

1-1-2007

Oferta exportable de productos en caña flecha de la Gobernación de Córdoba, municipio de San Andrés de Sotavento, Corregimiento de Tuchin

Elvira Marcela Ayala Peña
Universidad de La Salle, Bogotá

Lisset Andrea Peña Cárdenas
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas

Citación recomendada

Ayala Peña, E. M., & Peña Cárdenas, L. A. (2007). Oferta exportable de productos en caña flecha de la Gobernación de Córdoba, municipio de San Andrés de Sotavento, Corregimiento de Tuchin. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1291

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

**OFERTA EXPORTABLE DE PRODUCTOS EN CAÑA FLECHA DE LA
GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA, MUNICIPIO DE SAN ANDRÉS DE
SOTAVENTO, CORREGIMIENTO DE TUCHIN.**

**ELVIRA MARCELA AYALA PEÑA
LISSET ANDREA PEÑA CÁRDENAS**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.
2007**

**OFERTA EXPORTABLE DE PRODUCTOS EN CAÑA FLECHA DE LA
GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA, MUNICIPIO DE SAN ANDRÉS DE
SOTAVENTO, CORREGIMIENTO DE TUCHIN.**

**ELVIRA MARCELA AYALA PEÑA
LISSET ANDREA PEÑA CÁRDENAS**

Trabajo de Grado

**Director:
Luís Ignacio López Farfán
Ingeniero Industrial**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ D.C.
2007**

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bogotá D.C.;

Agradezco a Dios por guiar cada uno de los pasos que he dado
A mi familia por apoyarme durante mi carrera
A mi Director de Trabajo de grado por colaborarnos durante todo este tiempo
A la universidad por que durante mi carrera me proporcionó las herramientas para
salir adelante en mi vida profesional.

Elvira Marcela.

A Dios doy gracias y ofrezco mis triunfos
A mi familia y especialmente a mis padres mis esfuerzos y oportunidades
A mi hermano Julián, “la perseverancia es el arma del guerrero”, mis sueños
A mi Director de Trabajo de Grado mi incondicional gratitud e incondicional apoyo
A la Universidad de la Salle y a mis educadores mis recuerdos.

Lisset Andrea.

AGRADECIMIENTOS

Al comenzar una nueva etapa y el recordar las experiencias vividas al ser estudiantes de la Universidad de La Salle, permanecen en nuestras mentes lo aprendido de la Facultad de Administración de Empresas, quién durante 5 años fue el núcleo de conocimiento, compromiso, fraternidad que nos forjó y que contribuyó al cierre de un ciclo de nuestras vidas.

Agradecemos inicialmente a Dios, por darnos la tenacidad y la sabiduría para culminar con éxito esta etapa profesional; a nuestros padres por su apoyo incondicional; a los docentes de la Facultad de Administración de empresas especialmente a Guillermo Ávila y Alberto Dueñas, por su contribución al desarrollo del proyecto y a nuestra formación integral.

También queremos agradecer a la Gobernación de Córdoba, especialmente al Gobernador Jaime Torralvo Suárez y a la Secretaria de Cultura Luisa Farah Louis, por habernos brindando información y permitido desarrollar el proyecto.

Pero nuestro mayor agradecimiento es para el profesor Luís Ignacio López Farfán por ser el facilitador de los conocimientos, por su acogida, apoyo e incondicional compromiso para con nuestro proyecto.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN.....	1
1. TEMA.....	3
1.1. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.2 SUBLINEA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.3 RELACIÓN CON ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	3
TITULO.....	4
2. PROBLEMA.....	5
2.1 PLANTEAMIENTO.....	5
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
3. OBJETIVOS.....	8
3.1 OBJETIVO GENERAL.....	8
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
3.3 PROPÓSITOS.....	9
3.4 METAS.....	9
3.5 COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN DE RESULTADOS.....	10
4.JUSTIFICACIÓN.....	11

5. MARCO TEÓRICO.....	13
5.1 ESTRUCTURA DEL PLAN DE DESARROLLO: PLANEACIÓN Y DESARROLLO.....	13
5.1.1 <i>Principios de la planeación según la ley 152 de 1994.....</i>	<i>18</i>
5.1.2 <i>Estructura y contenido del plan, según la ley 152 de 1994.....</i>	<i>18</i>
5.1.3 <i>El proceso de elaboración del plan de desarrollo.....</i>	<i>20</i>
5.2 MARCO CONCEPTUAL.....	22
5.3 MARCO EMPRESARIAL: GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA.....	33
5.3.1 <i>Reseña Cultural del Departamento de Córdoba.....</i>	<i>33</i>
5.3.2 <i>Plan de Desarrollo de la Gobernación de Córdoba 2004-2010.....</i>	<i>34</i>
5.3.2 1 <i>Organigrama del Departamento Administrativo de planeación de la Gobernación de Córdoba.....</i>	<i>43</i>
5.4 MARCO GEOGRÁFICO: MUNICIPIO DE SAN ANDRÉS DE SOTAVENTO, CORREGIMIENTO DE TUCHIN (Córdoba).....	43
5.4.1 <i>Ubicación Geográfica.....</i>	<i>44</i>
5.4.2 <i>Población.....</i>	<i>44</i>
5.4.3 <i>Sistema de Producción.....</i>	<i>46</i>

