.7	CAPACITACION EN GESTION EMPRESARIAL	75
8.8	AT EN GESTION COMERCIAL	75
8.9	CONFLICTO EN EL GRUPO	75
8.9.1	Mejoramiento puesto de trabajo	76

8.9.2	Plan de negocios	76
8.9.3	Misiones comerciales	76
8.9.4	Servicios ofrecidos	76
8.9.5	Eventos comerciales	76
8.9.6	Salarios de operario	76
9.	MINICADENA DE LA IRACA	76
9.1	PRESENTACION	77
9.1.1	Población	77
9.1.2	Educación	78
9.1.3	Salud	78
9.1.4	Acueducto y saneamiento básico	79
9.1.5	Energía eléctrica	80
9.1.6	Teléfono	80
9.1.7	Vivienda	80
9.1.8	Economía	80
9.2	NESECIDADES BASICAS INSATISFECHAS	81
9.2.1	Agentes	81
9.2.2	Aspectos generales de transformación	81
9.2.3	Etapas de proceso	85
9.2.4	Los tejidos	85
9.2.5	Talleres para terminado	85
9.2.6	Canales de comercialización	88
9.2.7	Comportamiento del mercado	89
10.	MUEBLE ETNICO	90
10.1	PRESENTACION	92
10.2	DESCRIPCION DEL SECTOR	92
10.3	CARACTERISTICAS SOCIALES Y ECONOMICAS	92
10.4	CARACTERISTICAS DE LAS MICROEMPRESAS	94
11	CULTORES DEL CARNAVAL	95
11.1	PRESENTACION	97
11.1.1	Organización productiva y social	97
11.1.2	Nivel de formación	98
11.1.3	Proceso productivo	98
11.1.4	Análisis tecnológico del producto	99
11.1.5	Equipo y herramientas	100
11.1.6	Ingresos	101
11.1.7	Comercialización	102
12.	CONCLUSIONES	103
13.	RECOMENDACIONES	104
	BIBLIOGRAFIA	105



## LISTA DE CUADROS

	<b>pág.</b>
Cuadro 1. Municipios beneficiados con el proyecto	25
Cuadro 2. . Tipo de población.	27
Cuadro 3. Nivel Educativo	27
Cuadro 4. Productos Elaborados	28
Cuadro 5. Genero nuevas ideas	29
Cuadro 6. Asistencia Técnica en Diseño	30
Cuadro 7. Capacitación Tecnológica	30
Cuadro 8. Asimilación de conocimientos	31
Cuadro 9. Asistencia Técnica para mejoramiento Tecnológico.	31
Cuadro 10. Asimilo Conocimientos	32
Cuadro 11. Gestión Empresarial	33
Cuadro 12. Imagen Grafica	35
Cuadro 13. Elementos que aplica	35
Cuadro 14. Eventos Comerciales	36
Cuadro 15. Salarios	36
Cuadro 16. Tipo de población en Génova.	38
Cuadro 17. Nivel Educativo en Génova	38
Cuadro 18. Asistencia Técnica en Diseño Génova	39
Cuadro 19. Incorporo conocimientos en Génova	39
	41

Cuadro 20. Tipo de población de tejedoras en Génova.	
Cuadro 21. Nivel Educativo de Tejedoras en Génova	41
Cuadro 22. Productos Elaborados de Tejedoras en Génova	41
Cuadro 23. Genero Nuevas Ideas	42
Cuadro 24. Asistencia Técnica en Diseño	43
Cuadro 25. Capacitación Tecnológica	43
Cuadro 26. Asimilación de conocimientos	44
Cuadro 27. Asistencia Técnica para mejoramiento Tecnológico	44
Cuadro 28. Incorporo conocimientos	44
Cuadro 29. Asimilo Conocimientos	45
Cuadro 30. Gestión Empresarial	45
Cuadro 31. Incorporó Conocimientos	46
Cuadro 32. Imagen Grafica	48
Cuadro 33. Salarios	49
Cuadro 34. Tipo de población.	50
Cuadro 35. Nivel Educativo.	50
Cuadro 36. Asistencia Técnica en Diseño	51
Cuadro 37. Incorporo Conocimientos.	52
Cuadro 38. Tipo de población.	53
Cuadro 39. Nivel Educativo	53
Cuadro 40. Productos Elaborados	54
Cuadro 41. Genero nuevas ideas.	54

Cuadro 42. Asistencia Técnica en Diseño.	55
Cuadro 43. Capacitación Tecnológica	55
Cuadro 44. Asimilación de conocimientos.	56
Cuadro 45. Asistencia Técnica para mejoramiento Tecnológico.	56
Cuadro 46. Incorporo conocimientos	56
Cuadro 47. Incorporo Conocimientos.	57
Cuadro 48. Gestión Empresarial	58
Cuadro 49. Incorporo Conocimientos	59
Cuadro 50. Imagen Grafica.	60
Cuadro 51. Salarios	61
Cuadro 52. Tipo de población.	65
Cuadro 53. Nivel Educativo	65
Cuadro 54. Asistencia Técnica en Diseño	66
Cuadro 55. Incorporo Conocimientos.	68
Cuadro 56. Incorporo Conocimientos	69
Cuadro 57. Imagen Grafica	70
Cuadro 58. Tipo de Población.	72
Cuadro 59. Nivel Educativo.	72
Cuadro 60. Asistencia Técnica en Diseño	74
Cuadro 61. Incorporo Conocimientos	76

Cuadro 62. Departamento de Nariño Minicadena de la Iraca Precios de los principales productos en rama por Municipio – 2003	87
Cuadro 63. MINICADENA DE LA IRACA LISTA DE PRECIOS DE PRODUCTOS NARIÑENSES EN OTRAS CIUDADES AÑO 2003	90
Cuadro 64. EXPORTACIONES DE MANUFACTURAS DE SAN JUAN DE PASTO Año 2000	93
Cuadro 65. PARTICIPACIÓN DE LAS MANUFACTURAS EN MADERA	94
Cuadro 66. EXPORTACIONES TOTALES COLOMBIANAS SEGÚN MACROSECTOR – SECTOR ACUMULADO ENERO-NOVIEMBRE AÑOS 2002 A 2003 UNION EUROPEA	96
Cuadro 67. Problemas.	100

## LISTA DE FIGURAS

	<b>pág.</b>
Figura 1. Participación talleres de creatividad 2002	29
Figura 2 Participación Talleres de creatividad 2003	29
Figura 3. Capacitación en organización comparación 2002-2003	32
Figura 4. Asistencia en gestión comercial comparación 2002-2003	33
Figura 5. Conocimiento del CENDAR-SIART	34
Figura 6. Capacitación en organización comparación 2002-2003	40
Figura 7. Talleres de Creatividad	42
Figura 8. Capacitación en organización comparación 2002-2003	45
Figura 9. Asistencia técnica en gestión comercial.	46
Figura 10. Prensa	47
Figura 11. Servicios ofrecidos	48
Figura 12. Capacitación en Organización	52
Figura 13. Talleres de Creatividad.	54
Figura 14. Capacitación en organización comparación 2002-2003	57
Figura 15. Asistencia técnica en gestión comercial.	58
Figura 16. Conocimiento CENDAR-SIART.	60
Figura 17. Tejedoras	62
Figura 18. Tinturado	63
Figura 19. Talleres de Creatividad	66



Figura 20. LCD Consulto sobre problemas tecnológicos comparación 2002-2003	67
Figura 21. Capacitacion en organizacion comparacion 2002-2003	68
Figura 22. AT en Gestión Comercial comparación 2002-2003	69
Figura 23. Participación Talleres de creatividad 2003	73
Figura 24. Problemas tecnológicos 2003	74
Figura 25. Capacitación en organización 2003	75
Figura 26. AT en Gestión Comercial 2003	75
Figura 27. Organización productiva y social 1	98
Figura 28. Organización productiva y social 2	98
Figura 29. Nivel de formación	99
Figura 30. Equipos y herramientas	100
Figura 31. Porcentaje de fuente de ingreso procede de la actividad artística del carnaval.	101
Figura 32. ¿Cómo se paga la mano de obra en la actividad del carnaval?	101

## LISTA DE ANEXOS

	<b>pág.</b>
Anexo A. Encuestas	107
Anexo B. Plan de Viaje	112
Anexo C. Legalización de avance	113

## RESUMEN

La caracterización del sector artesanal y medición de impacto del proyecto COL/B7-3110/IB/97/0377, es una actividad realizada para determinar el alcance y la cobertura geográfica que ha tenido el proyecto en el primer año de operación, en las 5 actividades principales planteadas en el cronograma: investigación y desarrollo, capacitación tecnológica, asistencia técnica, promoción y divulgación.

Con estas actividades se pretende resaltar al producto nariñense para que pueda alcanzar un mejor nivel en el mercado, actividad que el Laboratorio colombiano de diseño junto con Artesanías de Colombia están trabajando para que no se pierda esta actividad que por muchos años ha sido tradición familiar.

Para poder evaluar las 5 actividades antes mencionadas se realizó una encuesta a los 13 municipios involucrados en el proyecto de la Iraca, a los 22 artesanos dedicados a trabajar la madera, y los artesanos del carnaval de Negros y Blancos.

La mayor participación del Laboratorio Colombiano de Diseño se ha dado en el municipio de Sandona, con el proyecto de la Iraca, seguido del Mueble étnico y los cultores del carnaval.

Las actividades en general han dado buenos resultados principalmente en los talleres de creatividad en donde se han generado nuevas ideas, nuevos productos, nuevos colores y lo más importante es que ya cuentan con nuevos clientes. La proyección para el 2004 es asesorar a todos los artesanos objetivos del proyecto en comercialización, necesidad que fue expresada por los artesanos.

Las capacitaciones han tenido buenos resultados en cuanto a las nuevas técnicas que aprendieron, resaltan que aprendieron nuevos diseños, principalmente dibujo técnico, tinturado y transformación de materia prima.

En general se puede destacar que la participación del Laboratorio Colombiano de Diseño, Artesanías de Colombia, y la Comunidad Europea, ha sido una muy buena gestión por tanto que los artesanos lo catalogaron Así. En los municipios que lamentablemente el Laboratorio no ha llegado se debe principalmente a que son municipios que recientemente se han querido sumarse a esta actividad, y que por tal razón aún no se puede determinar un diagnóstico real.

## SUMMARY

The characterization of the handmade sector and mensuration of impact of the project COL/B7-3110/IB/97/0377, are an activity carried out to determine the reach and the geographical covering that he/she has had the project in the first year of operation, in the 5 main activities outlined in the chronogram: investigation and development, technological training, technical attendance, promotion and popularization.

With these activities it is sought to stand out to the product nariñense so that it can reach a better level in the market, activity that the Colombian Laboratory of design together with Crafts of Colombia is working so that he/she doesn't get lost this activity that has been family tradition for many years.

To be able to evaluate the 5 activities before mentioned one carries out a survey to the 13 municipalities involved in the project of the Iraca, to the 22 artisans dedicated to work the wood, and the artisans of the carnival of Black and White.

The biggest participation in the Colombian Laboratory of Design has been given in the municipality of Sandona, with the project of the Iraca, followed by the ethnic Piece of furniture and the cultores of the carnival.

The activities in general have given good results mainly in the shops of creativity where new ideas have been generated, new products, new colors and the most important thing is that they already have new clients. The projection for the 2004 is to advise all the objective artisans of the project in commercialization, necessity that was expressed by the artisans.

The trainings have had good results as for the new techniques that learned, they stand out that they learned new designs, mainly drawing technician, tintured and matter transformation prevails.

In general it can stand out that the participation of the Colombian Laboratory of Design, Crafts of Colombia, and the European Community, it has been therefore a very good administration that the artisans classified This way it. In the municipalities that regrettably the Laboratory has not arrived it is mainly to that are municipalities that recently have been wanted to be added to this activity, and that for such a reason you cannot still determine a I diagnose real.

## **INTRODUCCION**

El Laboratorio Colombiano de Diseño es un proyecto creado por Artesanías de Colombia, para apoyar al sector artesanal en el sur occidente colombiano (Cauca, Nariño y Putumayo), su intervención en Desarrollo de nuevos productos, Investigación tecnológica apropiada para el proceso productivo y servicios permiten un mejor desarrollo tanto económico como social.

El proyecto está en ejecución desde Junio de 2002 con la cofinanciación de la Comunidad Europea, en los proyectos laboratorios de paz apoya al sur occidente colombiano (Nariño y Putumayo) con el propósito de erradicar cultivos ilícitos e incentivar los cultivos lícitos, en este caso palma de iraca en Nariño y mopa-mopa en el Putumayo.

Con el proyecto se pretende que el sector artesanal pueda competir con ventajas comparativas, principalmente con productos con alto contenido de diseño e innovados y así pueda alcanzar niveles comerciales favorables a nivel nacional e internacional y no se estanque en esta economía globalizada.

El proyecto está beneficiando la cadena productiva de la Iraca, Mopa-Mopa y Mueble Étnico, además a los artesanos del carnaval de negros y blancos como agentes de preservación de la cultura.

Con esta investigación se pretende medir el impacto que ha tenido el proyecto “Laboratorio Colombiano de Diseño para el sector artesanal” en el primer año de operación (Junio de 2002-Diciembre de 2003) principalmente en las áreas de Diseño, Investigación tecnológica y servicios que permitan contribuir al desarrollo social y económico de la región.

## 1. EL LABORATORIO COLOMBIANO DE DISEÑO

Por iniciativa de Artesanías de Colombia, en asocio con la Cámara de Comercio de Pasto y otras entidades locales (Gobernación de Nariño, Acopi, Cesmag, Fundación Centro de Investigación, Universidad de Nariño y otras.) Se crea el Laboratorio Colombiano de Diseño con el fin de mejorar el trabajo de los artesanos del sur occidente del país, con iniciativa de desarrollo de productos, diseño, creatividad, mercadeo, comunicación y comercialización.

El laboratorio cuenta con una infraestructura adecuada para el desarrollo de las actividades planeadas, personal capacitado en todas las áreas (administrativa, comercial financiera, servicios generales, etc.).

El Laboratorio cuenta con el apoyo de LA UNION EUROPEA, quien funciona bajo el NIT de la Cámara de Comercio de Pasto y es la entidad encargada de coadministrar los recursos financieros del proyecto.

Para el buen funcionamiento de esta entidad, se cuenta con dos codirectores (Nacional – Europeo) quienes son los encargados de vigilar, evaluar y garantizar el buen funcionamiento y avance del proyecto.

El Laboratorio cuenta con profesionales capacitados en cada tema que es de importancia para el sector, (diseñadores industriales, economistas, profesionales en comercio internacional, etc).

### 1.1 PROBLEMA CENTRAL

El problema del sector artesanal del sur occidente colombiano (Nariño, Cauca y Putumayo) radica en la baja competitividad y posicionamiento en el país y en el exterior.

Si partimos del concepto de que la competitividad es la capacidad de una organización de mantener sistemáticamente ventajas competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico; el artesano de esta región presenta una posición débil porque sus ventajas frente a otros competidores son mínimas.

Con esta investigación se pretende detectar de una forma más directa la situación real de los artesanos y determinar el impacto que ha traído consigo las actividades programadas por el proyecto del Laboratorio Colombiano de Diseño.

**Macro localización.** El proyecto Laboratorio Colombiano de Diseño tiene una cobertura en el primer año de ejecución del 15% (3.234 artesanos) de la población artesanal en el sur occidente (Nariño, Cauca y Putumayo).

**Micro localización.** El proyecto estará beneficiando principalmente a cuatro subsectores de la artesanía en Nariño, Cauca y Putumayo, a saber:

- ? Mini cadena de la iraca  
Se tendrán en cuenta a 13 municipios de Nariño.
- ? Barniz de Pasto  
3 municipios de Putumayo y otros del Cauca (teniendo en cuenta sí los problemas de orden publico continúan en estos últimos 5 meses, se dará prioridad a los municipios de Nariño).
- ? Mueble Étnico  
30 Microempresas en Nariño.
- ? Cultores del Carnaval  
22 artesanos

**Cuadro 1. Municipios beneficiados con el proyecto**

Proyecto minicadena	Municipios
Iraca	Linares, Ancuya, Consacá, Sandona, la Florida, Colon Génova, San Pablo, La Unión, La Cruz, Ospina, Sapuyes, los Andes-Sotomayor, Pupiales.
Madera	30 Microempresas en Pasto
Barniz de Pasto	Pasto, Villa Garzón, Orito, Mocoa
Cultores del carnaval	22 artesanos

**1.2 OBJETIVOS**

**1.2.1 Objetivo General.** Caracterizar el sector artesanal del Sur occidente colombiano (Nariño, Cauca, Putumayo) principalmente en los subsectores de la IRACA, MOPA-MOPA, MUEBLE ETNICO Y CULTORES DEL CARNAVAL

**1.2.2 Objetivos Específicos.**

- ? Medir el impacto del proyecto.
- ? Identificar la situación inicial de los grupos artesanales atendidos en el primer año por el proyecto Laboratorio Colombiano de Diseño, con base en los indicadores de seguimiento y de medición de impacto del proyecto.

- ? Conocer los canales comerciales /clientes nacionales en Bogotá, Medellín, Cali, Cartagena, San Andrés y Bucaramanga, potenciales para los muebles y accesorios de decoración de interiores.
- ? Conocer las necesidades del mercado respecto a muebles y accesorios de decoración de interiores.
- ? Identificar el movimiento de las exportaciones l actual respecto a los productores nacionales de productos en madera.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

Esta propuesta está encaminada a determinar las regiones artesanales del sur occidente colombiano y con ellas poder identificar la situación real del sector y evaluar las actividades planteadas en el POA1 (Plan Operativo Anual).

Es importante realizar esta investigación ya que de esta manera podremos determinar el impacto del proyecto que adelanta el Laboratorio Colombiano de Diseño con la Comunidad Europea y determinar el beneficio para la Mini cadena de la Iraca-Mopa-Mopa, Mueble Étnico y Cultores del Carnaval principalmente para los agentes directos (artesanos) y su aporte a la economía regional.

Considerando que el subsector artesanal, tiene aun serias dificultades para integrarse en el nuevo planteamiento comercial y para adaptarse a las necesidades reales de las sociedades consumidoras, Artesanías de Colombia S.A. ha formulado su política de apoyo orientada al desarrollo de la competitividad, transformación productiva, apropiación, transferencia de tecnología y asistencia técnica a las actividades artesanales con el fin de generar una oferta con altos niveles de productividad y competitividad, que le permitan al subsector, ganar un lugar en el mercado internacional, a resolver en el corto plazo problemas de desempleo, evitar las migraciones etc., y a estabilizar la actividad artesanal como sector socioeconómico y cultural de la región.



## 2. CADENA PRODUCTIVA DE LA IRACA

### 2.1. SANDONA - LA FLORIDA

Desde hace mucho tiempo estos municipios se han constituido como regiones dedicadas al tejido del sombrero como tradición familiar y comercialización de los mismos.

Se destaca aquí la participación de la población urbana con un 68% y 32% correspondiente a la población rural.

#### Cuadro 2. . Tipo de población.

TIPO DE POBLACION	N0	%
Urbana	17	68
Rural	8	32
TOTAL	25	100

Esta situación (68%) se da porque las tejedoras en su mayoría realizan el trabajo en sus casas que están situados en la zona urbana tanto de Sandona como del municipio de la Florida. El 32% corresponde a las veredas aledañas.

#### Cuadro 3. Nivel Educativo.

nivel educativo	# encuestados	%
primaria incompleta	14	56
Primaria completa	6	24
Bachillerato	5	20
formación técnica	0	
Universitario	0	
Universitario	0	
TOTAL	25	100

El nivel educativo esta representado por un 56%, 24% y un 20% para primaria incompleta, primaria completa y bachillerato respectivamente. El nivel de educación esta en función de diversos factores o variables determinantes en una sociedad y una de las principales es el nivel de ingresos de cada individuo. Otro factor determinante en este proceso es el desarrollo de las regiones, que trae consigo desarrollo social y económico.

Sandona es una región que se ha dedicado a las actividades comerciales desde hace mucho tiempo y por tradición se han mantenido dichas actividades pero que no son suficientes para apoyar el desarrollo social. Las personas se han dedicado al trabajo artesanal dejando en otro plano la educación.

Se debe tener en cuenta que el 56% corresponde a personas con edad promedio de 50-65 años, el 24% a personas entre 30-45 años y el 20% a las personas de 17-29 años.

**2.1.1 Elaboración de productos.** Los productos que elaboraron en el año 2002 se pueden destacar principalmente los sombreros con un 40%. Pavas con 12%, bolsos con 28%, muñequería con un 8%, y miniaturas con 12%.

**Cuadro 4. Productos Elaborados.**

PRODUCTOS ELABORADOS 2002	# ENCUESTA DOS	%	PRODUCTOS ELABORADOS 2003	# ENCUESTA DOS	%
Sombreros	10	40	Sombreros	11	44
Pavas	3	12	Pavas	4	16
Bolsos	7	28	Bolsos	7	28
Muñequería	2	8	Muñequería	1	4
Miniaturas	3	12	Individuales	2	8
TOTAL	25	100	TOTAL	25	100

Se puede apreciar que la producción de sombreros es la actividad a la que más se dedican, representando para el 2003 un incremento con una producción de 44%.

El producto que esta en segundo lugar, son las pavas pasando del 12% (2002) al 16% (2003).

La producción de muñequería para el año 2003 tiene una disminución de la producción ya que de 8% que represento en el año 2002 pasó a 4%.

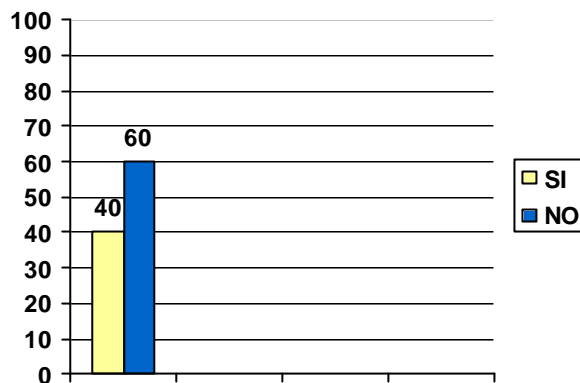
Además para este año se destaca la elaboración de individuales representando el 8% de la producción.

De esta manera las ventas que se realizaron para el 2002, sin incluir ventas de ferias en promedio para el 2002 fue de \$90.000.000 con un costo de producción de \$40.000.000, representando una utilidad en el año de \$50.000.000 es decir una rentabilidad de \$6.000.000 por taller (3).y \$32.000.000 para las tejedoras (22) destacándose que los talleres de terminado obtienen el mayor beneficio.

Nota: no se pudo determinar las ventas para el año 2003 debido a que los talleres no poseen información exacta.

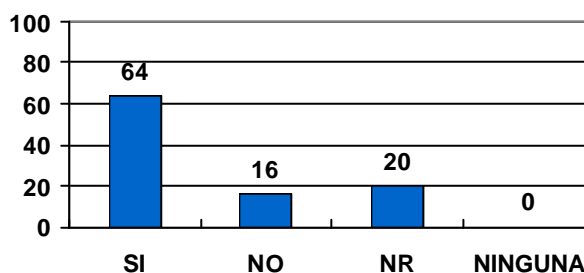
### 2.1.2 Talleres de Creatividad.

**Figura 1. Participación talleres de creatividad 2002**



Los talleres de creatividad han sido uno de los componentes más importantes para el desarrollo de nuevos productos, ya que se destacan las ideas de los artesanos para crear y elaborar productos, utilizando nueva tecnología pero sin perder la esencia de lo que es el producto artesanal.

**Figura 2 Participación Talleres de creatividad 2003**



**Cuadro 5. Genero nuevas ideas.**

SI	NO	NO RESPON.	NADA
68%	4%	28%	0%

Para el año 2003 se da un incremento del 20% de participación de los artesanos, destacando que estas actividades tuvieron acogida y por medio de estas se generaron mejores y nuevas

ideas (68%), resultado que se refleja en productos con nuevos diseños e innovadores. El 4% corresponde a las personas que no participaron en estos talleres y aquellas que no se enteraron por falta de información con un 28%, como lo manifestaron los encuestados.

### 2.1.3 Asistencia técnica en diseño.

**Cuadro 6. Asistencia Técnica en Diseño**

ATECNICA DISEÑO 2002	# encuestados	%	ATECNICA DISEÑO 2003	# encuestados	%
Dimensiones	4	16	Dimensiones	5	20
Acabados	5	20	Acabados	2	8
Empaque	4	16	Empaque	5	20
Tendencias	4	16	Tendencias	3	12
Exhibición	3	12	Exhibición	3	12
Color	5	20	Color	7	28
TOTAL	25	100	TOTAL	25	100

Para el año 2002 se brindo asistencia técnica en acabados representando el 20%, al igual que para color. En el año 2003 se brindo mayor asistencia en color, empaque y dimensiones; descuidando la asistencia en tendencias y empaque ya que se presento una disminución.

**2.1.4 Problemas tecnológicos.** Se debe tener en cuenta que cuando se habla de tecnología no se refiere al uso de maquinaria sofisticada pues perdería su esencia artesanal; esta se refiere al conjunto de conocimientos tradicionales pero sin renunciar al uso de ideas innovadoras que se pueden aplicar en la producción.

Para el año 2003 se consulto a la población acerca de problemas tecnológicos que tenia y el 56% respondió afirmativamente, el 24% respondió que no, y el 20% no respondió; lo que significa que desde el año 2002 se esta capacitando al sector en tinturado con un 52%, transformación de la materia prima, con un incremento para el 2003 pasando de 4% a 20% y en acabados que tuvo una disminución para este año, de 44% a 28%.

**Cuadro 7. Capacitación Tecnológica.**

CAPACITACION TECNOLÓGICA 2002	# Encuestados	%	CAPACITACION TECNOLÓGICA 2003	# Encuestados	%
Tinturado	13	52	Tinturado	13	52
Acabados	11	44	Acabados	11	28
Transforma. MP	1	4	Transforma. MP	1	20
TOTAL	25	100	TOTAL	25	100

### Cuadro 8. Asimilación de conocimientos.

ASIMILO CONOCIMIENTOS	# Encuestados	%
Todo	14	56
Mucho	5	20
Poco	4	16
Nada	2	8
TOTAL	25	100

El 56% asimilaron los conocimientos del total a quienes se les brindo dichas capacitaciones, el 8% corresponde a las personas que respondieron que ya tenían conocimiento sobre dichos temas.

**2.1.5 Asistencia técnica para mejoramiento tecnológico.** Para que un producto pueda ser competitivo frente a otros productos, la característica principal es que sea de buena calidad y se utilicen tecnologías apropiadas para mejorar cada vez más, el producto.

### Cuadro 9. Asistencia Técnica para mejoramiento Tecnológico..

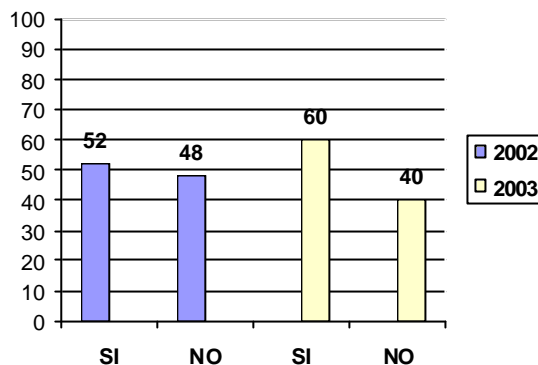
AT MEJORAMIENTO TECNOLOGICO2002	# Encuestados	%	AT MEJORAMIENTO TECNOLOGICO2003	# Encuestados	%
Blanqueado	5	20	Blanqueado	7	28
Tinturado	2	8	Tinturado	10	40
Cultivo	0	0	Cultivo	0	0
Transformación MP	0	0	Transformación MP	0	0
flujo de producción	5	20	flujo de producción	2	8
no responden	13	52	No responden	6	24
TOTAL	25	100	TOTAL	25	100

Para el año 2003 se asiste en tinturado representando el 40% a diferencia del año anterior que solo alcanzo un 8% Esta cifra se pudo haber dado debido a que se hizo mayor énfasis en asistir en blanqueado, de esta manera para este año se tuvo en cuenta que el blanqueado y el tinturado son dos actividades complementarias y se debe asistir de igual manera.

El 40% asimilo e incorporo las nuevas técnicas en su proceso productivo, no de una manera total pero intenta hacerlo de una manera consecutiva para no olvidar las enseñanzas y poder mejorar cada vez más. El 20 % representa las personas que dijeron no haber incorporado estas técnicas ya que no asimilaron los conocimientos y otras personas afirmaron que ya lo sabían.

### 2.1.6 Capacitación Organización.

**Figura 3. Capacitación en organización comparación 2002-2003**



Para el año 2003 60% de las personas que se encuestaron están mejor organizadas a diferencia del 2002 que representaba el 52%.

Se nota claramente que va aumentando su nivel de organización y las personas se preocupan por mejorar poco a poco. El 40% restante para el 2003 respondió negativamente debido a que cada tejedora trabaja en sus casas, y no se encuentran asociadas o apenas quieren organizarse, como la Asociación Artesanas para un Futuro Mejor.

### Cuadro 10. Asimilo Conocimientos.

ASIMILO CONOCIMIENTOS	# Encuestados	%
Todo	0	0
Mucho	10	40
Poco	10	40
Nada	5	20
TOTAL	25	100

El 40 % asimilo e incorporo los conocimientos adquiridos en estas capacitaciones de una manera casi total, el otro 40% lo hizo de una forma regular, y el 20% restante dice que no.

**2.1.7 Conflicto en el grupo.** Las tejedoras y los integrantes de talleres de terminado que se encuestaron no tienen conflicto en su grupo representando el 68% y tan solo el 32% lo tienen, pero en nivel bajo este porcentaje esta representado por aquellos grupos que recientemente se han organizado.

**2.1.8 Asistencia técnica para mejoramiento de puesto de trabajo.** Para el año 2002 y 2003 los encuestados dicen que siguen trabajando en las mismas condiciones de hace algunos años, tan solo se ha mejorado en un 4%, es decir que no cuentan con un taller

adecuado para tejido y talleres de terminado, pues las labores las siguen realizando en sus casas es decir el 96%.

### 2.1.9 Capacitación en gestión empresarial

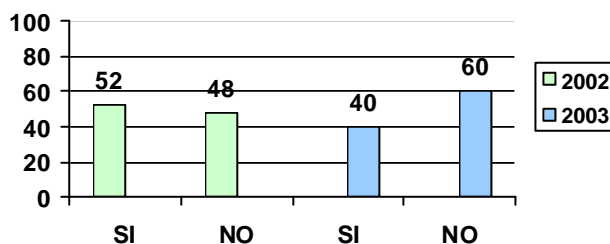
**Cuadro 11. Gestión Empresarial.**

GESTION EMPRESARAL2002	# Encuestados	%	GESTION EMPRESARAL2003	# Encuestados	%
Contabilidad	6	24	Contabilidad	8	32
finanzas	3	12	finanzas	1	4
Mercadeo	2	8	Mercadeo	1	4
Administración	2	8	Administración	8	32
Nada	12	48	no responden	7	28
TOTAL	25	100	TOTAL	25	100

El 32% de las tejedoras encuestadas recibieron capacitación en contabilidad, dándose una diferencia con respecto al año anterior. También se puede destacar la capacitación que se brindó en administración pasando de un 8% a 32% que es muy representativo para el sector. En su mayoría las tejedoras han puesto en práctica los conocimientos adquiridos, teniendo en cuenta que no pueden aplicar todo, ya que necesitan mayor experiencia.

### 2.2 ASISTENCIA TÉCNICA EN GESTION COMERCIAL

**Figura 4. Asistencia en gestión comercial comparación 2002-2003**



Para el año 2003 se da una disminución en cuanto a la capacitación en gestión comercial, pues la mayoría de las tejedoras manifestaron, que se les asistiera en comercialización de productos principalmente para conocer clientes fuera de la región.

Se destaca aquí la asistencia que han recibido en cuanto a la formulación de precios y costos, el 68% formula mejor sus precios contra un 32% que es la población que no ha puesto en práctica lo enseñado.

**2.2.1 Plan de negocios.** El 52% cuenta con un plan de negocios que esta representado por los talleres de terminado quienes realizan la comercialización de los productos y son los que contactan a diferentes clientes en ciudades como Bogotá, Cali, Medellín, etc.

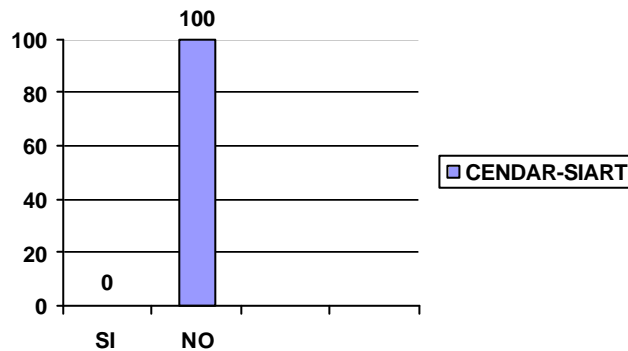
**2.2.2 Misiones comerciales.** El 16% participo en misiones comerciales, el 52% no responde, declaran que solo participan los representantes del los talleres y comercializares beneficiándose por medio del trabajo de las tejedoras sin que estas reciban méritos.

**2.2.3 Referencias de clientes.** El 20% afirma que el Laboratorio si les ha referenciado con clientes. El 56% de los encuestados dicen que el Laboratorio no los a referenciado con clientes, el 24% no responde, debido a que no saben si los referenciaron con algún cliente.

**2.2.4 Eventos comerciales.** Se pregunto sobre la participación de eventos comerciales programados por el Laboratorio de Diseño, el 56% respondió que sí, el 20% dice que no, pues no enteraron de dichos eventos. El 24% no responde por que declaran que solo se invita a los representantes de las asociaciones.

**2.2.5 Servicios ofrecidos.** Las preguntas en cuanto a este tema se refiere, se realizaron a pesar de que ya se conocía la respuesta, pues el Centro de Documentación presta sus servicios en forma irregular y es conocido por un pequeño grupo que en su mayoría son estudiantes. Este servicio en la actualidad es utilizado por el personal interno del Laboratorio y algunos estudiantes de las universidades.

**Figura 5. Conocimiento del CENDAR-SIART**



Las personas no tiene conocimiento del CENDAR, y el SIART , solo han escuchado hablar pero no lo conocen. Es así como el SIART a diferencia del CENDAR tiene mayor grado de respuesta, pero aclarando que solo han escuchado hablar.

**2.2.6 Productos vendidos en el almacén del LCD.** El 36% si ha vendido sus productos en el Almacén del Laboratorio y el 32% no lo ha hecho, representando un porcentaje mayor; esto se debe principalmente a que los productos que se venden en el Laboratorio son



asesorados por los diseñadores, para así obtener un producto de mejor calidad, EL 32% NO responde.

### 2.2.7 Catalogo e Imagen Gráfica

**Cuadro 12. Imagen Grafica.**

TALLER CUENTA	# encuestados	%
Catalogo	8	32
imagen gráfica	17	68
TOTAL	25	100

El 32% cuentan con catalogo y un 68% poseen imagen gráfica.

**Cuadro 13. Elementos que aplica**

ELEMENTOS A LOS QUE APLICA		
Pendón	# encuestados	%
Valla	0	
Etiqueta	15	60
Aviso	0	
Papelería	10	40
TOTAL	25	100

Su imagen gráfica en un 60% la aplican en etiquetas

## 2.2.8 Participación en eventos comerciales LCD

**Cuadro 14. Eventos Comerciales**

EVENTOS COMERCIALES 2002		
ciudad	# encuestados	Ventas promedio
Cali	3	9.166.666
Expoartesanas	5	9.000.000
Agroexpo	2	6.500.000
Medellín	4	9.875.000
ninguno	11	-
TOTAL	25	34.541.666

La ciudad de mayor participación en ferias es Bogotá con un porcentaje de 20% Expoartesanas y Agroexpo, en este orden sigue Medellín con una participación del 16% y Cali con una participación del 12%. estas son las ciudades en donde más han participado, pero Medellín es la ciudad donde mayores ventas se obtuvieron. Se destaca además como un dato muy importante que el 52% no participo en ferias comerciales.

Nota. Para este año (2003) la feria a la cual asistieron fue Agroexpo y Expoartesanas pero no se obtuvieron datos de las ventas debido a que aun no poseen la información real.

## 2.2.9 Salario de operarios.

**Cuadro 15. Salarios**

SALARIOS			
CANTIDAD (\$)	# de personas	SALARIO PROMEDIO	%
30.000	5	150.000	20
40.000	8	320.000	32
60.000	4	240.000	16
80.000	3	240.000	12
100.000	3	300.000	12
120.000	2	240.000	8
TOTAL	25	1.490.000	100

El salario de las tejedoras que es el de la mayoría es de \$40.000 mensuales que representa el 32%, teniendo en cuenta que este salario depende de los sombreros que elabore (corriente, fino, superfino) y para los talleres de terminado depende de cuantos sombreros termine dándoles el acabado correspondiente, es decir que aquí se encuentran las personas que ganan entre \$80.000 y \$100.000.

El mayor tiempo y trabajo lo dedican las tejedoras y es el que menos remuneración tiene, a diferencia de los operarios de los talleres de terminado.

### **2.3 PERSONAL EXTRA EN TEMPORADAS ESPECIALES**

El 64% de los encuestados contratan personal extra en temporadas especiales, principalmente para épocas decembrinas y carnavales. El 36% no contratan personal extra, este resultado se debe a que las tejedoras de la zona rural no tienen una gran demanda como sucede en la zona urbana y no están en condiciones de pagar personal extra.

### 3. COLON GENOVA

Este municipio cuenta con la participación de todos los eslabones de la minicadena de la Iraca (cultivo, transformación, tejido, terminado y comercialización).

#### 3.1 ESLABÓN DE CULTIVADORES Y RIPIADORES

La edad de los cultivadores y transformadores de la materia prima en este municipio oscila en promedio entre los 25-60 años, la participación es en su totalidad es de la población rural (100%) destacándose las veredas de Villanueva y Las Lajas, en donde se encuentran los cultivos de la Palma de Iraca.

**Cuadro 16. Tipo de población en Génova**

TIPO DE POBLACION	# encuestados	%
Urbana	0	0
Rural	10	100
Total	10	100

El nivel educativo de esta población esta representado por un 70% de primaria incompleta que es el de mayor relevancia y el 20% realizaron el nivel de primaria completa; al igual que en otros municipios de la región nariñense es común que en este tipo de poblaciones rurales y con personas de avanzada edad no hayan alcanzado un nivel de educación superior, tan solo el 10% que esta representado en las personas más jóvenes, alcanzaron nivel educativo superior.

**Cuadro 17. Nivel Educativo en Génova.**

NIVEL EDUCATIVO	# ENCUESTADOS	%
primaria incompleta	7	70
Primaria completa	2	20
Bachillerato	1	10
formación técnica	0	0
Universitario	0	0
TOTAL	10	100

Para este eslabón las preguntas que contestaron fueron las siguientes:

**3.1.1 Problemas tecnológicos en el proceso.** Se debe tener en cuenta que los problemas tecnológicos en este eslabón cambia de sentido, ya que aquí se habla de instrumentos de

trabajo, es decir tecnología que se utiliza para cultivar la Palma de Iraca y transformación de la materia prima.

El 60% respondió de una manera afirmativa a la pregunta ¿Si el Laboratorio lo consulto acerca de problemas tecnológicos?, 40% respondió negativamente. Esto se debe principalmente a que los cultivadores no estaban dedicados al cultivo de la Iraca, esta es una actividad que no es de interés de todos los agricultores de la región, ellos se han dedicado al cultivo del café y la caña, y dejando a un lado el cultivo de la Iraca, sin tener en cuenta que tienen menores costos de producción.

**3.1.2 Asistencia técnica para mejoramiento tecnológico.** La asistencia técnica se refiere principalmente al mejoramiento en la obtención de la materia prima.

Este eslabón es considerado de mucha importancia ya que requiere de mano de obra tanto para el cultivo como para la transformación de materia prima.

**Cuadro 18. Asistencia Técnica en Diseño Génova.**

AT MEJORAMIENTO TECNOLÓGICO2002	# encuestados	%	AT MEJORAMIENTO TECNOLÓGICO2003	# encuestados	%
Anqueado	3	30	Blanqueado	4	40
Tinturado	1	10	Tinturado	0	
Cultivo			Cultivo	0	
Transformación .mp	4	40	Transformación .mp	6	60
no responden	2	20	no responden	0	
TOTAL	10	100	TOTAL	10	100

Para el año 2003 se tiene un incremento de la participación de los cultivadores en cuanto a asistencias en transformación de la materia prima y blanqueado, que pasa de 30 a 40% y de 60% a 40% respectivamente. En el cuadro se puede como se ha dado prioridad a la asistencia en blanqueado y transformación de la materia prima descuidando el resto de las asistencias.

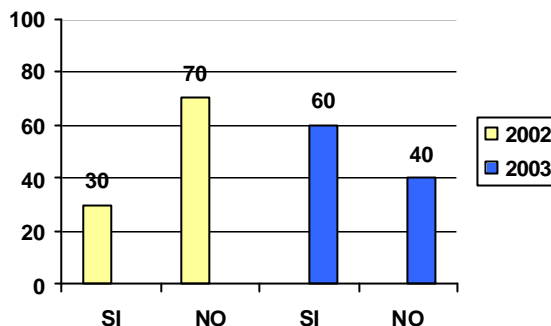
**Cuadro 19. Incorporo conocimientos en Génova.**

ASIMILO CONOCIMIENTOS	# encuestados	%
Todo	2	20
Poco	8	80
Nada	0	0
TOTAL	10	100

Como se aclaró inicialmente los cultivadores se encuentran en su primera fase, y por tal razón algunos han puesto en práctica todo lo aprendido representando así el 20% y la gran mayoría dice que poco están aplicando estas asistencias (80%).

### 3.1.3 Capacitación organización.

Figura 6. Capacitación en organización comparación 2002-2003



Los cultivadores encuestados afirman que con las capacitaciones que se les ha brindado tienen un mejor nivel en la organización, pues ha diferencia del año 2002 (30%) recibió asistencia en organización, ya para el año 2003 60% recibe la capacitación en organización, calificando como una buena labor, ya que de esta manera ellos han podido reunirse con el resto de los agricultores y poder discutir la problemática que tienen los eslabones (agricultores-ripiadores).

La organización del cultivo de la Iraca en mi concepto es el más importante de la cadena productiva, ya que de aquí se obtiene el insumo principal (la paja).

Pero la mayoría de los cultivadores no le ha dado la importancia necesaria, y han reemplazando la iraca por la caña, sin darse cuenta que al hacerlo están incurriendo en mayores costos, pues el cultivo de la Iraca no necesita de insumos costosos ni cuidados especiales, por esta razón de debe asistir consecutivamente a este eslabón para que no pierda importancia.