5.4.4 Propiedad y Tendencia de la Tierra.....	47
5.4.5 Cultivos de Caña Flecha.....	47
5.4.6 Artesanías.....	48
5.4.7 Comercio.....	49
5.5 MARCO REFERENCIAL.....	50
5.5.1 Plan de Desarrollo Nacional 2006-2010. Capítulo 4.	50
5.5.1.1 Punto 4.2 Agenda Interna: Estrategia de Desarrollo Productivo.....	50
5.5.2 Síntesis del comportamiento de las exportaciones en Colombia desde 1962.....	56
5.5.2.1. Algunos destinos de las exportaciones de caña flecha en Colombia.....	59
5.5.3 Metodología de un Plan de Exportación, propuesta PROEXPORT.....	63
5.5.3.1. Flujograma de una exportación.....	71
5.5.3.2. Una alternativa para la oferta exportable de los productos artesanales en caña flecha	72
5.5.3.2.1 México.....	72
5.5.4 Plan de manejo ambiental de la palma de caña flecha. Proyecto para el mejoramiento de la competitividad del sector artesanal colombiano. Convenio Universidad de Córdoba - FIDUIFI- Artesanías de Colombia S.A. – FOMIPYME.....	73
5.5.4.1 Proceso de establecimiento de cultivos	74

5.5.4.2 Control ambiental directo en la producción	75
5.5.5 Convenio de Cooperación Institucional, Artesanías de Colombia – ICONTEC. Sello de calidad Hecho a Mano. San Andrés de Sotavento.....	76

6. DISEÑO METODOLÓGICO	77
6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	77
6.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	78
6.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	81
6.3.1 Método de Observación.	81
6.3.2. Método Inductivo.	82
6.3.3 Método deductivo.	82
6.4 FUENTES PRIMARIAS	83
6.4.1 Análisis de encuestas.....	84
6.4.2 Tabulación de las encuestas.	84
6.4.2.1 Encuesta Tipo 1: Cultivadores-artesanos.....	85
6.4.2.2 Encuesta Tipo 2: Empresas Privadas.	91
6.4.2.3 Encuesta Tipo 3: Otros, posibles compradores o distribuidores.....	99
6.4.2.4 Encuesta Tipo 4: Estado.	105
6.5 FUENTES SECUNDARIAS.....	110

7. PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA OFERTA

EXPORTADORA.....	111
7.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS	112
7.2 MATRIZ MARCO LÓGICO	113
7.3 PROPUESTA DE PUBLICIDAD PARA LA OFERTA EXPORTABLE DE PRODUCTOS EN CAÑA FLECHA DE LA GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA.....	129
7.3.1 <i>Producto.....</i>	129
7.3.1.1 <i>Historia.....</i>	130
7.3.2 <i>Ciclo de vida y estrategia de marketing.....</i>	132
7.3.3 <i>Características, Usos y funcionalidad</i>	132
7.3.4 <i>Producto Incrementado</i>	134
7.3.5 <i>Propuesta del nombre</i>	135
7.3.5.1 <i>Nombre.....</i>	136
7.3.6 <i>Propuesta del logotipo.....</i>	136
7.3.7 <i>Diseño.....</i>	137
7.3.8 <i>Propuesta de diseño de etiqueta.....</i>	137
7.3.9 <i>Propuesta de Catalogo de productos.....</i>	138
7.3.10 <i>Calidad.....</i>	143
7.3.11 <i>Estrategia de Promoción.....</i>	143
7.3.12 <i>Estrategia de Publicidad.....</i>	143
7.3.13 <i>Estrategia de Ventas</i>	144
7.3.14 <i>Estrategia de Relaciones Públicas.....</i>	144

8. CONCLUSIONES	145
9. RECOMENDACIONES.....	148
BIBLIOGRAFÍA.....	149
ANEXOS.....	153

LISTA DE TABLAS

pág.