**3.1.4 Eslabón para tejedoras, talleres de terminado y comercialización.** Estos municipios se dedican al tejido del sombrero como una actividad tradicional, pero que no esta lo suficientemente fortalecida, no se da una producción en forma seriada y por esta razón los comercializares y talleres de terminado compran los sombreros al municipio de San Pablo.

Los talleres de terminado y las tejedoras se encuentran ubicados en la zona urbana representando el 73,33% de la población encuestada, y un 26,66% representa la población rural correspondiente a las veredas aledañas.

### Cuadro 20. Tipo de población de tejedoras en Génova

TIPO DE POBLACION	N0	%
Urbana	11	73.73
Rural	4	26,66
TOTAL	15	100

El nivel educativo esta representado por un 66.6%, 26,66% y un 6,66% para primaria incompleta, primaria completa y bachillerato respectivamente.

### Cuadro 21. Nivel Educativo de Tejedoras en Génova

NIVEL EDUCATIVO	# encuestados	%
primaria incompleta	10	66.66
Primaria completa	4	26.66
Bachillerato	1	6.66
formación técnica	0	0
Universitario	0	0
TOTAL	15	100

El 6.71% corresponde a personas con edad promedio de 45-65 años, el 2,98 % a personas entre 30-45 años y el 0,74% a las personas de 17-29 años.

**3.1.5 Elaboración de productos.** Los productos que elaboraron en el año 2002 se pueden destacar principalmente los sombreros con un 46,66% a diferencia del año 2003 que represento el 86,66%, pero disminuyendo la producción de otros artículos secundarios como son las pavas y los bolsos.

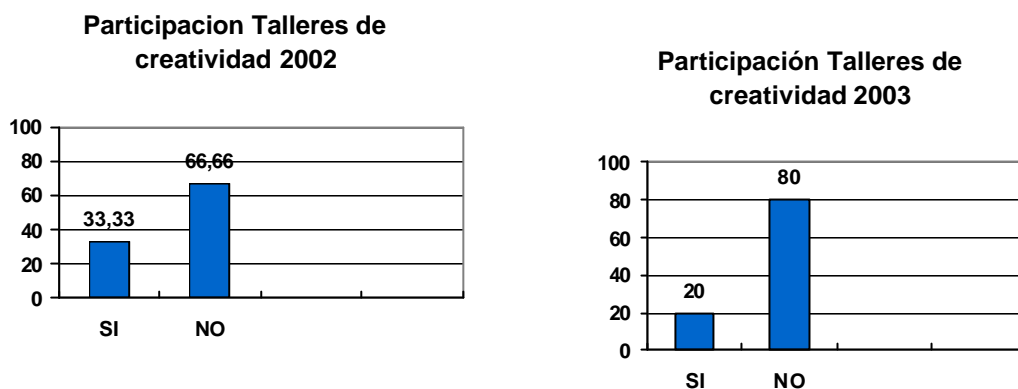
### Cuadro 22. Productos Elaborados de Tejedoras en Génova

PRODUCTOS ELABORO 2002	# encuestados	%
Sombreros	7	46.66
Pavas	3	20
Bolsos	3	20
Muñequería	1	6,66
Miniaturas	1	6,66
TOTAL	15	100

Nota: no se pudo determinar las ventas para el año 2002 y 2003 debido a que los talleres no poseen esta información, afirman que no facturan el sombrero, ni llevan cuenta de cuanto sombrero tejen.

### 3.1.6 Talleres de creatividad

**Figura 7. Talleres de Creatividad**



**Cuadro 23. Genero Nuevas Ideas**

SI	NO	NO RESPON.	NADA
20%	80%	0%	0%

Para el año 2002 se da la participación de los artesanos, en los talleres de creatividad a diferencia del 2003 que baja su participación debido a que no todos los artesanos pueden asistir a estos eventos por que afirman que no tienen tiempo para desplazarse hasta la Ciudad de Pasto, ni tampoco cuentan con los recursos monetarios.

De tal manera que no se puede preguntar si generaron nuevas ideas, tan solo el 20% si lo hicieron que corresponde a las personas que asistieron.. Aquí se debe tener en cuenta que aquellas personas que asisten son los representantes de las tejedoras y talleres.



### 3.1.7 Asistencia técnica en diseño.

**Cuadro 24. Asistencia Técnica en Diseño**

AT TECNICA DISEÑO 2002	# encuestados	%	AT TECNICA DISEÑO 2003	# encuestados	%
Dimensiones	8	53,33	Dimensiones	9	60
Acabados	1	6,66	Acabados	2	13,33
Empaque	1	6,66	Empaque	1	6,66
Tendencias	2	13,33	Tendencias	1	6,66
Exhibición		0	Exhibición		0
Color	1	6,66	Color	2	13,33
Ninguno	2	13,33	Ninguno		0
TOTAL	15	100	TOTAL	15	100

Se brindo asistencia a las artesanas en Dimensiones tanto en el año 2002, como en el 2003, destacando que se hizo mayor énfasis en este último año, esto quiere decir que las artesanas están interesadas en que su sombrero sea de mejor calidad. En general se observa que hay un incremento con referencia al año 2002.

Algunos talleres de terminado y de tejido, declaran que apenas están en etapa de conformación de asociaciones y recientemente han empezado a trabajar como grupo.

### 3.1.8 Problemas tecnológicos.

**Cuadro 25. Capacitación Tecnológica**

Capacitación Tecnológica 2002	# encuestados	%	Capacitación Tecnológica 2003	# encuestados	%
Tinturado			Tinturado	7	46,66
Acabados	6	40	Acabados	3	20
Transformación .mp			Transformación .mp	2	13,33
Ninguno	9	60	Ninguno	3	20
TOTAL	15	100	TOTAL	15	100

Para el año 2002 las artesanas tenían deficiencias en tinturado y transformación de materia prima, que fue lo más relevante en este tema, para el 2003 se capacitaron un 46,66%, de igual manera se capacito en Transformación de materia prima en 13,33%.

Se nota claramente el interés por aprender nuevas formas de transformación de la materia prima.

### Cuadro 26. Asimilación de conocimientos

ASIMILO CONOCIMIENTOS		
	# encuestados	%
Todo		
mucho		0
poco	15	100
nada		0
TOTAL	15	100

Las artesanas tienen un gran interés en aprender a tinturar, pero afirman que asimilaron estos conocimientos de una forma regular debido a que no han puesto en práctica esta capacitación.

### 3.1.9 Asistencia Técnica Para Mejoramiento Tecnológico.

#### Cuadro 27. Asistencia Técnica para mejoramiento Tecnológico

AT MEJORAMIENTO TECNOLÓGICO 2002	# encuestados	%	AT MEJORAMIENTO TECNOLÓGICO 2003	# encuestados	%
Blanqueado	3	20	blanqueado	5	33,33
Tinturado	1	6,66	tinturado	3	20
Cultivo		0	cultivo	0	0
Transformación .mp	1	6,66	Transformación .mp	2	13,33
Flujo de producción	2	13,33	flujo de producción	3	20
no responden	8	53,33	no responden	3	20
TOTAL	15	100	TOTAL	15	100

Para el año 2002 se asiste en blanqueado en un 20% incrementando esta asistencia para el año 2003 pasando a 33.33%. En general se da un incremento en las asistencias técnicas, es decir que los artesanos se interesan cada vez más por sacar productos de mejor calidad.

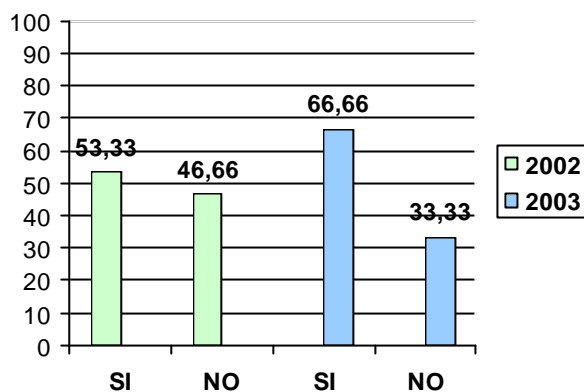
#### Cuadro 28. Incorporo conocimientos

ASIMILO CONOCIMIENTOS		
	# encuestados	%
Todo	0	0
Mucho		0
Poco	15	100
TOTAL	15	100

El total de los encuestados afirman que asimilaron los conocimientos de una manera regular, se han dado cuenta que no pueden dar un buen tinturado al sombrero, pues estos quedan con diferente tonalidad, y a la mayoría de las tejedoras se les dañó la fibra, esto se debió a la poca experiencia al utilizar los materiales.

### 3.2 CAPACITACION ORGANIZACIÓN

**Figura 8. Capacitación en organización comparación 2002-2003**



Se observa que hay un incremento de la capacitación en organización, lo que ha traído como resultado que los artesanos se encuentran mejor organizados. Esto se entiende que asimilaron los conocimientos (100%) y esto se refleja en las primeras asociaciones que han conformado.

**Cuadro 29. Asimilo Conocimientos**

ASIMILO CONOCIMIENTOS		
Todo		0
Mucho	15	100
Poco		0
TOTAL	15	100

#### 3.2.1 Capacitación en gestión empresarial.

**Cuadro 30. Gestión Empresarial**

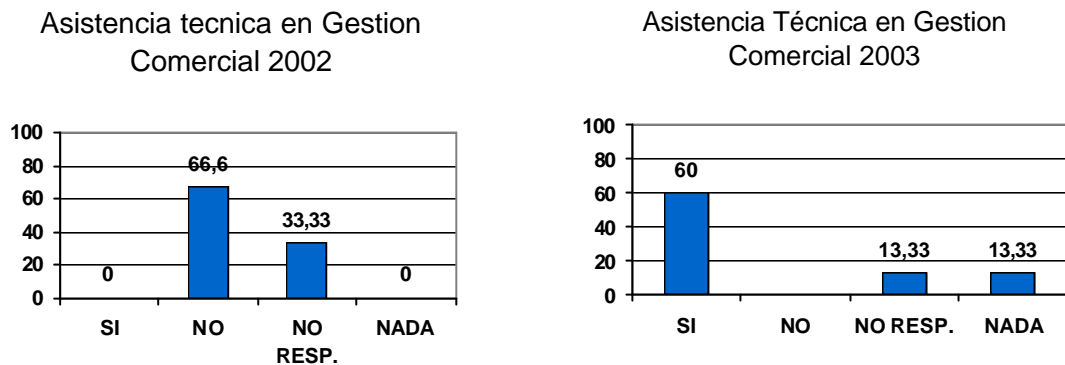
CAPACITAC GESTION EMPRESARIAL2003	# encuestados	%
contabilidad		
Finanzas		
mercadeo		
administración	3	20
Nada	12	80
TOTAL	15	100

CAPACITAC GESTION EMPRESARIAL2003	% encuestados	%
contabilidad	3	20
finanzas	1	6.66
mercadeo	1	6.66
Administración	5	33.33
no responden	5	33.33
TOTAL	15	100

El 20 de las personas encuestadas recibieron capacitación en contabilidad , a diferencia del año anterior que no recibieron. También se puede destacar la capacitación que se brindo en administración pasando de un 20% a 33%. Es importante destacar el 20% restante que recibió capacitación en Contabilidad.

### 3.2.2 Asistencia técnica en gestión comercial.

**Figura 9. Asistencia técnica en gestión comercial.**



Para el año 2003 se incrementa la capacitación en gestión comercial, pero las personas que no contestan son en su mayoría las tejedoras, situación que se refleja en el hecho de que no participaron de estas capacitaciones.

### Cuadro 31. Incorporó Conocimientos

ASIMILO CONOCIMIENTOS		
	# encuestados	%
Todo		
mucho		0
poco	6	40
nada	9	60
TOTAL	15	100

Las personas dicen que poco asimilaron estas capacitaciones 40% por que aún no han conseguido contactar clientes diferentes a los que ya tienen.

**3.2.3 Conflicto en el grupo.** El 46,66% dice que existe conflicto en el grupo pero en un nivel bajo, esto debido a que hay diferencia de opiniones, pero que eso se soluciona de una manera rápida. El 40% piensa que no hay conflicto en el grupo, pues los problemas se solucionan a tiempo.

El porcentaje restante 13,33% corresponde a las personas que no contestaron.

**3.2.4 Mejoramiento de puesto de trabajo.** Para poder hablar de asistencia en mejoramiento del puesto de trabajo se necesita tener los recursos monetarios suficientes, y los artesanos no lo tienen, de este modo se concluye que se esta organizando de una mejor manera el lugar de trabajo.

Solo el 20% respondo que sí han mejorado su puesto de trabajo pero no de una manera adecuada. Se estableció el lugar del tejido y el lugar donde se podrían ubicar las prensadoras en el caso de los talleres de terminado, pero la situación sigue siendo molesta representando el 80%.

**Figura 10. Prensa**



En la fotografía se puede observar que la prensadora no esta ubicada en un lugar adecuado, y causa molestias para trabajar.

**3.2.5 Plan de negocios.** El total de las personas encuestadas 15 (100%) no cuenta con un plan de negocios, sus productos se venden en el mercado interno en función de la Demanda.

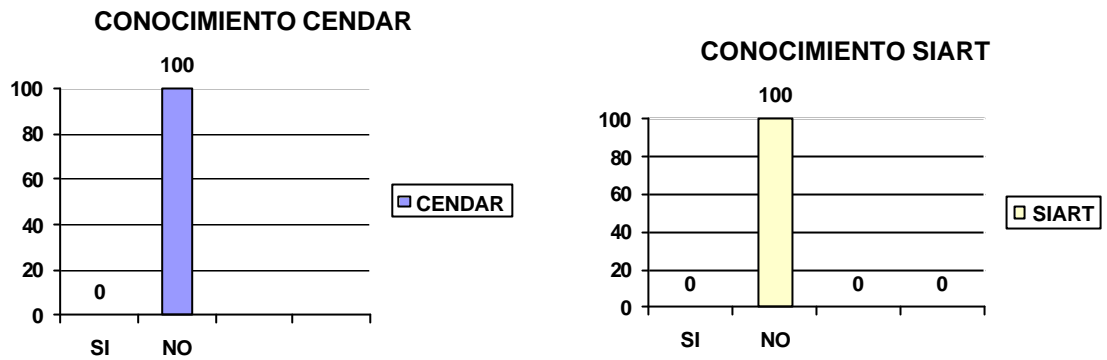
**3.2.6 Misiones comerciales.** El total de las personas encuestadas respondieron que no han participado en misiones comerciales (100%).

**3.2.7 Referencias de clientes.** El 100% representa el total de los encuestados y respondieron que el Laboratorio no los ha referenciado con ningún cliente.

**3.2.8 Eventos comerciales.** El 53,33% si participo del evento que realizo el LCD, el 46,66% no lo hizo, y la causa principal es que no disponían de dinero para desplazarse hasta la ciudad de Pasto.

### 3.2.9 Servicios ofrecidos.

Figura 11. Servicios ofrecidos



Las personas no tienen conocimiento del CENDAR, y el SIART.

### 3.3 PRODUCTOS VENDIDOS EN EL ALMACEN DEL LCD

El total de las personas encuestadas (100%) respondieron que no han vendido sus productos en el LCD.

#### 3.3.1 Catalogo e imagen grafica

Cuadro 32. Imagen Grafica

TALLER CUENTA		
	# encuestados	%
Catalogo	0	0%
imagen gráfica	0	0%
Ninguna	15	100
TOTAL	15	100
APLICAN		
	# encuestados	%
Pendón		0%
Valla	0	0%
Etiqueta	0	0%
Aviso	0	0%
Papelería	0	0%
ninguna	15	100
TOTAL	15	100

La población encuestada no cuentan con catalogo e imagen gráfica.

**3.3.2 Participación en Eventos Comerciales.** La población artesanal encuestada respondió que no ha participado en ferias comerciales.

### 3.3.3 Salario de operarios.

**Cuadro 33. Salarios**

SALARIOS		
CANTIDAD (\$)	# de personas	SALARIO PROMEDIO
30.000	7	210.000
40.000	5	200.000
60.000	1	60.000
80.000	1	80.000
100.000	1	100.000
120.000	0	-
TOTAL	15	650.000

El salario promedio de las artesanas de \$30.000 mensuales esto se debe a que ocupan mucho tiempo en la elaboración de los sombreros por dedicarse a otras actividades como son las labores del hogar; a diferencia de los operarios que trabaja en los talleres de terminado, que devengan desde \$60.000 hasta \$120.000 dependiendo de los sombreros que alcancen a terminar.

**3.3.4 Personal extra en temporadas especiales.** La mayoría de las tejedoras no contratan personal extra porque es una actividad familiar, aclaran que en épocas en donde venden más dedican más tiempo a la elaboración de sombreros.

En los talleres de terminado si requieren de personal extra para temporadas especiales.

#### 4. LINARES

En el Municipio de Linares se ha desarrollado las actividades que se refieren principalmente a cultivo, transformación y tejido.

No hay talleres de terminado, el sombrero en rama, como ellos lo denominan es comercializado en Sandona y por esta razón tienen una gran afluencia los comerciantes de ese municipio.

##### 4.1 ESLABON DE CULTIVADORES Y RIPIADORES

En los eslabones de la Iraca (cultivo y transformación), se destaca la participación de personas con una edad promedio que esta entre los 30-65 años.

La participación es en su totalidad es de la población rural(100%) destacándose las veredas de Las minas, Dos Quebradas y La Laguna , en donde se encuentran los cultivos de la Palma de Iraca.

##### Cuadro 34. Tipo de población.

TIPO DE POBLACIÓN	#encuestados	%
Urbana	0	0
Rural	20	100
TOTAL	20	100

El nivel educativo de esta población esta representado por un 60% para primaria incompleta, 15% para primaria completa al igual que el bachillerato 15% y 10% no tienen educación.

##### Cuadro 35. Nivel Educativo.

NIVEL EDUCATIVO		
	#encuestados	%
Primaria incompleta	12	60
Primaria completa	3	15
Bachillerato	3	15
Formación técnica	0	0
No tienen educación	2	10
TOTAL	20	100

Para este eslabón las preguntas en la encuesta fueron las siguientes:



## 4.2 PROBLEMAS TECNOLÓGICOS EN EL PROCESO

Se les pregunto si el LCD los consulto sobre problemas tecnológicos, el 75% de los cultivadores encuestados respondieron afirmativamente, y el 25% respondió negativamente. La mayor parte de la población esta dedicada a la producción de Café y Caña, y solamente en temporadas que no se dan estos cultivos, se dedican a cultivar la Iraca por no tener otra actividad que realizar. Afirman que esta producción no es rentable y no hay estímulos al cultivo.

Los cultivadores que se han dedicado verdaderamente a esta labor afirman que en Linares se produce Iraca de buena calidad.

### 4.2.1 Asistencia técnica para mejoramiento tecnológico.

**Cuadro 36. Asistencia Técnica en Diseño.**

AT MEJORAMIENTO TECNOLÓGICO 2002			AT MEJORAMIENTO TECNOLÓGICO 2003		
	# encuestados	%		# encuestados	%
Anqueado	3	15	anqueado	5	25
Tinturado	2	10	tinturado	3	15
Cultivo	7	35	Cultivo	8	40
trans.mp	3	15	trans.mp	4	20
flujo de PCC		0	flujo de PCC	0	0
no responden	5	25	no responden		0
TOTAL	20	100	TOTAL	20	100

Desde el año 2002 el Laboratorio esta trabajando en estas actividades y ha venido implementando estas asistencias.

Los cultivadores tienen mucho interés en que se continúe con el apoyo a las parcelas demostrativas, y así poder dar a conocer a los compradores la calidad de la fibra.

Para el año 2003 se tiene un incremento de la participación de los cultivadores en cuanto a asistencias en cultivo pasando de 35% a 40%, y transformación de la materia prima con un 15% para el año 2002 y un 20% para el año 2003.

### Cuadro 37. Incorporo Conocimientos.

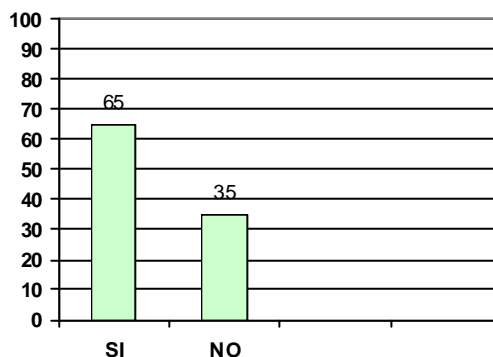
ASIMILO CONOCIMIENTOS		
	# encuestados	%
Todo		
Mucho	3	15
Poco	10	50
Nada	7	35
TOTAL	20	100

Los cultivadores han puesto en practica las capacitaciones que se les brindado por que consideran que en un futuro la Iraca les brindara mayores beneficios.

Las personas que respondieron que asimilaron los conocimientos en forma regular se debe a que se dedican a diferentes cultivos (50%). El 15% corresponde a los cultivadores que asimilaron los conocimientos de una forma casi total ya que ellos se han dedicado el mayor tiempo de su trabajo a este cultivo. El 35% corresponde a quienes no asimilaron los conocimientos brindados.

### 4.3 CAPACITACION ORGANIZACION

Figura 12. Capacitación en Organización



Los encuestados afirman que recibieron capacitación en organización (65%) y gracias a esto han podido reunir a otros cultivadores para que se asocien y así poder obtener mayores beneficios, el 35% afirma que no se les brindo capacitación en organización.

### 4.4 VOLUMEN DE PRODUCCION

El volumen de producción de la iraca depende de cuantas plantas se tengan en las parcelas, se pudo determinar que los cultivadores tienen en promedio 350 plantas, para el año 2002 lo que representa una producción en promedio de 560 mazos anuales.

Para el 2003, el volumen de producción tuvo un incremento del 25% es decir que se paso a producir 87.5 mazos más, llegando a 437.5 mazos en este año.

#### 4.5 ESLABON DE TEJEDORAS

Este eslabón esta compuesto por población situada en la zona urbana con un 70% del total de las encuestadas, y solo el 30% pertenece a la zona rural.

**Cuadro 38. Tipo de población.**

TIPO DE POBLACION	# encuestados	%
Urbana	7	70
Rural	3	30
TOTAL	20	100

**Cuadro 39. Nivel Educativo**

NIVEL EDUCATIVO		
	# encuestados	%
primaria incompleta	7	70
primaria completa	3	30
Bachillerato		
formación técnica	0	
Universitario	0	
TOTAL	10	100

El nivel educativo esta representado por un 70% de primaria completa, siendo este el más representativo. La primaria incompleta lo representa el 30% de la población encuestada.

El 60% corresponde a personas con edad promedio de 35-50 años, el 40 % a personas entre 17-35.

**4.5.1 Productos Elaborados.** Los productos que elaboraron en el año 2002 se pueden destacar principalmente los sombreros con un 60% a diferencia del año 2003 que represento el 80%, se incremento en un 20% la producción de muñequería.

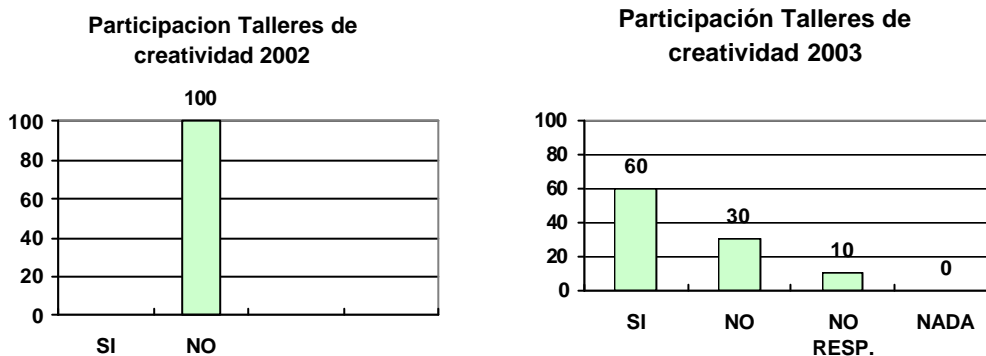
**Cuadro 40. Productos Elaborados**

PRODUCTOS ELABORO 2002			PRODUCTOS ELABORO 2003		
Sombreros	6	60	sombreros	8	80
Pavas	1	10	Pavas	0	0
Bolsos	2	20	Bolsos	0	0
Muñequería	0	0	muñequería	2	20
Miniaturas	1	10	Individuales	<b>0</b>	<b>0</b>
TOTAL	10	100	TOTAL	10	100

Nota: no se pudo conocer el nivel de ventas para los 2 años ya que no tenían una información exacta. Esto se debe principalmente a que no llevan contabilidad de las ventas. Como sugerencias de las tejedoras piden que se les capacite en contabilidad.

**4.5.2 Talleres de creatividad.**

**Figura 13. Talleres de Creatividad.**



**Cuadro 41. Genero nuevas ideas .**

SI	NO	NO RESPON.	NADA
60%	30%	10%	0%

Para el año 2002 las artesanas no participaron de talleres de creatividad, afirman que recientemente se estaban conformando y no tenían conocimiento del Laboratorio. Para el 2003 las artesanas ya comienzan a participar de los talleres de creatividad 60% y mediante esto han podido generar nuevas ideas 60%, el 30% no lo hizo ya que ellos no participaron de los talleres de creatividad, el 10% no responde.

### 4.5.3 Asistencia técnica en diseño.

**Cuadro 42. Asistencia Técnica en Diseño.**

AT DISEÑO 2002			AT DISEÑO 2003		
	# Encuestados	%		# encuestados	%
Dimensiones	3	30	dimensiones	5	50
Acabados	2	20	acabados	2	20
Empaque	0	0	empaque	1	10
Tendencias	0	0	tendencias		0
Exhibición	0	0	exhibición		0
Color	0	0	color	2	20
Ninguno	5	50	Ninguna		0
TOTAL	10	100	TOTAL	10	100

El 50% de las encuestadas recibieron asistencia en dimensiones, que es el más representativo a diferencia del año 2002. Se puede destacar la capacitación en color con 20% que realizo en el año 2003. Se mantuvo acabados con un 20% tanto para el 2002 como para el 2003.

### 4.5.4 Problemas tecnológicos

**Cuadro 43. Capacitación Tecnológica**

CAPACITACION TECNOLOGICA 2002			CAPACITACION TECNOLOGICA 2003		
Tinturado	1	10	Tinturado	5	50
Acabados	1	10	Acabados	3	30
Trans. Mp	0	0	Trans. Mp	2	20
Ninguno	8	80	Ninguno	0	0
TOTAL	10	100	TOTAL	10	100

Para el año 2003 se brindaron capacitaciones en tinturado representando un 50% para el año 2003, a diferencia del año 2002 que represento solo el 10%. En acabados el 30% y transformación de la materia prima 20%, a diferencia del año 2002 que las capacitaciones fueron menores como se puede observar en los cuadros.

Las artesanas están muy interesadas en aprender nuevas cosas para que sus productos participen en ferias.

**Cuadro 44. Asimilación de conocimientos.**

ASIMILO CONOCIMIENTOS		
	# encuestados	%
Todo		0
Mucho		0
Poco	10	100
Nada		0
TOTAL	10	100

El total de las encuestadas (100%) asimilaron poco la asistencia brindada debido a que solo se les brinda a un grupo pequeño y ellas no pueden transmitir los conocimientos de la misma manera, como les enseñan a ellas.

**4.5.5 Asistencia técnica para mejoramiento tecnológico.**

**Cuadro 45. Asistencia Técnica para mejoramiento Tecnológico.**

AT MEJORAMIENTO TECNOLOGICO2002			AT MEJORAMIENTO TECNOLOGICO2002		
	# Encuestados	%		# encuestados	%
Blanqueado	6	60	blanqueado	3	30
Tinturado	4	40	tinturado	2	20
Cultivo		0	Cultivo	0	0
Trans.mp		0	Trans .mp	0	0
flujo de produc		0	flujo de produc	0	0
no responden		0	No responden	5	50
TOTAL	10	100	TOTAL	10	100

Para el mejoramiento de la calidad del producto se brindo mayor asistencia en blanqueado tanto para el año 2002, como para el 2003, destacándose un importante incremento para este ultimo año que representa el 60 % de la población encuestada.

De igual manera se incremento la asistencia en tinturado representando un 40% de la población encuestada.

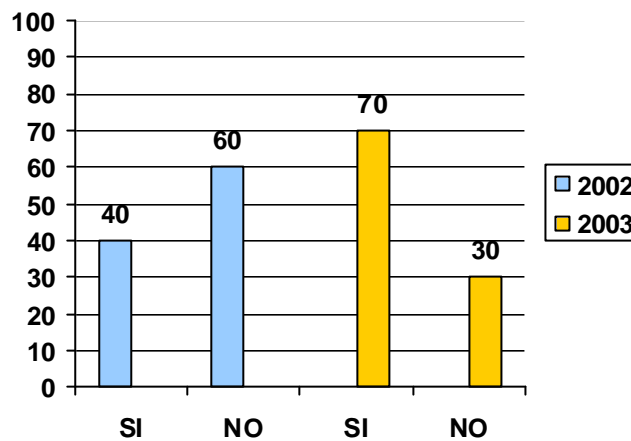
**Cuadro 46. Incorporo conocimientos**

ASIMILO CONOCIMIENTOS		
	# encuestados	%
Todo	2	20
Mucho	3	30
Poco	4	40
Nada	1	10
TOTAL	10	100

El 20 % ha incorporado los conocimientos que adquirieron de una forma casi total, las tejedoras afirman que se les enseñó de una manera fácil de entender y lo pusieron en práctica sin el temor de dañar la fibra. Pero sucedió algo contrario con el 40 %, afirman que no pudieron aplicar el tinturado, a los pocos días de haber tinturado la paja se hizo dura y al tejerla se partía, por esta razón no aplican el tinturado.

#### 4.5.6 Capacitación organización.

Figura 14. Capacitación en organización comparación 2002-2003



En el año 2003 hay mayor cobertura de la capacitación en organización representando para este año un 70% de las tejedoras que se encuestaron, a diferencia del año anterior que represento el 40%.

#### Cuadro 47. Incorporo Conocimientos.

ASIMILO CONOCIMIENTOS		
	# encuestados	%
Todo	0	
Mucho	6	60
Poco	4	40
Nada	0	
TOTAL	10	100

El 60% asimilo en gran parte la capacitación brindada. Esto se refleja en la organización que tiene la asociación. El 40% asimilo poco las enseñanzas debido a que ellas no asisten a las capacitaciones, sino que la representante del eslabón es quien asiste y se encarga de la toma de decisiones.

#### 4.5.7 Capacitación en gestión empresarial

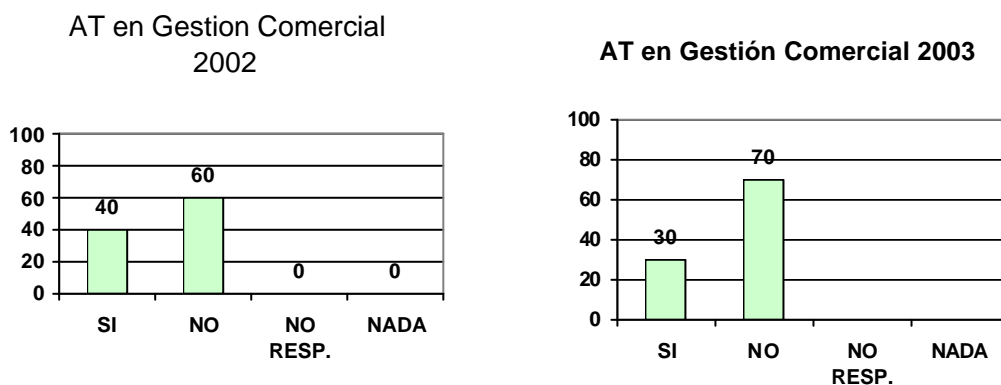
**Cuadro 48. Gestión Empresarial**

CAPACITACION CGESTION EMPRESIAL2002			CAPACITACION GESTION EMPRESARIAL2003		
	# encuestados	%		# encuestados	%
Contabilidad		0	Contabilidad		0
finanzas		0	finanzas	1	10
Mercadeo	3	30	mercadeo	1	10
Administración		70	administración	8	80
Nada	7	0	no responden	0	0
TOTAL	10	100	TOTAL	10	100

Para el año 2002 se enfatiza más en las capacitación en mercadeo, y para el año 2003 se brindo mayor capacitación en administración representando un 80%, un 10% en finanzas y para mercadeo las personas han puesto en practica lo aprendido pero en una forma mínima debido a que no cuentan con un taller para el tejido, esta capacitación es valida en donde exista una producción significativa y los integrantes requieran organizarse, ellas afirman que solo tejen uno o dos sombreros a la semana en sus casas, y esta capacitación no tendría acogida si no existe el lugar en donde aplicarla.

#### 4.5.8 Asistencia técnica en gestión Comercial.

**Figura 15. Asistencia técnica en gestión comercial.**



En el año 2003 disminuyo la asistencia en gestión comercial, pues solo representa el 30% a diferencia del año 2002 en donde recibieron la asistencia un 40%.



#### Cuadro 49. Incorporo Conocimientos

Asimilo conocimientos		
	# encuestadas	%
Todo		
Mucho		0
Poco	10	100
Nada		0
TOTAL	10	100

El 100% de las artesanas encuestadas asimilaron poco estas capacitaciones, pues aun no han logrado contactar compradores importantes, es decir que lo compran de manera consecutiva, sino que compran rara vez.

**4.5.9 Conflicto en el grupo.** El 30% dice que existe conflicto en el grupo pero en un nivel bajo, esto debido a que la mayoría de las tejedoras no asisten a las reuniones que se convocan.

El 70% piensa que no hay conflicto en el grupo, pues los problemas se solucionan a tiempo gracias a la participación de los representantes quien apoyan de una manera muy comprometida tanto a los cultivadores como a las tejedoras.

#### 4.6 MEJORAMIENTO DE PUESTO DE TRABAJO

Para el año 2003 se asistió a las tejedoras en mejoramiento de puesto de trabajo, pero sólo en un 30% que son las tejedoras que pertenecen a la asociación y cuentan con el apoyo de la UMATA, Alcaldía Municipal y el Laboratorio de Diseño. Las personas que respondieron que no se dieron estas asistencias, corresponden a las personas que recientemente están haciendo parte de la asociación que corresponde al 70%.

**4.6.1 Plan de negocios.** El 70% no cuenta con un plan de negocios, sus productos se venden en sus casas y la mayoría es comprado por los intermediarios del Municipio de Sandona, el 30% de los encuestados no respondieron.

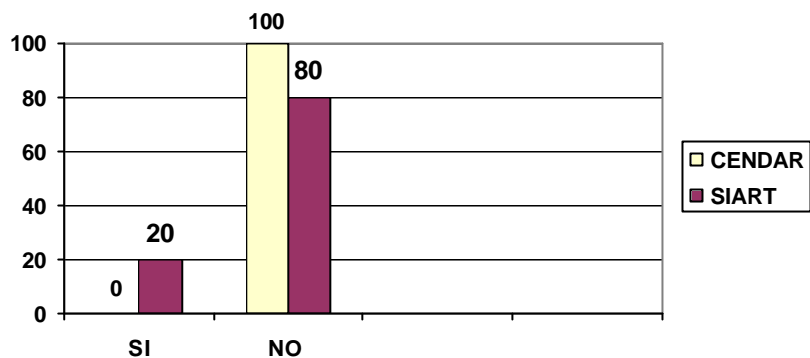
**4.6.2 Misiones comerciales.** El total de los encuestados (100%) respondieron que no han participado o no las han invitado a realizar una misión comercial.

**4.6.3 Referencias de clientes.** El 20% de los encuestados respondieron que el Laboratorio sí los referenció con clientes, a diferencia del 80% que respondió que no.

**4.6.4 Eventos comerciales.** El 30% si participo del evento organizado por el Laboratorio y las participantes son las tejedoras que tienen mayor conocimiento del Laboratorio. El 70% no participo de los eventos debido a que se hizo en días de trabajo, y por esta razón no pudieron asistir.

#### 4.6.5 Servicios ofrecidos.

**Figura 16. Conocimiento CENDAR-SIART.**



El total de la población encuestada (100%) no tiene conocimiento del CENDAR.

El 20% si ha escuchado hablar del SIART pero no tienen idea de lo que es, y mucho menos el servicio que presta. El 80% tiene total desconocimiento de lo que significa o es el SIART.

**4.6.6 Productos vendidos en el almacén del LCD.** El 60% de las artesanas encuestadas sí han vendido sus productos en el Laboratorio pues han sido asesorados previamente. El 40% no han vendido sus productos en el almacén del Laboratorio.

#### 4.6.7 Catalogo e imagen grafica.

**Cuadro 50. Imagen Grafica.**

TALLER CUENTA		
	# encuestados	%
Catalogo	0	0
imagen grafica	4	40
no posen	6	60
TOTAL	10	100

APLICAN		
	# encuestadas	%
Pendón		0
Valla	0	0
Etiqueta	4	40
Aviso	0	
Papelería	0	
Ninguna	6	60
TOTAL	10	100

El 40% poseen imagen gráfica. El 60% no lo poseen.

El 40% aplican su imagen gráfica en etiquetas.

El 60 venden sus sombreros sin ninguna identificación.

**4.6.8 Participación en eventos comerciales.** Las tejedoras que se encuestaron no han participado en ferias.(100%).

#### **4.6.9 Salario de operarios.**

#### **Cuadro 51. Salarios**

SALARIOS		
CANTIDAD(\$)	# de personas	SALARIO PROMEDIO
30.000	3	90.000
35.000	5	175.000
42.000	1	42.000
50.000	1	50.000
TOTAL PROMEDIO		357.000

Se puede observar que solo 1 persona gana \$50.000 mensuales en promedio, que esta representado por el 20%. El 30% representa a las artesanas que ganan en promedio \$30.000 mensuales y el 50% representa las que ganan en promedio \$35.000 mensuales, que es lo más representativo en el total de las encuestas.

#### **4.7 PERSONAL EXTRA EN TEMPORADAS ESPECIALES**

Las tejedoras afirman que no contratan personal extra, pues al ser una actividad que no es bien remunerada, con lo poco que pagan por el sombrero ,no alcanza para pagar a otras tejedoras, que esta representado en el 80%, tan solo el 20% si lo hace pero cuando hay pedidos que sobrepasan los 10 sombrero

## 5. LA UNION

En este municipio se esta fortaleciendo el eslabón del cultivo, el eslabón del tejido esta representado por una sola persona de avanzada edad , quien teje el sombrero superfino pero lamentablemente no ha podido enseñar sus habilidades ya que es la única persona que se ha dedicado a esta actividad completamente. Las tejedoras más jóvenes desarrollan otras actividades, diferentes al tejido, y solo lo hacen en el tiempo libre.

**Figura 17. Tejedoras**



En la fotografía se observa la persona que más ha dedicado su tiempo a tejer el sombrero superfino, acompañada de otras tejedoras que elaboran el sombrero corriente.

La población de esta región esta dedicada a cultivar café, caña, papaya, guayaba, y una mínima parte se dedica a cultivar la Iraca.

En este municipio se destaca principalmente las veredas de Santander y Las Lajas, en donde existe este cultivo, las veredas aledañas han remplazando el cultivo por el del café, que ofrece mayor rentabilidad.

Este municipio al igual que Colon Génova y Linares son zonas que recientemente se están fortaleciendo , el Laboratorio ha iniciado a trabajar realizado el diagnostico de la zona; es muy apresurado realizar una evaluación y medir el impacto ya que la gente no respondió a conciencia la encuesta; no se conforma con capacitaciones y charlas que se les dicten, pues ellos quieren tener un lugar en donde poder trabajar en conjunto, resaltan que en el único lugar que se reúnen es en el salón del consejo de la Alcaldía Municipal, piden que se les den recursos para seguir trabajando.

Lamentable mente las personas no respondieron de una forma real las encuestas pues dijeron no haber recibido ninguna capacitación, esto se puede corroborar con los

cultivadores y algunas tejedoras de Santander que dijeron haber recibido capacitación en Administración y otros temas que han sido importantes como es el de la organización.

Las observaciones que ellos realizaron y la más importante es que necesitan conocer y aprender a tejer, a tinturar la paja, pues existen pocas tejedoras que lo saben hacer y no comparten su conocimiento con las demás tejedoras, y son las únicas que se benefician de esta actividad.

**Figura 18. Tinturado.**



En la fotografía se pudo observar que se pintó la canasta con acuarela, y dando al producto mal aspecto.

## **6. MUNICIPIO DE OSPINA, PUIPALES Y SAPUYES**

Estos municipios al igual que el municipio de la Unión, no se avanzado en gran medida en capacitaciones y asistencias, solo se ha realizado el diagnostico y se esta iniciando a trabajar, declaran que las reuniones que han tenido solo se las ha realizado con el fin de conocer las falencias que tienen las tejedoras.

Cuentan con el apoyo de las UMATAS y por medio de estas se están coordinando las actividades, ya se han conformado asociaciones como es la de ASARO en Ospina.

Sugieren que se les apoye de una manera consecutiva, al igual que a los otros municipios.

NOTA. La información recolectada no arroja ningún resultado.

## 7. MUEBLE ETNICO

El proyecto mueble étnico es un proyecto que apoya a 30 Microempresas en la ciudad de Pasto, que elaboran productos en madera.

La población esta situada en la zona urbana representando el total de los encuestados (100%)

### Cuadro 52. Tipo de población.

TIPO DE POBLACION	# encuestados	%
Urbana	6	100
Rural	0	0
TOTAL	6	100

El nivel educativo esta representado por un 66.6% para primaria completa, 16.6% para bachillerato y 16.6% para formación técnica.

### Cuadro 53. Nivel Educativo

NIVEL EDUCATIVO		
	# encuestados	#
primaria incompleta	0	0
primaria completa	4	66,66
Bachillerato	1	16,66
Formación técnica	1	16,66
Universitario	0	0
TOTAL	6	100

La edad de las personas encuestadas esta entre 35-70 años.

## 7.1 PRODUCTOS ELABORADOS

### PROD ELABORO 2002

Platos  
Cajetilleros  
Portavasos  
Fruteros  
Ensaladeras

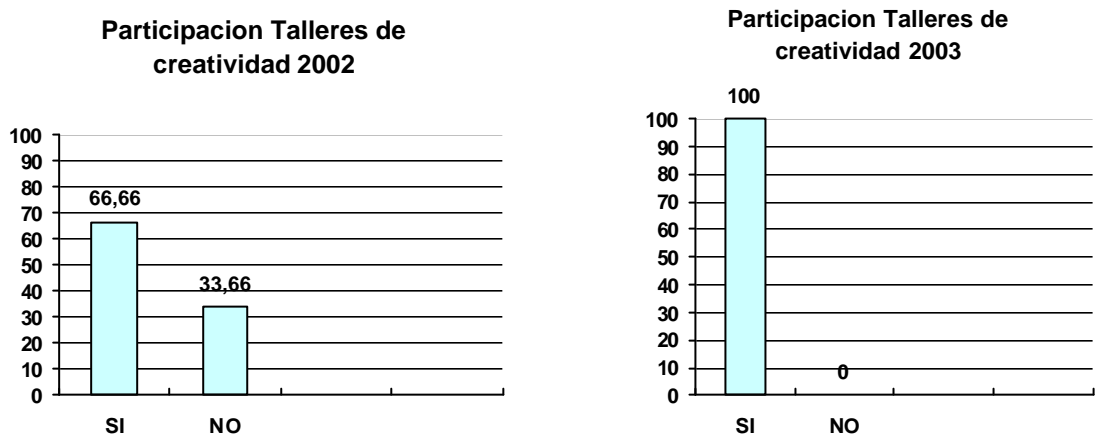
### PRODUCTOS ELABORO 2003

Portavasos  
Platos  
Bomboneras  
Frutas  
Platos  
Porta bolígrafos  
Jarrones  
Butacas  
Mesas  
Animales

No se puede sacar un porcentaje exacto, las personas se han dedicado a elaborar diferentes productos, pero se indica los productos que elaboraron en el año 2002 y 2003, resaltando que se han elaborado estos productos desde hace mucho tiempo con la diferencia que se ha mejorado en gran medida.

## 7.2 TALLERES DE CREATIVIDAD

Figura 19. Talleres de Creatividad



**Genero Nuevas Ideas.** Todas las personas encuestadas respondieron afirmativamente es decir el 100%, destacando que cada vez aprenden más y mejoran sus productos, resaltando que el Laboratorio les ha colaborado en todo, no solo en este año sino desde hace algún tiempo.

## 7.3 ASISTENCIA TÉCNICA EN DISEÑO

Cuadro 54. Asistencia Técnica en Diseño

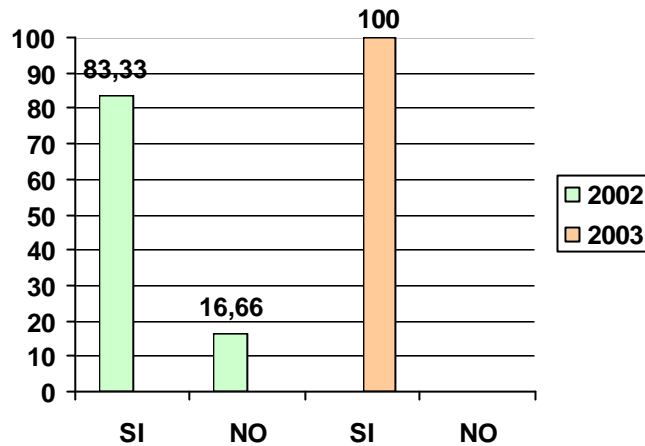
AT TECNICA DISEÑO 2002			AT TECNICA DISEÑO 2003		
	# encuestados	%		# encuestados	%
dimensiones			Dimensiones		
acabados			Acabados		
Empaque			Empaque		
tendencias			tendencias		
exhibición			exhibición		
Color			Color		
Dibujo técnico			Dibujo técnico		
Todo	5	83,33	Todo	6	100
Nada	1	16,66	Nada	0	0
TOTAL	6	100	TOTAL	6	100



Para el año 2003 todas recibieron AT en diseño en todos sus componentes, a diferencia del año 2002 que solo una persona respondió negativamente, que representa el 16,66%.

#### 7.4 PROBLEMAS TECNOLÓGICOS

Figura 20. LCD Consulto sobre problemas tecnológicos comparación 2002-2003



Las personas declaran que desde el año 2002, el Laboratorio de Diseño se ha preocupado por investigar, dar a conocer y tratar de solucionar los problemas que afectan al sector de la madera como es obtención de la materia prima, medio ambiente, transformación, etc. Para el año 2002 el 83,33% si fueron consultadas acerca de problemas tecnológicos y el 16,66% respondió que no, para el año 2003 el total de los encuestados responden que si se los consulto acerca de problemas tecnológicos que representa el 100%.

#### 7.5 CAPACITACION TECNOLÓGICA

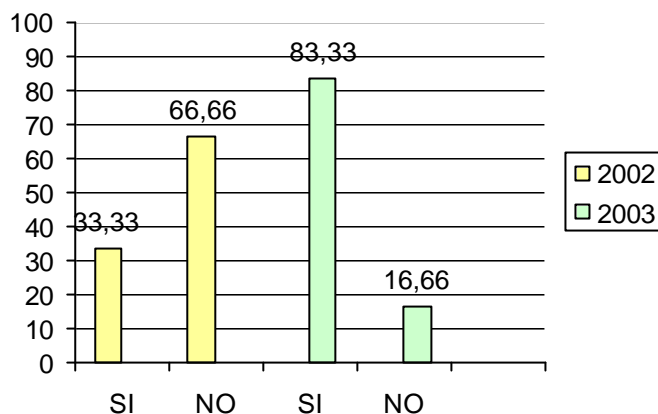
Las personas encuestadas respondieron que se ha brindado capacitación tecnológica desde el año 2002 y se afianzo mucho más para este año.

El Laboratorio ha brindado todo su apoyo para capacitar en todas las actividades referentes transformación de materia prima, al igual que para acabados y decoración.

Además afirman que todo lo que se les ha enseñado lo han puesto en practica ya que de lo contrario no tendría sentido asistir a las capacitaciones, es decir el 100% de los encuestados.

## 7.6 CAPACITACIÓN ORGANIZACIÓN

**Figura 21. Capacitacion en organizacion comparacion 2002-2003**



En el gráfico se puede observar claramente como desde el año 2002 se va incrementando la capacitación en organización. En el año 2003 ya se recibe la capacitación en un 83,33%, destacan que ha sido un proyecto muy bueno principalmente por las personas que se apoyaron para la participaron por primera vez en Expoartesánias.

**Cuadro 55. Incorporo Conocimientos.**

ASIMILO CONOCIMIENTOS		
	# encuestados	%
Todo		
Mucho	6	100
Poco		
Nada		0
TOTAL	6	100

El 100% asimilaron de una forma casi total las capacitaciones recibidas. Pues aclaran que aún tienen inconvenientes en la organización.

## 7.7 CONFLICTO EN EL GRUPO

El 50% dice que existe conflicto en el grupo pero en un nivel bajo, estas circunstancias se dan debido a que existen diversas opiniones. El 50% dice que no existe conflicto en el grupo.

## 7.8 ASISTENCIA PARA MEJORAMIENTO DE PUESTO DE TRABAJO

El 66,66% recibieron AT para mejoramiento de puesto de trabajo. El 33,33% respondió que no, debido a que algunos talleres no son propios y no pueden adecuarlos como ellos quisieran.

### Cuadro 56. Incorporo Conocimientos

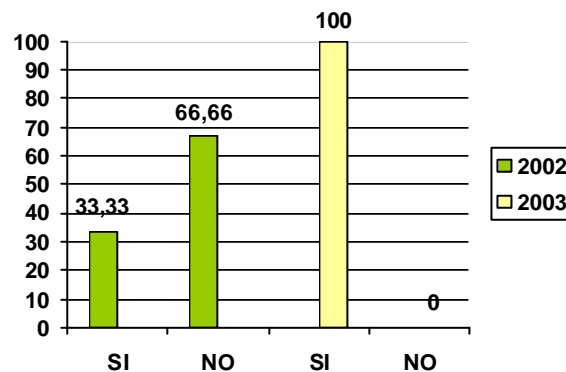
Asimilo conocimientos		
	# encuestados	%
Todo		0
Poco	6	100
Nada		0
TOTAL	6	100

## 7.9 CAPACITACION EN GESTION EMPRESARIAL

Las personas encuestadas recibieron capacitación en gestión empresarial, representando para el 2002 un 66,66% y para el 2003 en forma total, es decir represento el 100%, que representa el total de la capacitación es decir en contabilidad, finanzas, administración y mercadeo.

### 7.9.1 Asistencia técnica en gestión comercial.

Figura 22. AT en Gestión Comercial comparación 2002-2003



Para el año 2002 el 33.33% recibió asistencia en gestión comercial, observando que hay un incremento para el 2003 pasando al 100%.

El 100% de los encuestados asimilaron poco estas capacitaciones, pues aun no han logrado contactar compradores importantes, es decir que lo compren de manera consecutiva.

**7.9.2 Plan de negocios.** Para el año 2002, el 16,66% cuenta con un plan de negocios es decir que el 83,33% no lo tienen, al igual que para el año 2003 en donde no se presenta ningún incremento. Las personas afirman que esa es la razón por la cual no pueden vender sus productos en otras ciudades.

**7.9.3 Misiones comerciales.** Para el año 2002 solo el 33,33% respondió haber participado en misiones comerciales, a diferencia del 2003 que hubo un incremento pasando a 66,66%.

**7.9.4 Referencias de clientes.** El 66,66% responde que el Laboratorio si les a referenciado con clientes, pero el 16,66% responde que no los han referenciado.

**7.9.5 Eventos comerciales.** El 66,66 % si participo de eventos comerciales realizado por el Laboratorio, a diferencia del 33,33% que respondió que no.

**7.9.6 Servicios ofrecidos.** El total de los encuestados (100%) no conoce el CENDAR, al igual que el SIART.

Resaltan que solo han escuchado hablar del SIART, pero no se han interesado en conocer de que se trata.

**7.9.7 Productos vendidos en el almacén del LCD.** El 66,66% de los encuestadas responden que sí han vendido sus productos en el Laboratorio, a excepción del 33,33% que respondió negativamente.

#### **7.9.8 Catalogo e imagen grafica.**

#### **Cuadro 57. Imagen Grafica**

TALLER CUENTA		
	# encuestados	%
Catalogo	0	0
Imagen grafica	4	66,66
No poseen	2	33,33
TOTAL	6	100

APLICAN		
Pendón	0	0
	0	0
Valla	0	0
Etiqueta	4	66,66
Aviso	0	0
Papelería	2	33,33
TOTAL	6	100

El 1,49% no pose catalogo ni tampoco imagen gráfica. Pero el 2,99 % si poseen imagen gráfica.

El 66,66% aplican su imagen gráfica en etiquetas. El 33,33% aplican en papelería.

**7.9.9 Participación en ferias.** La mayoría de las personas no han participado en ferias comerciales a excepción de 16,66% ha participado en Expoartesánias del año 2002. Para el año 2003 el 66,66% esta participando de la feria Expoartesánias, el 16,66% no ha participado en ferias.

**Salario de Operarios.** En promedio los operarios que allí laboran devengan un salario de \$61.000 semanales, lo que significa \$244.000 mensual. La mayoría de los talleres contratan personal que durante el año es permanente, el número de empleados es en promedio de dos personas.

**Personal extra en temporadas especiales.** El 66,66% si contrata personal extra en temporadas especiales, a excepción del 33,33% que no lo hace. Esto significa que el 2,98% tiene Demanda de sus productos en el año y aun más en temporadas especiales.

## 8. CULTORES DEL CARNAVAL

El proyecto “Fortalecimiento de los Procesos Organizativos y Productivos de los Cultores del Carnaval de Negros y Blancos de Pasto”, cuenta con el apoyo de entidades como: Naciones Unidas Para el Desarrollo, Alcaldía Municipal, oficina del Carnaval, Proyecto Plaza del Carnaval y Cultura, Laboratorio Colombiano de Diseño, y la Corporación Nariño Empresa y Futuro- Contactar, para desarrollar actividades bajo los lineamientos de los Cultores y Artesanos del Carnaval.

La población esta situada en la zona urbana con un 100% que representa el total de los encuestados.

### Cuadro 58. Tipo de Población

TIPO DE POBLACION		%
Urbana	6	100
Rural	0	0
TOTAL	6	100

El nivel educativo esta representado por un 50% para primaria completa, 16,66% para bachillerato 16,66% para formación técnica y 16,66% para formación universitaria.

### Cuadro 59. Nivel Educativo.

NIVEL EDUCATIVO		
	#encuestados	%
Primaria incompleta	0	
Primaria completa	3	50
Bachillerato	1	16,66
Formación técnica	1	16,66
Universitario	1	16,66
TOTAL	6	100

La edad de las personas encuestadas esta entre 30-78 años.

## 8.1 PRODUCTOS ELABORADOS

### Productos elaborados 2003

Souvenir – mascararas

Alcancías

Lámparas

Instrumentos musicales

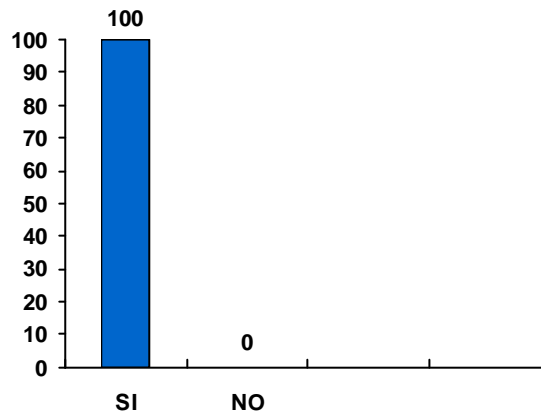
Espejos

Kit carnaval

Estos productos los están elaborando en papel mache y papel reciclado.

## 8.2 TALLERES DE CRATIVIDAD

Figura 23. Participación Talleres de creatividad 2003



Todas las personas encuestadas respondieron afirmativamente es decir el 100%. Resaltan que el apoyo del Laboratorio con estas actividades ha logrado generar nuevas ideas en la mayoría de los artesanos. Como observación sugiere que las capacitaciones, reuniones, asistencias, etc se las brinden con tiempo, ya que en los últimos meses del año ellos se encuentran elaborando las carrozas y no pueden asistir de una forma consecutiva.

### 8.3 ASISTENCIA TÉCNICA EN DISEÑO

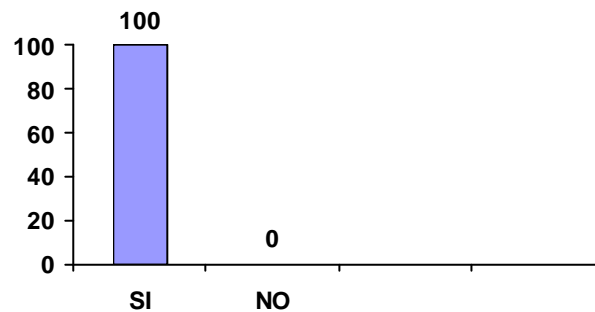
**Cuadro 60. Asistencia Técnica en Diseño**

ASISTENCIA TECNICA DISEÑO 2003		
	#encuestados	%
Dimensiones		
Acabados		
Empaque		
Tendencias		
Exhibición		
Color		
Todo	6	100
TOTAL	6	100

El 100% recibieron AT en diseño en todos sus componentes.

### 8.4 PROBLEMAS TECNOLÓGICOS

**Figura 24. Problemas tecnológicos 2003**



El Laboratorio de Diseño se ha preocupado por indagar en los problemas tecnológicos que tienen los Cultores tanto en Transformación de materia prima, como en acabados y color , los encuestados respondieron que si se los consulto acerca de problemas tecnológicos , que representa el 100% del total de la población encuestada.

### 8.5 CAPACITACION TECNOLÓGICA

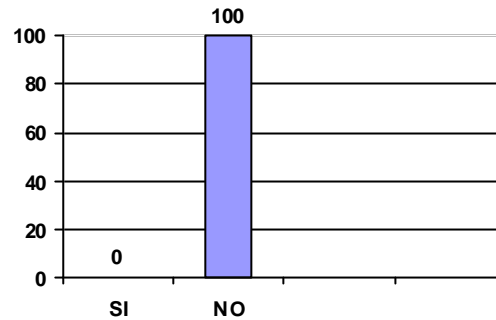
El 100% respondió que si se los capacito en transformación de materia prima, acabados, color.

Asimilaron los conocimientos en todos sus niveles es decir el 100% aplica los nuevos conocimientos que se les brindo.



## 8.6 CAPACITACION ORGANIZACION

Figura 25. Capacitación en organización 2003



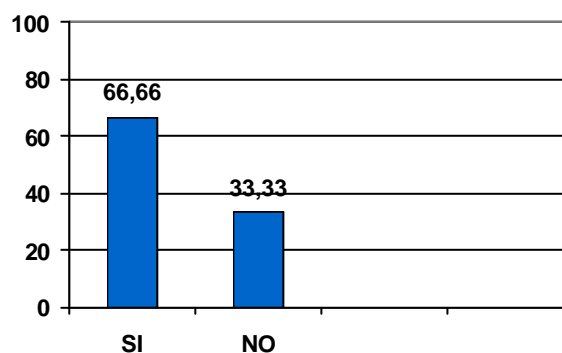
En esta pregunta se debe tener en cuenta que al ser una actividad que se desarrolla cada año, no es una actividad permanente, se ubican, en donde mejor puedan trabajar y allí se distribuyen las actividades dependiendo de la labor que estén desarrollando.

## 8.7 CAPACITACION EN GESTION EMPRESARIAL

Las personas encuestadas recibieron capacitación en gestión empresarial, representando un 66,66% de las personas que respondieron afirmativamente, el 33,33% respondió negativamente, esto se debe a que algunas personas no pudieron asistir a las capacitaciones.

## 8.8 ASISTENCIA TÉCNICA EN GESTION COMERCIAL

Figura 26. AT en Gestión Comercial 2003



El 66,66% recibió asistencia en gestión comercial, el 33,33% no pudieron asistir a estas capacitaciones por cuestión de trabajo.

## Cuadro 61. Incorporo Conocimientos

ASIMILO CONOCIMIENTOS		
	#encuestados	%
Todo		0
Mucho	6	100
Poco		
Nada		0
TOTAL	6	100

El total de los encuestados asimilaron casi todos los conocimientos, esperan que para las fiestas estas capacitaciones y asistencias tengan buenos resultados.

### 8.9 CONFLICTO EN EL GRUPO

El 100%, que representa el total de los encuestados respondieron que no existe conflicto en el grupo, además afirman que esta actividad no se da para conflictos, por que cada cultor trabaja en su actividad correspondiente y no es un trabajo permanente.

**8.9.1 Mejoramiento de puesto de trabajo.** El trabajo de los artesanos del carnaval es una actividad temporal. En el cazo de las carrozas por ejemplo necesitan lugares amplios para poder trabajar. El total de los encuestados respondió que no recibieron AT en mejoramiento de puesto de trabajo, por ser unas actividades que no se realizan de una forma consecutiva.

**8.9.2 Promoción y divulgación.** El mejor plan de negocios que tienen es darse a conocer en toda la Ciudad de Pasto en los días de Carnaval, afirmaron los encuestados. A nivel Nacional se dan a conocer cuando participan en la Feria de Barranquilla.

**8.9.3 Misiones comerciales.** Los artesanos respondieron que no participaron de Misiones comerciales organizadas por el Laboratorio. Ellos han participado de otros eventos como carnavales en otras ciudades pero la invitación la han hecho otras instituciones.

**8.9.4 Servicios ofrecidos.** El total de los encuestados (100%) no conoce el CENDAR, al igual que el SIART.

**8.9.5 Participación en feria.** El 66,66% respondió negativamente, pues la oportunidad de participación en ferias nacionales es de acuerdo a la aceptación del publico en el Carnaval de Pasto.

El 33,33% si ha participado en feria como en Barranquilla y Bogotá.

**8.9.6 Salario de operarios.** El total de los encuestados no pagan salarios, pues es una actividad a la que se dedica la familia, y su remuneración depende de los productos que puedan vender en el Carnaval.

## **9. MINICADENA DE LA IRACA**

### **9.1 PRESENTACION**

La Minicadena de la iraca en Nariño, es un proyecto que cuenta con la participación de los agentes directos, las localidades y las instituciones municipales, regionales y nacionales que facilitaran el desarrollo del proyecto.

Artesanías de Colombia viene liderando el proyecto, y a él se han sumado el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – FONDO FOMIPYME, la Presidencia de la República, la Gobernación de Nariño, CORPONARIÑO, CORPOICA, Universidad de Nariño, Banco Agrario, Fondo Regional de Garantías y especialmente las Alcaldías.

Todas las actividades que se vienen ejecutando con las personas vinculadas a los procesos productivos están orientadas a cumplir con las políticas, los programas y los proyectos de la empresa Artesanías de Colombia.

Es importante reconocer la colaboración y la participación del Laboratorio Colombiano de Diseño para la Artesanía y la Pequeña Empresa, oficina Pasto, desde donde se viene operando su desarrollo, con todo el apoyo logístico que un esfuerzo de esta magnitud requiere para alcanzar los objetivos deseados.

El Consejo Regional para la Productividad y la Competitividad, la Cámara de Comercio de Pasto, y las entidades involucradas en este esfuerzo promovieron la formulación del estudio denominado Huella Regional de Nariño en el cual se identifican 14 cadenas, entre las cuales se encuentra la de artesanías, como una cadena estratégica para promover e intensificar acciones estratégicas que conlleven a incrementar la producción de la materia prima, mejorar la competitividad, propender por la especialización productiva y de transformación de cada una de las subregiones involucradas en esta cadena.

En las artesanías nariñenses se encuentra completamente identificada la MINICADENA de la Iraca (paja toquilla), de cuya planta se extrae la fibra vegetal, que permite la producción de sombreros, individuales, carteras y otros productos que tienen una excelente demanda regional, nacional e internacional.

Alrededor de esta MINICADENA se concentran los cultivadores de Linares y Colón – Génova, los comerciantes de paja toquilla, más de 8.000 mujeres artesanas del campo, localizadas en 12 municipios, que dominan por tradición cultural el arte de tejer, los artesanos que realizan el proceso de acabado y los comerciantes y exportadores de las artesanías.

Conceptualmente la MINICADENA de la Iraca reúne las características establecidas para la identificación de los Clusters, o sea presenta una cantidad de agentes y empresas en una zona geográfica determinada, donde interactuarán alrededor del cultivo, el tejido y la comercialización de artesanías de paja toquilla.

El proyecto de la Minicadena de la Iraca en Nariño se desarrolla en 13 municipios que son: Linares, Ancuya, Consacá, Sandona, La Florida, Colón Génova, San Pablo, La Unión, La Cruz, Los Andes Sotomayor, Sapuyes, Pupiales y Ospina.

**9.1.2 Población.** “Se estima que en los 13 Municipios en el año 2.001, viven alrededor de 241.952 habitantes, de los cuales 63.765 se localizan en el Sector Urbano y 178.187 habitantes viven en el Sector Rural.

El total de hombres que viven en esta región es de 116.020 y las mujeres alcanzan un número de 125.932 personas.

La población promedio de estos Municipios es de 18.612 habitantes, oscilando entre 8.000 el más pequeño y 30.000 habitantes el más grande. El Índice de Crecimiento en estos Municipios supera ligeramente el 3% anual”<sup>1</sup>

**9.1.3 Educación.** Teniendo en cuenta que la educación es la principal herramienta para reducir las diferencias, cabe resaltar que el problema que tiene la educación formal, es que esta divorciada completamente del contexto local y regional y que hasta el momento no es un soporte para fortalecer el Aparato Productivo de las Regiones y por tanto del País.

“La cobertura de la educación formal en el nivel Preescolar es mínima, ya que únicamente beneficia a 2.532 niños, mostrando un promedio de 97 niños por Municipio. Es urgente que los Municipios universalicen el grado cero, para que así los niños se puedan beneficiar de este tipo de educación.

La Educación Básica Primaria en los 13 Municipios tienen matriculados en el periodo 2.002– 2.003 un promedio de 22.613 estudiantes, de los cuales 7.695 estudian en el Sector Urbano y 14.918 en el Sector Rural.

Del total de niños matriculados en Educación Básica Primaria, 10.213 son hombres y 12.400 son mujeres. Se logra apreciar que en estos Municipios que son netamente rurales, la mujer esta desertando en menor proporción que los hombres, y que por tanto los niños están entrando a trabajar en labores del campo, sin terminar su ciclo completo de primaria.

---

<sup>1</sup> ARTESANÍAS DE COLOMBIA. Competitividad minicadena de la iraca, Bogotá : AdC, 2002 p5.

El promedio de niños matriculados en educación básica primaria por Municipio es de 1.716 estudiantes, mostrando una cobertura que oscila entre el 60% y el 80%.

La participación de la educación oficial en estos Municipios supera el 90%.

La Educación Básica Secundaria cubre una población de 9.216 en toda la región, de las cuales 6.505 estudian en el Sector Urbano y 2.711 lo hacen en el Sector Rural. Del total de esta población estudiantil 4.273 son hombres y 4.943 son mujeres.

El promedio de estudiantes que se encuentran matriculados en el periodo 2.002 – 2.003 es de 709 estudiantes.

En este ciclo la participación del sector oficial en la educación también supera el 85%.

En la Educación Media se encuentran matriculados en el periodo en mención 2.928 estudiantes, de los cuales 2.193 se localizan en el Sector Urbano y 735 en el Sector Rural, de estos 1.351 son hombres y 1.577 son mujeres.

El promedio de estudiantes de la educación media por Municipio es de 225.

Se estima que únicamente el 5% de estos estudiantes continúan estudios en la Educación Superior. Es muy mínima la Educación No Formal dedicada a la formación técnico-laboral, que permita entrenar y capacitar a los bachilleres que no continúan estudiando o a los que desertarán durante los ciclos de educación formal”<sup>2</sup>

**9.1.4 Salud** La cobertura en salud continua siendo una de las grandes preocupaciones de las autoridades locales, no obstante todavía se observa que dentro de los 13 Municipios que integran la Minicadena existe una gran margen por cubrir. “Esta situación se observa cuando de 241.952 habitantes que integran la Minicadena, únicamente 102.452 están cubiertos por el Sistema de Asistencia en Salud y 139.500 o sea el 58% de la población esta completamente desprotegida. La población asistida en salud esta distribuida así: 9.239 se encuentran en el Sistema Contributivo y 93.213 se encuentra cubierta por el Régimen Subsidiado”<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Ibíd., p 50.

<sup>3</sup> Ibíd., p. 70

**9.1.5 Acueducto y Saneamiento Básico.** “Para el caso del servicio público domiciliario, todos los Municipios involucrados en la Minicadena alcanzan en sus cabeceras niveles de cobertura superiores al 90%. En la parte rural se aprecia que la cobertura es todavía baja, encontrándose Municipios que apenas alcanzan niveles del 20%, sin embargo en otros se aprecia coberturas que oscilan entre el 40% y el 85%. La mayoría de los sistemas de tratamiento de agua potable no reúnen todas las exigencias técnicas para generar un agua 100% potable y de alta calidad, especialmente en los acueductos rurales, los cuales prácticamente no tienen mantenimiento.

En el caso del servicio de alcantarillado, la situación es similar o más pobre comparando los indicadores con el servicio de acueducto. En este servicio se aprecia coberturas en las cabeceras municipales de estos Municipios que oscilan entre el 66% y el 93%. La mayoría son alcantarillados que requieren ser sustituidos porque ya cumplieron su vida útil y necesitan ser ampliados para responder a la expansión urbana de los últimos años.

Las alcantarillas rurales prácticamente están por realizarse ya que se aprecian coberturas que están entre el 0 y el 30% , los vertimientos de las alcantarillas o letrinas se realizan a campo abierto o se depositan en las fuentes de agua<sup>4</sup>

**9.1.6 Energía Eléctrica.** La cobertura de este servicio en estos Municipios alcanza niveles entre el 80% y el 97% en las cabeceras y entre el 50% y el 85% en las zonas rurales. Hay que reconocer que los niveles de este servicio han avanzado en los últimos años, garantizando un buen soporte para un potencial desarrollo Agroindustrial del Departamento.

**9.1.7 Teléfonos.** El servicio de telefonía es prestado a través de Telecom, con cobertura aun bajas con relación al número de domicilios de uso residencial y no residencial. En general en estas regiones se aprecia que se encuentra rangos que oscilan entre 5 y 9 teléfonos por cada 1.000 habitantes.

**9.1.8 Vivienda.** De acuerdo a estimaciones del presente estudio, todos los Municipios requieren suplir la demanda y el déficit de viviendas existentes en cada localidad.

El déficit de vivienda entre los 12 Municipios oscila alrededor de las 10.000 viviendas. A esto se suma que la gran parte de la vivienda rural fue construida con barro y bahareque y por tanto necesitan ser mejoradas.

Los proyectos aprobados por el Banco Agrario para estos Municipios son muy mínimos y las necesidades cada día son más crecientes.

---

<sup>4</sup> *Ibíd.*, p 70.

**9.1.9 Economía.** La economía local y regional de estos Municipios se sustenta fundamentalmente en el sector primario.

Los Municipios donde predomina el clima frío, caracterizan su producción agropecuaria en la Papa, trigo, arveja, maíz y la ganadería. Y los Municipios de clima templado se caracterizan por la producción de panela, café, maíz, plátano, frutales y especies menores, tal es el caso de los Municipios de la Cuenca del Río Guaitara como Ancuya, Linares, Consacá, Sandona, La Florida y la del Norte del Departamento como la Unión, San Pablo y Colón-Génova.

El cultivo de la Iraca es importante en Linares y Colón-Génova y las actividades artesanales alivian la falta de oportunidades de trabajo de la región especialmente para las mujeres.

## **9.2 NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS**

El Departamento de Nariño a nivel nacional ha mostrado bajos niveles de desarrollo socioeconómico por factores de falta de medios de comunicación, de infraestructura básica, de políticas centralistas del gobierno y abandono de las regiones periféricas, por falta de estímulos a la inversión privada, por los altos niveles de corrupción y clientelismo y falta de liderazgo y mentalidad empresarial del sector privado.

En el Censo de 1993, el Departamento mostró los índices de Necesidades Básicas Insatisfechas más altos del País, y esta situación en poco o en nada ha cambiado, ya que venimos de vivir una de las décadas más difíciles de los últimos 50 años.

**9.2.1 Agentes que intervienen en la Minicadena de la iraca.** La estructura económica colombiana muestra que en las diferentes regiones del país existen cadenas productivas que han venido operando en forma natural operadas básicamente por las fuerzas de oferta y demanda del mercado y los efectos del entorno, influenciados en la última década por la apertura de las fronteras y la globalización de la economía.

Estas cadenas han estado esperando una intervención liderada por el sector privado, pero acompañada de cerca por el estado.

La producción artesanal de tejidos con paja toquilla, esta esperando una intervención coordinada por sus agentes directos, los cultivadores, artesanos (as) y comerciantes para trabajar conjuntamente con las instituciones y las autoridades una estrategia de productividad y competitividad que la fortalezca y le permita continuar mejorando su producción y ampliando sus mercados locales, nacionales e internacionales.

Para apreciar de cerca la situación de la minicadena de la iraca, se muestra un primer diagnóstico de los agentes, el manejo técnico de cada uno de los eslabones y las regiones del Departamento que participan en el proceso. Los agentes que intervienen en cada eslabón son los siguientes:

- ? Proveedores de Insumos
- ? Cultivadores de la Palma
- ? Procesadores de la fibra vegetal
- ? Comerciantes de Insumos
- ? Comerciantes locales y regionales de la paja toquilla
- ? Tejedoras Artesanas
- ? Artesanos para el terminado y acabado de los productos
- ? Comerciantes locales y regionales de artesanías
- ? Exportadores

**Proveedores de Insumos.** Los proveedores de insumos para el caso de la Minicadena están los distribuidores de abonos y plaguicidas que debería estar utilizando los cultivadores para alcanzar mejores niveles de productividad. En este mismo eslabón estarían los proveedores de tintas químicas, tintes naturales y químicos para el blanqueado.

Las tinturas químicas especializadas para fibras naturales provienen de laboratorios, almacenes, como es el casos de base.

**Cultivadores de la Palma de iraca** En el Departamento de Nariño se identifican cuatro municipios como productores de la palma de iraca que son Linares, Colón Génova, San Pablo, La Unión y Los Andes Sotomayor. En San Pablo esta tradición es prácticamente muy poco y en Sotomayor el cultivo es completamente silvestre.

Según la información suministrada por la Secretaria de Agricultura del Departamento, a diciembre de 1999 existían unas 300 hectáreas cultivadas con esta palma. En producción se estimaban unas 270 hectáreas. No obstante en las últimas visitas y reuniones con los productores, se realizó un censo puntual y el área cultivada únicamente alcanza las 90 hectáreas.

Contando con la información de los Municipios de Linares y Colón-Génova se tiene 310 cultivadores, de los cuales 230 se localizan en Linares.

Se ha estimado un área cultivada para los dos Municipios de 106 hectáreas, de las cuales 90 son de Linares. El rendimiento calculado en Mazos por hectárea y por año es de 360 unidades, para una producción anual de 38.160 mazos. El precio de un mazo de iraca en Linares es de \$ 6.000 y en Colón-Génova es de \$ 7.000.



**Canales de Comercialización.** Los cultivadores de Linares y Colón-Génova venden su producción a los comerciantes locales, sacan a vender los cogollos a la plaza de mercado, la venden a talleres o familias que realizan el proceso de rpiado en la misma vereda. Algunos cultivadores realizan en su parcela este proceso de transformación para así vender los mazos de paja toquilla.

En Linares, el bajo precio en el mercado de un mazo de paja toquilla no alcanza a cubrir los costos de producción que se invierte en su cultivo. Por esta razón, en los últimos años se observa una disminución del área sembrada, generando la posibilidad de desestimular su resiembra y poniendo en peligro la estabilidad de la oferta de paja toquilla.

En el Municipio de Linares se encuentran cultivos de iraca en San Francisco, La palma, Chupitango, Arboleda, El Badal, Timbillo de Bravo, Encillada, Nachado, Laguna del pueblo, Llano Grande, La Mina, Tambillo de Acostas, San José de Poroto, Higueronal, Dos Quebradas, en estas veredas se ha caracterizado la producción como un cultivo de minifundio cuyas extensiones cultivadas o que se da en forma silvestre oscilan entre 1/4 de hectárea y 5 hectáreas, con una densidad promedio de 1.800 plantas por hectárea, caracterizándose estos cultivos por ser antiguos, con edades que oscilan entre 5 y 30 años, deduciendo con ello una cantidad de problemas con relación a su cultivo, calidad y a su productividad.

En este municipio se encuentra la iraca en forma de monocultivo, alternada con cultivos de plátano, café, caña y otros. Igualmente se encuentra en forma silvestre.

La falta de incentivos y de rentabilidad de este cultivo ha generado el estancamiento hacia nuevos conocimientos técnicos en su manejo como son tratamientos de suelos, fertilización, siembra y manejo de enfermedades afectándose directamente su rendimiento y sostenimiento.

Los problemas más significativos que mencionan los cultivadores alrededor de este cultivo son los siguientes:

- ? El cultivo de la iraca no es rentable, prácticamente está generando pérdidas.
- ? Competencia desleal por la venta de paja toquilla procedente del Ecuador, la cual entra al país ilegalmente.
- ? Inadecuados canales de comercialización.
- ? Desorganización de los cultivadores.
- ? Inexistencia de mentalidad empresarial por parte de los agricultores del Municipio.

- ? Sustitución del cultivo por otros como la caña panelera, el café, plátano, frutales y otros.
- ? Erradicación anual de la mayoría de los monocultivos existentes. En tres años se ha reducido más del 50% del área cultivada.
- ? Inexistencia de incentivos para esta producción.
- ? Poca o nula intervención del gobierno local, regional y nacional para enfrentar este problema.
- ? No existe una línea de crédito de fomento para este cultivo. El Banco Agrario para cultivar iraca no presta.

En ninguno de los Municipios productores de Iraca, se resalta el nivel de organización de los cultivadores, se trata de gente campesina y trabajadora sin mentalidad empresarial que han encontrado en esta palma algún tipo de ingreso, pero sin reflexionar sobre las bondades económicas y sociales que esta les puede generar.

Estas causas fundamentales para iniciar un proceso de desarrollo han permitido que la intervención del Estado en este eslabón sea prácticamente nulo. Según la información suministrada por las UMATAS de los dos Municipios y los mismos productores, para este cultivo el Estado (gobierno local, departamental y nacional) no han establecido ningún tipo de incentivos, el Banco Agrario no presta para este cultivo.

El Municipio de Linares también produce artesanías que se tejen con este producto, pero además es el primer productor de escobas de paja toquilla.

En el Municipio de Colón – Génova, el cultivo de la iraca se realiza en las partes bajas aledañas al Río Mayo. Generalmente este cultivo se encuentra alternado con otros productos de pan coger como el plátano, el café y otros.

De acuerdo a los reportes que llegan a la Secretaria de Agricultura del Departamento en 1999, en este municipio existían 10 hectáreas cultivadas de iraca. Su producción se estima en unas 10 toneladas anuales, no obstante a este municipio llega materia prima de Linares, Florencia Cauca y Ecuador.

Las Veredas de mayor dedicación a este cultivo en el Municipio de Génova, son la Victoria, y la Plata.

En este Municipio también se realizan las actividades de ripiado, tejeduría, terminado y comercialización de los productos artesanales.

**9.2.2 Aspectos generales del proceso de transformación de la materia prima en el Municipio de Linares y Colón – Génova.** El proceso está relacionado estrechamente con el cultivo de la planta y es llevado a cabo por mano de obra eminentemente masculina. Por lo general los cultivadores conocen el proceso de rpiado y lo realizan en sus parcelas; no obstante existen familias que se han especializado en este proceso, las cuales compran el cogollo en verde a los cultivadores sea en su parcela o en día de mercado.

**Comercialización de la Iraca Procesada.** Los talleres procesadores o rpiadores venden su producción semanalmente en la plaza de mercado, la venden a las tejedoras que por lo general son las vecinas del taller y también venden a los comerciantes locales.

Es de anotar que a Colón-Génova también llega la producción de San Pablo, Florencia (Cauca) y la Unión.

**9.2.3 Etapas de proceso.** Las diversas etapas del proceso sufren a veces algunas variaciones según las regiones o los usos de los operarios, pero en general obedecen a un mismo tratamiento básico que abarca varias tareas.

**Recolección y rpiado.** Para extraer la paja de la palma se corta los cogollos (futuras hojas), antes que esta se abra o sea se la corta cuando las hojas están en una edad temprana. A este cogollo se lo rpiado con un compás que tiene 2 puntas como agujas haciendo el proceso de desorillado y el rpiado que consiste en rasgar el cogollo para que salgan las hebras.

**Cocción y desagüe.** Cuando los cogollos ya están rpiados se los coloca en una olla con agua y se van a un cocimiento de un día y una noche. Al día siguiente se la saca de la olla, se la hecha sobre una poseta de agua fría y luego cada cogollo rpiado y cocinado se lo coloca al sol para que tome el color blanco y si la desea más blanca la deja al sereno.

**Entorchada o tostada.** Si la paja la desea de color habano, no se la debe cocinar, simplemente se rpiado el cogollo y se lo pone al sol. El sol trata de cerrar las hebras y le brinda una textura como de hilo.

**Estufada.** Para blanquear aun más el material, algunos proveedores los someten a la acción del humo y del azufre, colocándolos en pequeñas estufas, donde permanecen algunas horas.

Una vez blanqueada la paja se la organiza en cientos para amarrar lo que se denomina un mazo de paja toquilla. En esta forma se vende la materia prima a tejedoras del mismo municipio y es adquirida por pequeños comerciantes que sacan este producto a Municipios

**9.2.4 Los tejidos con paja toquilla.** Los tejidos de las artesanías se han convertido en unas actividades realizadas por mujeres, especialmente del sector rural de los Municipios de Sandona, Linares, Ancuya, Consacá, La Florida, Sapuyes, Ospina, Pupiales, Colón – Génova, La Cruz, La Unión, San Pablo y los Andes Sotomayor.

La Actividad artesanal de los tejidos de paja toquilla está siendo realizada por un número estimado de 10.340 mujeres, en su mayoría por mujeres jefes de hogar, cuya edad oscila entre los 18 y 50 años, de estrato socioeconómico bajo (1); la mayoría de las artesanas que se dedican a la elaboración del sombrero, presentan un bajo nivel de escolaridad, además los ingresos por familia son supremamente bajos no alcanzan a llegar al salario mínimo, por lo que el índice de necesidades insatisfechas es demasiado alto. Estas señoras no han logrado ver ni alcanzar las bondades de su oficio, que les permita alcanzar un mejor nivel de vida.

La información sobre el número de artesanas tejedoras de los municipios mencionados son tomadas con referencia a la información suministrada por las UMATAS y a algunos estudios encontrados en las Universidades locales y en Artesanías de Colombia.

Entre los doce (12) Municipios visitados se encontró 17 organizaciones asociativas que integran a 1.516 personas, pero de las cuales 884 se encuentran activas.

La participación de la población infantil en las labores artesanales es elevada, se parte del hecho de que las posibilidades económicas familiares no son las más cómodas para brindarles estudio ni oportunidades de trabajo, por cuanto son zonas pobres en recursos y en posibilidades de desarrollo regional.

En los municipios dedicados a las artesanías existe la capacidad potencial de mano de obra que es eminentemente femenina para la elaboración del sombrero, sin embargo la falta de técnicas apropiadas no les permite cumplir con el proceso completo en su elaboración. La artesanía es un sector productivo con limitaciones y atrasos lo cual se traduce en bajos ingresos, y pocas condiciones de progreso.

Las tareas del tejido son desarrolladas en mayor proporción en la zona rural por campesinas que dedican buena parte de su jornada diaria al oficio, el cual lo alternan con los quehaceres domésticos y las imprescindibles tareas del campo.

Las mujeres del hogar, ancianas, niñas, y adultas ejecutan las distintas etapas del tejido en la medida de sus capacidades o del tiempo disponible, constituyendo así un pequeño taller familiar, que desarrolla la producción en la misma vivienda, convirtiéndose en un lugar inapropiado para trabajar.

Esta labor artesanal es transmitida de generación en generación, de madres a hijas, no obstante esta tradición se ve amenazada por el desestímulo que genera los bajos precios, haciendo que la campesina prefiera otras actividades diferentes. Este fenómeno se lo observa en las jovencitas del campo y de la cabecera, las cuales ven con claridad que esta actividad no puede ser un medio para vivir de ella y prefieren abandonarla.

La artesana - tejedora recurre a escasos elementos y utensilios, no utiliza tecnología, cuando se trata de tejer un sombrero se tienen estos elementos:

- ? Un tosco soporte de madera (rueca) de tres patas con dimensiones de 50 cm de altura acopado a un trozo de madera para mantener el plato de 13 cm. de Diámetro que sirve de apoyo al tejido inicial.
- ? Una horma de madera que se coloca sobre la rueca para moldear el tejido vertical que se constituye en la copa del sombrero.
- ? Una piedra que mantiene fijo el tejido sobre el plato.
- ? Un trozo de tela para proteger el tejido.
- ? Una correa o tira para apretar contra la horma el tejido de la copa del sombrero.
- ? Un recipiente con agua para humedecer constantemente los dedos mientras ejecuta la obra.

**Cuadro 62. Departamento de Nariño**  
**Minicadena de la Iraca**  
**Precios de los principales productos en rama por Municipio – 2003**

Pesos (\$)							
	SANDONA	COLON	LINARES	LA FLORIDA	OSPINA	SAPUYES	ANCUYA
Sombrero Superfino	15.000	12.000	8.000	15.000	ND	ND	10.000
Sombrero Fino natural	2.500	ND	2.000	ND	2.000	2.000	6.000
Sombrero Fino tinturado	3.000	ND	ND	ND	ND	ND	ND
Sombrero Corriente	2.200	2.000	1.500	2.200	1.200	1.000	2.000
Individual tejido corriente 6 un	5.000	ND	4.500	ND	ND	ND	7.000
Individual tejido fino (6 unidd)	10.000	ND	9.500	ND	ND	ND	12.000
Individual tejido superfino (6 u	ND	ND	11.000	ND	ND	ND	15.000
N.D. = No hay dato.							

Fuente: Municipios Involucrados en Minicadena

Los principales problemas que expresan tener las tejedoras son:

- ? Falta organización en el suministro de materias primas (centro de acopio).
- ? El tejido del sombrero no es muy rentable.
- ? El precio no lo impone la artesana sino el comprador.
- ? Pocas posibilidades de seleccionar materia prima de calidad.
- ? Bajos niveles de organización.

- ? Bajos niveles de escolaridad
- ? Falta de estímulos para crear un producto de excelente calidad.
- ? Baja capacidad de respuesta en cuanto a cumplimientos de pedidos.
- ? Las artesanas vienen perdiendo la habilidad para el sombrero superfino.
- ? Las artesanas no dominan el proceso de terminado.

**9.2.5 Talleres para terminados y acabados.** La gran mayoría de talleres de terminados y acabados de sombreros se concentran en las cabeceras municipales de Sandona y Colón Génova, en el primero se reportan 16 talleres y en Colón Génova existen 8. En otros municipios como la Florida, Ancuya y Consacá, las organizaciones existentes de tejedoras están en el proyecto de montar por lo menos un taller para todo el municipio.

Para atender los acabados de toda la producción regional de sombreros existen 25 talleres, los cuales ocupan alrededor de 4 operarios, sumando un total de 113 trabajadores directos encargados de la función del acabado de los sombreros.

En el Municipio de Sandona existen unos 16 talleres en donde se incluye a la Cooperativa, que realizan este trabajo. Los talleres más grandes poseen ciertas máquinas que les permite mayores rendimientos y mejores acabados, como las aplanchadoras, las máquinas industriales de coser y otras herramientas menores.

Al interior de los diferentes talleres se observa que en el proceso de acabado del sombrero se tienen etapas como el apretado, majado o macetado, estufado, lavado, y secado, despuchados conformado, compostura, maceteo, hormado y terminado. Después de este proceso el producto queda listo para ser vendido al mercado local, regional, nacional e internacional.

Esta etapa implica varios pasos que se realizan en talleres por personas distintas a las que han participado en los anteriores procesos.

Esta es una labor que requiere de tiempo y dedicación con el propósito de lograr un excelente trabajo final, en esta etapa se siguen estos pasos así:

**Apretado.** Se rematan los bordes anudando fuertemente los flecos sobrantes del tejido.

**Recorte de pajas.** Las pajas sobrantes se recortan superficialmente con un cortador o con tijeras.

**Remojado.** Los sombreros se ponen a remojar y se lavan con jabón para quitar la grasa.

**Estufado.** Aún húmedos se someten a la acción del humo que reciben a través de una rejilla que durante toda la noche actúa en el interior del horno, esto para un mejor blanqueamiento.

**Lavado.** Se lava con cepillo y jabón cuidadosamente para eliminar el olor a azufre y se deja secar.

**Blanqueamiento.** Se utiliza un recipiente grande con PEROXIDO DE HIDROGENO + AGUA, donde se remoja el sombrero y luego se deja secar por varias horas al sol en forma directa.

**Majado.** El sombrero se sitúa sobre una piedra y con un mazo de madera se golpea hasta lograr una superficie flexible y tersa.

**Hormada.** Se lo coloca en una horma y luego se lo pasa a la prensadora para darle forma, este proceso se realiza con el sombrero para hombre.

**Engomado:** Se cubre con una capa de Colbón y nuevamente se lo pasa por la prensadora.

**Ribeteado y encintado.** Se coloca el Ribete o borde con máquina de coser, se coloca el Tafiote en la parte interna del sombrero para colocar la talla y la marca, por último se coloca la cinta al contorno de la copa, esto según el modelo.

**9.2.6 Canales de Comercialización de los productos terminados.** Dentro del contexto local, regional y nacional no existe una estrategia que permita racionalizar la producción y venta de cada uno de los productos artesanales que existen y se ofrecen en los diferentes lugares. El Departamento de Nariño siendo una de las regiones con mayor riqueza en oferta y producción de artesanías no ha abanderado un proyecto de comercialización que les permita a los artesanos un proceso de planeación en su producción y una seguridad y estabilidad en el precio de cada una de sus artesanías.

El agente de intermediación posee un papel muy importante para que estas actividades estén sobreviviendo, pero de lógica es de suponer que este trabajo de los intermediarios se promueve por que existe ventaja y utilidad para sus actividades de lo contrario ya hubiesen abandonado estas labores.

En el Municipio de Sandona como en Colón – Génova se observa claramente como están constituidos los canales de comercialización de las artesanías. El papel más importante lo vienen cumpliendo los talleres de acabados y terminados quienes realizan una primera etapa de intermediación.

Estos talleres manejan un capital de trabajo que les permite adquirir el sombrero a las artesanas y después de terminarlo realizan el proceso de venta a nivel local, regional y nacional, donde se concentran los puntos de venta para el consumidor nacional y donde también se encuentran los agentes de exportación. Estos agentes se encuentran en la ciudades de Pasto, Cali, Bogotá, Medellín, Barranquilla y Cartagena.

El 90% de la producción de artesanías tejidas en paja toquilla llega a las manos de los propietarios de los talleres de acabado y venta de productos. En Sandona la existencia de la Cooperativa y otros grupos asociativos pequeños de la zona hacen que este margen no sea el 100%.

Como se puede apreciar estos talleres venden directamente al consumidor, a los intermediarios de Pasto y otras ciudades y a exportadores quienes se encargan de llevar los productos a los consumidores extranjeros. Existen en el extranjero tiendas que importan y hacen otro nivel de intermediación pero estos datos no fue posible calcularlos cuantitativamente.

**Cuadro 63. Minicadena de la iraca  
lista de precios de productos nariñenses en otras ciudades año 2003**

PRODUCTOS	POPAYÁN	ARMENIA	PEREIRA	CALI	BOGOTA	MEDELLÍN
SOMBRERO SUPERFINO	40.000	45.000	45.000	45.000	50.000	50.000
SOMBRERO FINO	20.000	25.000	25.000	25.000	30.000	30.000
SOMBRERO CORRIENTE	18.000	20.000	20.000	20.000	25.000	25.000

FUENTE: COOPERATIVA FEMENINA ARTESANAL DE SANDONA. 2.003

La Cooperativa de Artesanal de Sandona tiene contratos con almacenes de artesanías de las principales ciudades del país y suministró para esta investigación los precios de venta al público de los sombreros superfinos, finos y corrientes que salen de Sandona, donde se puede apreciar que es factible entregar al consumidor final un producto de igual o mejor calidad a menor precio, ya que ello adquieren los sombreros a menor precio, y por consiguiente se llevan la mayor ganancia.

### 9.2.7 Comportamiento del mercado nacional de artesanías de iraca

Es muy importante conocer la dimensión del mercado nacional de artesanías y específicamente del comportamiento de la demanda de los productos que se elaboran con iraca o paja toquilla.

Artesanías de Colombia ha realizado algunos estudios de este mercado analizando la situación de los artesanos y los clientes que visitan la Feria de EXPOARTESANAL que se realiza anualmente en CORFERIAS. De esta información hemos traído para interés del presente estudio información de la evaluación que realizó la empresa en el año 2002.

“El comportamiento de los productos artesanales elaborados en iraca, han ido perdiendo en los últimos años significativamente parte de su mercado externo. De 1.4 millones de



dólares que se exportaron en 1993, se pasa a exportar 28.000 dólares en 1998 y en el año 2002 exporto 116.000 dólares.

## **10. MUEBLE ÉTNICO**

### **10.1 PRESENTACIÓN**

El departamento de Nariño presenta un estancamiento económico originado principalmente en la baja competitividad y productividad de las diferentes líneas de actividad económica, la incipiente tecnología en las mipymes, el incremento del contrabando y otra serie de factores de tipo social y cultural como la inseguridad y la escasa o nula cultura empresarial.

La problemática se agudizó sin duda con la apertura económica en sectores especialmente vulnerables como el agro y de transformación artesanal que se puede apreciar en el desplazamiento del sector primario hacia el terciario, “para el año 1994 la participación del sector primario era del 35.1% y en 1998 fue del 29%, en comparación con el sector terciario del 55% y 63.4% respectivamente”<sup>5</sup>.

Las características estructurales de las microempresas o empresas familiares dedicadas a la labor artesanal, no permiten identificar con exactitud su aporte al PIB regional.

“Su aporte a la generación de empleo es importante si se considera que la mayor cantidad de la población artesanal del país se concentra en el Departamento de Nariño (14.35%)”<sup>6</sup>.

Debido a la importancia del sector artesanal para el desarrollo social y económico de la región, Artesanías e Colombia S.A. a través del Laboratorio Colombiano de Diseño tiene como meta principal mejorar y ampliar la cartera de productos en diversos oficios, incluido el Barniz de Pasto que compone uno de los eslabones de la cadena productiva (Decoración), respetando las características étnicas y culturales. El componente de diseño ha hecho que los productos se posesionen en un segmento no muy amplio del mercado nacional

### **10.2 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR**

Uno de los más grandes problemas del sector de la madera en Colombia, es la mala calidad de la madera aserrada, pues un alto porcentaje de este proceso se está realizando con motosierras.

El mercado de la madera se caracteriza por las estructuras en las que intervienen hasta siete eslabones en la intermediación, produciendo variaciones en el precio hasta un 200%, los elevados costos de transporte por la distancia geográfica entre los centros de extracción y los de producción y los deficientes procesos de secado y tratamiento de la madera.

---

<sup>5</sup> UNIVERSIDAD DE NARIÑO. Planeación Departamental-Cuentas Regionales. Pasto : Udenar, 1998 p. 4

<sup>6</sup> ARTESANÍAS DE COLOMBIA. Censo Económico Artesanal. Bogotá : Adc, 1994 p. 50.

La industria colombiana del mueble actualmente se concentra en Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cali, Bucaramanga, Cúcuta, Armenia y Pereira.

Las materias primas y materiales más utilizados son los aglomerados y contra chapados que actualmente se producen en Colombia con calidad y promedio internacional, MDF y se importa de Ecuador y Chile; madera sólida, procedente de bosques naturales, pinturas y materiales de acabado y herrajes de fabricación nacional e importados.

El proceso de producción se caracteriza por la fabricación de una amplia gama de productos hechos a mano.

En cuanto al control de calidad, actualmente el Ministerio del Medio Ambiente lidera el programa Nacional de mercados Verdes y el Programa Nacional de Ecotiqueteado, con el cual se pretende difundir los criterios para otorgar etiquetas verdes o el ecosello nacional.

Con relación a los costos y precios, las microempresas del sector no manejan un buen sistema de costos, generalmente no se determinan los costos reales y acuden a sus conocimientos empíricos para estimar el costo y el precio.

#### **Cuadro 64. Exportaciones de manufacturas de San Juan de Pasto Año 2000**

EMPRESA	PRODUCTO	DESTINO	VALOR EN MILLONES \$	TOTAL	PARTICIPACION
CENTRO PROINCO CUYAMUNA	Manufacturas en madera	ALEMANIA	162	162	0.22%
COMERCIAL PIMARO PIEDAD M DE SUBA	Manufacturas en madera	ANTILLAS HOLANDESAS	19.173	19.173	25,49%
Sin descripción en nuestro NIT	Manufacturas en madera	ANTILLAS HOLANDESAS ECUADOR	24,55	24,55	74,29%
	Manufacturas en madera	IRAN REPUB.	31,32	31,32	
TOTAL				75,214%	100%

Fuente: Mincome x

La participación de las manufacturas en madera en el total de las exportaciones de Nariño en el año 2000, alcanzan el 23.35% constituyendo con las exportaciones de cuero y de manufacturas del cuero, los renglones más importantes de la balanza comercial del departamento.

### **Cuadro 65. Participación de las manufacturas en madera**

<b>PRODUCTO</b>	<b>VALOR EN MILLONES DE \$</b>	<b>PARTICIPACION</b>
PRODUCTOS DE LA INDUSTRIA ALIMENTICIA	41.222	6.51%
PIEDRA POMEZ	22.673	3.58%
MEZCLAS DE SUSTANCIAS ODORIFERAS	5.280	0.83%
CUERO, PIELES EN BRUTO	219.109	34.60%
MANUFACTURAS EN CUERO	171.287	27.05%
MANUFACTURAS EN MADERA	147.871	23.35%
ARTICULOS DE CESTERIA	57	0.01%
PAPEL Y SUS APLICACIONES	1.190	0.19%
TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS	19.793	3.13%
SOMBREROS TRENZADOS	2.035	0.32%
PRODUCTOS CERÁMICOS	61	0.01%
MERCANCIAS VARIAS	2600	0.41%
<b>TOTAL</b>	<b>633.178</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Mincomex

El mercado internacional ofrece grandes posibilidades al sector manufacturero de muebles y accesorios artesanales en madera para el departamento de Nariño, siempre y cuando innove con productos adecuados a las características de los mercados de destino.

Los países asiáticos lideran las exportaciones de muebles hacia Europa y que México y Brasil han logrado acaparar una porción de este mercado a través de productos especializados con valor agregado como lo es el "mueble rústico mejicano"

La tendencia europea señala la preferencia por el mueble contemporáneo y una excelente oportunidad para el mueble étnico.

### **10.3 CARACTERÍSTICAS SOCIALES Y ECONOMICAS DE LA POBLACION**

Según los resultados del censo de 1993, en el departamento de Nariño el 54% de la población tiene necesidades básicas insatisfechas (NBI) frente al NBI nacional, que es del 37,25. el 15% de la población carece de vivienda adecuada, el 20% carece de servicios públicos adecuados, el 32% viven en hacinamiento crítico, el 11,3% reportan inasistencia escolar, el 16% tienen alta dependencia económica y el 27% viven en miseria absoluta.

Para el caso específico de la población a atender (Proyecto mueble étnico) se evidencian los siguientes indicadores.

"Más del 50% de la población dedicada a estos oficios posee un nivel de escolaridad que no alcanza la primaria completa.

El núcleo familiar está compuesto por 5 personas en promedio y la mayoría (65%) no poseen vivienda propia.

Sus casas de habitación están ubicadas en barrios populares de estratos 1 y 2 y aunque poseen todos los servicios públicos domiciliarios, estos no son los mejores. Los ingresos

familiares mensuales para a el último año se han deteriorado y oscila en un promedio de \$300.000, equivalente a un ingreso promedio anual de \$3.600.000.

La mayoría de los trabajadores directos permanentes y temporales ocupados en este subsector están carnetizados a través del SISBEN y reciben servicio médico, asistencias en salud, pero no ocurre lo mismo con los trabajadores indirectos”<sup>7</sup>

#### **10.4 CARACTERIZACION DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR**

**Localización.** La ubicación de las empresas a pesar de ser de carácter industrial se concentran en zonas comerciales y residenciales en un 37.71%, mientras que las zonas industriales y semi-industriales tan solo albergan un 14,29%. Las instalaciones en un 57.14% son arrendadas y tan solo el 35.72% son propias.

**Años de permanencia en el mercado.** De manera aproximada un 36% corresponde a nuevas empresas con menos de 5 años de funcionamiento, en tanto que en el otro extremo un porcentaje igual (36%) corresponde a empresas con de 20 años de antigüedad.

**Productos de mayor facturación.** Determinar exactamente el valor de los productos de mayor facturación en estas unidades macroeconómicas es muy difícil debido a la información con que la mayoría maneja sus negocios, y la carencia de sistemas contables confiables. De esta manera, no es factible obtener los valores de producción, ventas y utilidad de cada ejercicio contable.

No obstante, los productos de mayor facturación en el renglón del mueble y construcción son los muebles de sala, comedor y alcoba y en menor proporción los de oficina, así como también puertas, clóset, gabinetes y cocinas integrales. En cuanto a productos artesanales en madera los de mayor facturación son los decorados en tamo. Barniz de pasto y los de talla. Los productos artesanales de mayor incidencia en el mercado son las líneas de oficina y de mesa.

En el siguiente cuadro se observa el comportamiento de las exportaciones en el último año.

---

<sup>7</sup> LABORATORIO DE DISEÑO. Proyecto de innovación en Mueble étnico y mejoramiento de la competitividad. Pasto : LCD, 2002. p.15.

**Cuadro 66. Exportaciones totales colombianas según macrosector – sector  
Acumulado enero-noviembre años 2002 A 2003  
Unión Europea**

MACROSECTOR - SECTOR	FOB US\$		DIFERENCIA	VARIACION
	2002	2003	\$US	2003–2002
MUEBLES Y MADERAS	550.697	825.866	275.169	49,97%
MADERA	161.898	137.554	-24.344	-15,04%
MUEBLES	388.799	688.312	299.513	77,04%
ARTESANIAS	4.001.820	6.575.724	2.573.904	64,32%
NO TRADICIONAL	548.146.282	588.585.793	40.439.511	7,38%
<b>TOTAL EXPORTACIONES</b>	<b>1.502.246.732</b>	<b>1.706.854.554</b>	<b>204.607.822</b>	<b>13,62%</b>

*FUENTE: MINCOMEX*

Del total de la exportaciones **1.502.246.732**, 550.697 corresponde a Muebles y Maderas, 4.001.820 a las Artesanías.

**Aspectos laborales.** El 73% de los trabajadores vinculados son obreros y de estos tan solo el 5% son mujeres. Así mismo de este porcentaje el 68% posee únicamente educación básica primaria y el resto ha alcanzado el bachillerato incompleto en la mayoría de los casos.

La gran flexibilización laboral imperante en el subsector, permite diversas formas de contratación, permitiendo los contratos de mano de obra a destajo. Los salarios para obreros alcanzan en promedio los \$300.000 y para administrativos \$475.000

## 11. CULTORES DEL CARNAVAL

### 11.1 PRESENTACIÓN

El Laboratorio Colombiano de Diseño para el Desarrollo de la Artesanía y la pequeña empresa, la Alcaldía Municipal de Pasto con el apoyo del programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD mediante la implementación del proyecto CLO 02/-021 **“FORTALECIMIENTO DE LOS PROCESOS ORGANIZATIVOS Y PRODUCTIVOS DE LOS CULTORES DEL CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS DE PASTO”**, busca implementar estrategias y acciones para mejorar el oficio de los cultores del Carnaval en el Municipio de Pasto, capacitando y ampliando su espectro productivo aprovechando las técnicas de expresión del Carnaval, enfocado al diseño y comercialización de productos.

Cuando hablamos del artesano y de la artesanía, nos referimos a piezas o elementos aislados, sino a todo un conjunto de factores sociales e históricos que no pueden reducirse a factores ni a la cultura ni a la economía. En el contexto artesanal se da una ruptura entre lo económico y lo simbólico. Los objetos artesanales elaborados por indígenas y campesinos de una región, pierden su significado al cambiar de contexto y uso. En su condición primaria, los objetos artesanales tienen una carga social, económica y simbólica, unas formas de producción donde la familia es la unidad clave y un conjunto de creencias y tradiciones dadas por su relación con la naturaleza.

La artesanía se ha convertido para muchas regiones en el símbolo de su identidad cultural; en un factor que singulariza a un grupo y en sinónimo de su especificidad cultural. Y es así que lo “típico” tiende a simplificar la riqueza cultural en un “objeto común” generalmente dirigido a los turistas, en el cual se resume las características y los rasgos étnicos propios de una región.

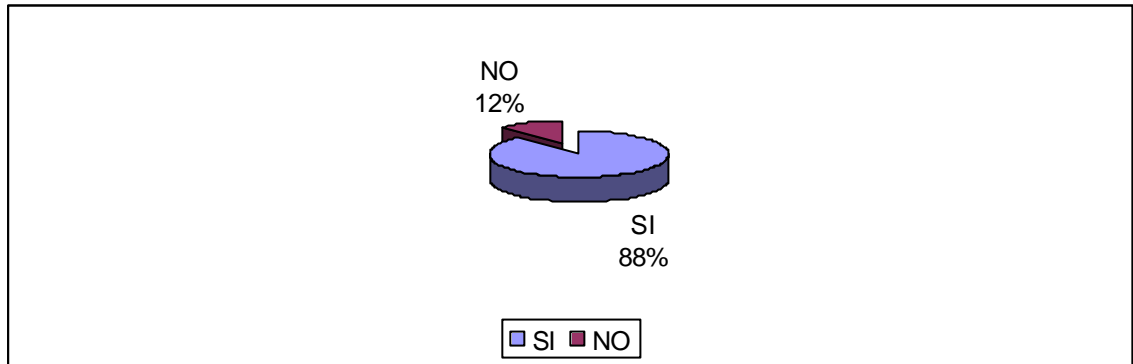
La artesanía local nos permite entrever la necesidad de la identificación cultural y el encuentro de parámetros para situarse en la relación con los otros por la diferencia. La antigua artesanía utilitaria y la artesanía del arte, poco a poco se ha convertido en símbolos de cultura de un país o de una región, siendo la primera un producto de consumo popular y la segunda de consumo elitista.

En el llamado comercio de artesanías y en el mercado sujeto al sistema mercantil, las artesanías sufren una descontextualización de manera que sus objetivos iniciales de utilidad cambian y adquieren una resignificación en el nuevo contexto, el cual la oferta y el consumo son los factores determinantes.

**11.1.1 Organización productiva y social.** Dentro de la población de los talleres que trabajan la parafernalia del carnaval, se cuentan las unidades productivas que poseen un

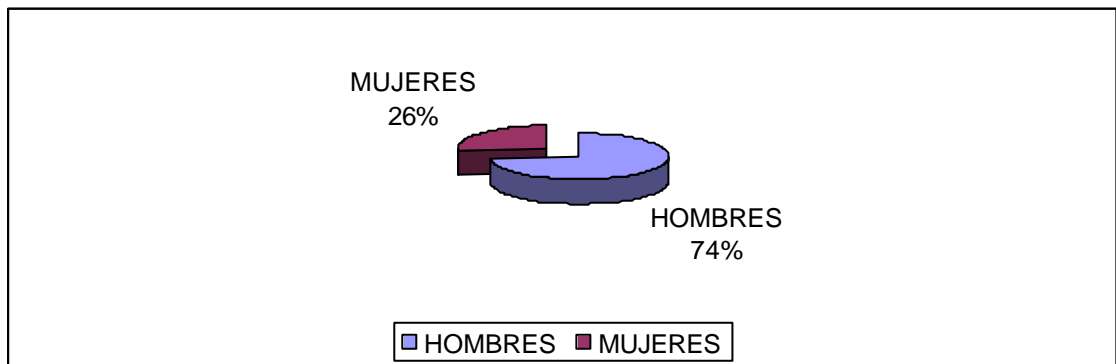
lugar de trabajo permanente, estas representan el 88 % de dicha población artesanal. Mientras tanto el 12 % no tienen un lugar fijo donde desempeñar estas labores.

**Figura 27. Organización productiva y social 1**



En cuanto a la participación de hombres y mujeres, los talleres están conformados en su mayoría por hombres representando el 74 %. A su vez que las mujeres cuentan con el 26 %. La población total se muestra así:

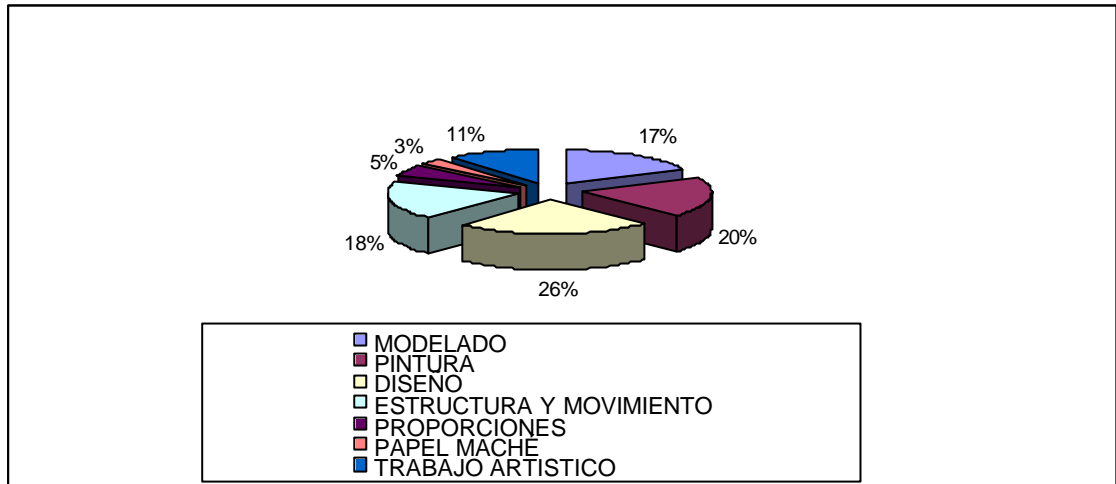
**Figura 28. Organización productiva y social 2**



**11.1.2 Nivel de formación.** Cuando se les preguntó a los artesanos acerca de sus necesidades en cuanto a capacitación se refiere, ellos indican una necesidad muy latente en el diseño en general y la pintura, desde su preparación, pasando por las mezclas y reacciones, hasta las técnicas de aplicación y acabado final. El siguiente cuadro ilustra la prioridad:



**Figura 29. Nivel de formación**



Estos son los mismos porcentajes anteriores pero en orden descendente:

Diseño	26 %
Pintura	20 %
Estructura y Movimiento	18 %
Modelado	17 %
Trabajo Artístico	11 %
Proporciones	5 %
Papel Mache	3 %

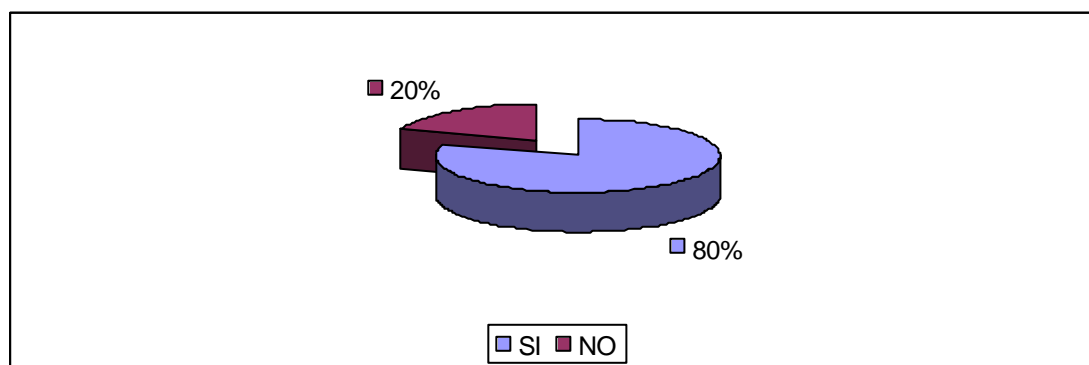
**11.1.3 Análisis tecnológico del producto.** Los materiales más usados como base para las figuras, los disfraces y en fin toda la parafernalia exhibida en la puesta en escena del carnaval es muy predecible, sin embargo se pueden ver dos aspectos contrastantes; el primero es el uso de toda base que permita una mejor producción de la obra, explotando las ventajas y cualidades del carnaval, a su vez estos materiales generan una fuente muy importante de ingreso a los expendedores por lo que no resulta extraña la idea en la cual surja una asociación que pueda distribuir estas materias, y conformar mini-cadenas comárcales en donde los directos beneficiados sean los mismos cultores. En segunda instancia la dimensión ecológica se ve afectada, porque la mayor parte de estas materias primas no permiten una asimilación positiva dentro del ambiente, aunado a esto, un gran porcentaje aún no medible, no es reciclado por lo que se convierte en un serio problema de basuras o “desechos” no perecederos.

**Cuadro 67. Problemas.**

PROBLEMAS	CAUSAS
Figuras deformadas	Cola a base de agua
Figuras perecederas	Por el material sintético
Malos acabados	Herramientas insuficientes
Se forman hongos	Mucha humedad
Se detiene la producción	Exposición a la intemperie
Las obras son deficientes	Materiales de deficiente calidad
Estructuras rígidas	Modelado sin movimiento
Mala combinación de las pinturas	Falta de conocimiento
Se rompen las estructuras centrales	Medidas de la madera inexactas
Rajaduras	Exceso de yeso
Incomodidad de la estructura que se lleva en hombros	Ergonomía

**11.1.4 Equipos y herramientas.** El 80% de la población artesanal cuenta con algún tipo de equipo, que proviene de su oficio principal en la gran mayoría, en tanto que el 20% de los talleres no posee la dotación mínima de dichos equipos, lo que los obliga a alquilarlos, incrementando los costos y muy seguramente restándole calidad a los productos para el carnaval. El siguiente gráfico muestra la proporción así:

**Figura 30. Equipos y herramientas**



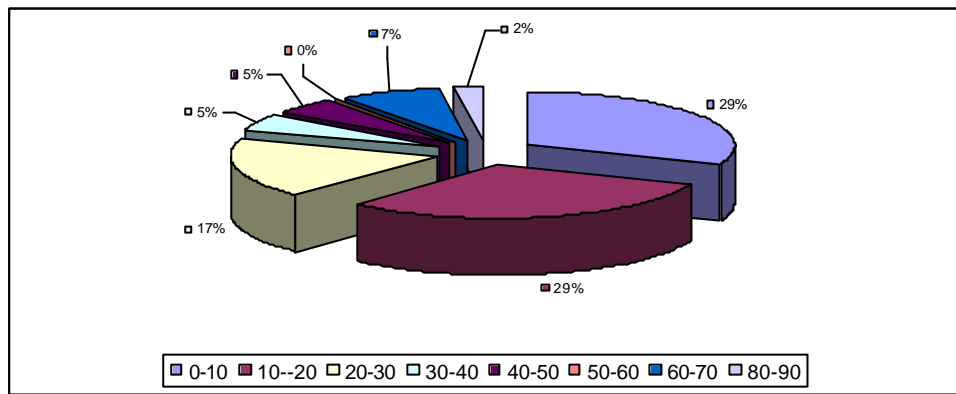
Esta es una lista de los equipos más usados que se encuentran en los talleres de los artesanos:

Compresor Esmeril Soldador eléctrico Sin fin  
 Soldador halógeno Grapadora Aerógrafo Caladora  
 Taladro Ruteadora Pulidora Circula  
 Máquina de coser Soplete Mesas de trabajo

**11.1.5 Ingresos mensuales de los integrantes de la unidad productiva.** A continuación se muestra un promedio de ingresos mensual en la economía de los artesanos por sus actividades y que no incluyen en la actividad del carnaval:

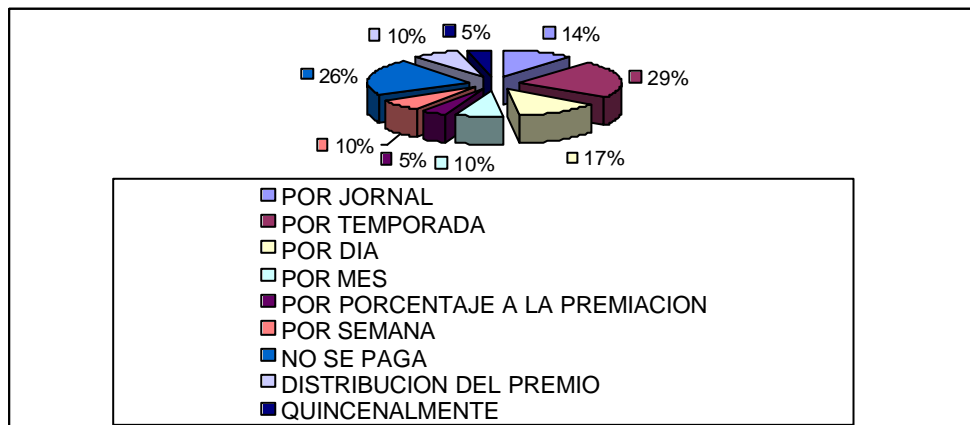
**Figura 31. Porcentaje de fuente de ingreso procede de la actividad artística del carnaval.**

A continuación se hace una presentación del porcentaje de ingreso procedente de la actividad artística del carnaval en la economía de los artesanos:



Dentro de la actividad de elaboración de las carrozas y comparsas, podemos apreciar como se reconoce económicamente la mano de obra a las personas que colaboran o trabajan directamente en esta labor:

**Figura 32. ¿Cómo se paga la mano de obra en la actividad del carnaval?**



**11.1.6 Comercialización.** Los talleres comercializan una serie de productos, elaborados dentro del taller o por habilidad propia en sus hogares. Estos productos y objetos se registran en orden de aparición así:

Vestidos Años viejos Penachos Fruteros  
Muñecos Recuerdos Policromías Arte religioso  
Relieves Tejidos Estructuras Restauración  
Maceteros Esculturas Rompecabezas Máscaras  
Disfraces Esculturas Cirios Tallas  
Piñatas Tótem Ebanistería

## 12. CONCLUSIONES

En general podemos decir que en los temas en que el Laboratorio está trabajando ha tenido una muy buena aceptación generando para ellos un incremento en la calidad del producto, y por tanto mayor acogida en el mercado.

Lastimosamente es muy difícil trabajar con grupos grandes, que es lo que ha ocurrido con la Minicadena de la Iraca que por tener una cobertura tan grande y además por ser regiones con un nivel distinto de conocimiento, las actividades no se han logrado desarrollar con el mismo nivel; esto se puede observar claramente en el caso de Sandona que es una región con gran experiencia, a diferencia de cualquier otra región que se dedique a estas actividades.

Por otra parte el eslabón que suministra la materia prima no cuenta con el apoyo suficiente, lo que traería como consecuencia el reemplazo de este cultivo por la caña y el café que representa mayor rentabilidad.

La escasez de la Iraca significaría un retroceso para esta importante cadena

Para poder medir el impacto general de estas actividades desarrolladas por el Laboratorio Colombiano de Diseño, el indicador más importante sería el incremento en el nivel de ventas y el margen de utilidad, lamentablemente no se pudo conocer de una manera exacta este dato ya que en la mayoría de los eslabones no cuentan con el registro necesario.

En el caso del Mueble Étnico, la situación es diferente ya que es un grupo pequeño y se puede manejar casi al mismo nivel. Las actividades que aquí se desarrollaron fueron de gran importancia para los artesanos de este sector de la madera puesto que, por primera vez algunos de ellos participaron de la Feria Expoartesanías.

Los artesanos del Carnaval, cuentan en su mayoría con el apoyo del Laboratorio Colombiano de Diseño, y las actividades que este desarrolla, son muy importantes para que éste sector continúe destacando la Cultura Nariñense. El trabajo que realizan es de gran importancia por el material que utilizan ( papel reciclado-papel mache )reduciendo de alguna manera la destrucción del Medio Ambiente

### **13. RECOMENDACIONES**

Para que todos los municipios puedan trabajar en iguales condiciones se debe enfatizar en aquellos municipios que aún no han logrado desarrollar técnicas en la elaboración de los productos.

Se debe capacitar y asistir en los programas que se propuso como meta en el proyecto, iniciando desde aquellos temas que introduzcan al sector en dichas actividades, es decir empezar por el principio, por ejemplo enseñar a tejer, tinturar, etc antes de capacitar en gestión comercial ya que no tienen productos de buena calidad, es más algunos municipios ni siquiera pueden tejer, tinturar, etc.

Apoyar a los municipios en las actividades más urgentes, que sean sugeridas por los artesanos.

Con grupos pequeños se trabaja de una mejor manera es el caso del proyecto Mueble Étnico y Cultores del Carnaval. El proyecto de la Iraca tiene una cobertura muy grande por eso es necesario que las actividades para cada municipio se dividan, no se puede brindar la misma capacitaciones al Municipio de Sandona que al Municipio de Colon Génova o La Unión, pues el grado de desarrollo es diferente.

Es necesario que las capacitaciones, asistencias etc descritos en el proyecto no solo se brinde a los mismos grupos, sino que se realicen con todos los grupos que se han conformado, de esta manera se lograra reproducir los conocimientos y obtener mayores beneficios para toda la cadena productiva.

## BIBLIOGRAGIA

ARTESANÍAS DE COLOMBIA. Competitividad minicadena de la iraca, Bogotá : AdC, 2002 103 p.

------. COMPETITIVIDAD 30 MICROEMPRESAS EN PASTO. Pasto : AdC, 2002. 500p.

MINISTERIO DEL CULTURA. Cultores del carnaval. Pasto : Oficina del carnaval 2003. 50p.

BENAVIDES, Ernesto Orlando. Tecnología, Desarrollo de Productos y Diseño en Artesanía. Bogotá :. Artesanías de Colombia 1996. 30 p.

HERRERA, Neve Enrique. Núcleos artesanales. Informe mimeografiado. Bogota : Artesanias de Colombia, 1996. 50 p.

HERRERA, Neve Enrique. Oficios artesanales. Cendar. Bogotá : Artesanías de Colombia, 1996. 60 p.

# ANEXOS











Anexo B. Plan de Viajes



MUNICIPALIDAD DEL PASTO  
CORPORACIÓN MUNICIPAL DE  
SERVICIOS DEL COLOMBIANO

PLAN DE VIAJE  
PLAN DE COSTOS PROYECTADOS  
ANITA CUASQUER



DEPARTAM ENTO	MUNICIPIO	VEREDA O LOCALIDAD	NÚMERO DE DÍAS	COSTO POR DÍA	ALOJAMIE NTO Y ALIMENTA CIÓN	TRANSPORTE TERMINAL VEREDAS	MATERIALES Y PROTOTIPOS	TOTAL COSTO POR ACTIVIDAD
Nariño	Pasto	zona urbana				20.000	2.850	22.850
Nariño	Sandona	Cabecera Municipal	1	17.500	17.500	12.000	3.900	33.400
Nariño	Linares	Cabecera Municipal	2	37.500	75.000	20.000	8.250	103.250
Nariño	Colon Genova	Cabecera Municipal	2	37.500	75.000	20.000	9.000	104.000
Nariño	La Florida	Cabecera Municipal	1	17.500	17.500	10.000	1.500	29.000
Nariño	Ospina	Cabecera Municipal	1	17.500	17.500	10.000	1.650	29.150
Nariño	Pupiales	Cabecera Municipal	1	17.500	17.500	14.000	1.200	32.700
Nariño	Sapuyes	Cabecera Municipal	1	17.500	17.500	10.000	1.650	29.150
Nariño	Ancuya	Cabecera Municipal	1	17.500	17.500	13.000	1.650	32.150
Nariño	La Union	Cabecera Municipal	2	37.500	75.000	20.000	5.700	100.700
Nariño	San Pablo	Cabecera Municipal	2	37.500	75.000	20.000	1.650	95.000
<b>TOTAL</b>		<b>SUBTOTAL</b>	14	255.000	405.000	169.000	39.000	613.000
								613.000

## Anexo C. Legalización de avance

LEGALIZACIÓN DE AVANCE  
ENCUESTAS PARA ARTESANOS  
Proyectos: Minicadena de la traza, Barmitz de Pasto, Mueble étnico, Cultores del Carnaval. Diciembre de 2003

BENEFICIARIO ANITA DEL CARMEN CUASQUER CHAPUES  
NIT 37.122.470 de IpiALES  
FECHA: 28 de Noviembre hasta 12 de Diciembre de 2003  
ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN  
Total Gastos de Permanencia

BENEFICIARIO	CONCEPTO	TOTAL
ANA CUASQUER	Permanencia y alimentación mpio. La Unión	75000
ANA CUASQUER	Permanencia y alimentación mpio San Pablo	75000
ANA CUASQUER	Permanencia y alimentación mpio Linares	75000
ANA CUASQUER	Permanencia y alimentación mpio Génova	75000
ANA CUASQUER	Gastos de alimentación mpio Sardoná, La Florida, Ospina, Pupiales, Sapuyes y Ancyua	1050000
<b>Subtotal</b>		<b>4050000</b>

### MATERIALES Y PROTOTIPOS

BENEFICIARIO	NIT	CONCEPTO	VR. BRUTO	IVA	R/ITE	ICA	R/IVA	TOTAL
Duplicopias	14483411	Fotocopias encuientas	39.000					39.000
<b>TOTAL</b>								<b>39.000</b>

### TRANSPORTES

BENEFICIARIO	NIT	CONCEPTO	VR. BRUTO	IVA	R/ITE	ICA	R/IVA	TOTAL
Cooperativa Tax Lujio	891201623-4	Transporte Pasto- la Unión	14.000					14.000
Freddy Muñoz	12994979	Transporte Union - Pasto	6.000					6.000
<b>subtotal</b>								<b>20.000</b>
Jaimie Ortega	87.125.315	Transporte Pasto-San Pablo	10.000					10.000
José Cabrera	59344711	Transporte San Pablo-Pasto	10.000					10.000
<b>subtotal</b>								<b>20.000</b>
Expreso Sardoná S.A	800111038	Transporte Pasto-Linares	10.000					10.000
Leandro Santacruz	12960711	Transporte Linares -Pasto	10.000					10.000
<b>subtotal</b>								<b>20.000</b>
Segundo Rodriguez	5130416	Transporte Pasto-Sardoná	6.000					6.000
Luis Salazar	12843426	Transporte Sardoná-Pasto	6.000					6.000
<b>subtotal</b>								<b>12.000</b>
Andrés Vélez	12916723	Transporte Pasto-Ancyua	6.500					6.500
Jorge Dorado	80742360	Transporte Ancyua-Pasto	6.500					6.500
<b>subtotal</b>								<b>13.000</b>

BENEFICIARIO	NIT	CONCEPTO	VR. BRUTO	IVA	R/TE	ICA	RMVA	TOTAL
Andrés Hurtado	12345620	Transporte Pasto-Florida	5.000					5.000
Sabastian Portilla	80431310	Transporte Florida-Pasto	5.000					5.000
<b>Subtotal</b>								<b>10.000</b>
Javier Mútz Guanero	12754812	Transporte Pasto-Cajón Gárvora	6.000					6.000
Samuel López	16913000	Transporte Cajón Gárvora-Pasto	14.000					14.000
<b>Subtotal</b>								<b>20.000</b>
Juan Diego López	5391216	Transporte Pasto-Ipiates-Pupiales	7.000					7.000
Julio Guerrero	87115003	Transporte Ipiates-Ospina	7.500					7.500
Raúl España	12390010	Transporte Ospina-Sapuyes	5.000					5.000
Gerardo Montenegro	5215325	Transporte Sapuyes-Ipiates	7.500					7.500
Ernesto Luna	87705520	Transporte Ipiates-Pasto	7.000					7.000
Ana Cuasquer	37122470	Transporte pasajes bus urbano	20.000					20.000
<b>Subtotal</b>								<b>54.000</b>
<b>TOTAL</b>								<b>208.000</b>

SUBTOTAL MATERIALES	39.000
SUBTOTAL TRANSPORTE	169.000
SUBTOTAL ALIMENTACION	405.000
TOTAL GASTADO	613.000
VALOR DE AVANCE	613.000
DIFERENCIA	0

Firma:

Ana Cuasquer C.C. 37.122.470 de Ipiates