Tabla 1. Contenidos del Plan de Desarrollo, según la Ley 152 de 1994.....	18
Tabla 2. Justicia social. Sector económico. Economía social para la generación de empleo, trabajo e ingresos.....	38
Tabla 3. Matriz DOFA. Departamento de Córdoba y su Gobernación.....	66
Tabla 4. Distribución y porcentaje de establecimiento del proyecto.....	74
Tabla 5. Reconocimiento nacional de productos artesanales.....	85
Tabla 6. Recompensa de la producción artesanal.....	85
Tabla 7. Inversión en el cultivo de la palma de caña flecha.....	86
Tabla 8. Apoyo para la comercialización de parte del Departamento de Córdoba.....	87
Tabla 9. Comercialización de los productos artesanales.....	87
Tabla 10. Conocimiento de programas de comercialización nacional e internacional de productos en caña flecha.....	88
Tabla 11. Capacitación de la Gobernación de Córdoba para implementar planes de comercialización internacional.....	89
Tabla 12. La implementación de una Oferta Exportable contribuirá a mejorar el nivel de la comunidad.....	89
Tabla 13. Participación en el proyecto de la oferta exportable de la Gobernación.....	90
Tabla 14. Reconocimiento internacional de los productos artesanales.....	91
Tabla 15. El sector artesanal colombiano es bien explotado nacionalmente.....	92
Tabla 16. Apoyo para el crecimiento de las cadenas productivas artesanales.....	93

Tabla 17. Los productos artesanales en caña flecha cuentan con la calidad suficiente para poder ser exportados.....	93
Tabla 18. Califique de 1 a 5 los aspectos más importantes de los productos artesanales en caña flecha.	95
Tabla 19. Los artesanos y el cumplimiento de las expectativas exportadoras de los productos en caña flecha.	97
Tabla 20. La implementación de una oferta exportable en la Gobernación de Córdoba contribuirá a mejorar el sector artesanal colombiano.	97
Tabla 21. El apoyo para la implementación de una Oferta exportable.....	98
Tabla 22. Viabilidad de una oferta exportable para Gobernación de Córdoba	98
Tabla 23. Conocimiento de la existencia de las culturas indígenas en Colombia.	100
Tabla 24. Exportación o importación de artesanías en caña flecha.....	100
Tabla 25. Compra y/o distribución de artículos elaborados a mano tales como sombreros, bolsos, pulseras, tapetes, anillos y otros accesorios de la cultura Colombiana.....	101
Tabla 26. Características que se buscan en las artesanías en caña flecha.	101
Tabla 27. Productos elaborados en caña flecha que tendrían más acogida en el mercado internacional.....	102
Tabla 28. Existencia de acuerdos comerciales para incentivar las exportaciones artesanales.	104
Tabla 29. Acuerdos comerciales con empresas artesanales de productos de caña flecha.	104
Tabla 30. Apoyo en la creación de proyectos artesanales.....	105

Tabla 31. Implementación de proyectos de cadenas productivas para contribuir al sector artesanal.	106
Tabla 32. Apoyo a la implementación de cadenas productivas artesanales por medio de planes de exportación.	106
Tabla 33. Capacidad productiva y competitiva de los artesanos para cumplir la demanda internacional de productos en caña flecha.....	107
Tabla 34. Viabilidad de la implementación de una oferta exportable en la Gobernación de Córdoba para productos artesanales de caña flecha.	107
Tabla 35. El plan de exportación nacional contribuye a la implementación de la Oferta exportable en la Gobernación de Córdoba.	108
Tabla 36. Conocimiento de un proyecto de la misma envergadura de la oferta exportable.	108
Tabla 37. País para la implementación de la oferta exportable de la Gobernación de Córdoba.	109
Tabla 38. Estructura de Objetivos, Matriz Marco Lógica, Propuesta para la implementación de la Oferta Exportable de productos en Caña Flecha de la Gobernación de Córdoba.....	113
Tabla 39. Características, uso y funcionalidad de los productos en caña flecha.	133

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Mapa del Departamento de Córdoba.....	44
Figura 2. Modulo de personas. Población por sexo. CENSO general 2005. Perfil San Andrés de Sotavento- Córdoba.	45
Figura 3. Modulo de personas. Estructura de la población por sexo y grupos de edad. Censo general 2005. Perfil San Andrés de Sotavento.....	45
Figura 4. Modulo de Agropecuarias. Unidades censales con actividades agrícola, pecuaria y piscícola asociadas. Censo general 2005. Perfil San Andrés de Sotavento.....	46
Figura 5. Modulo de personas. Establecimientos según actividad. Censo general 2005. Perfil San Andrés de Sotavento.	45
Figura 6. Participación Posiciones Arancelarias - Año 2005 Total exportaciones FOB del subsector Trenzas y Artículos similares.....	60
Figura 7. Concentración Regional De Las Exportaciones - Año 2005. PA: 4601910000.....	61
Figura 8. Exportaciones totales del producto - Año 2005. PA: 4601910000.....	61
Figura 9. Concentración Regional De Las Exportaciones - Año 2005. PA: 4601990000.....	62
Figura 10. Destino de las exportaciones del producto - Año 2005. PA: 4601990000.....	62
Figura 11. Flujograma de una exportación.	71
Figura 12. Modulo de personas. Pertenencia Étnica. CENSO general 2005. Perfil Departamento de Córdoba.	79

Figura 13. Modulo de personas. Pertenencia Étnica. CENSO general 2005. Perfil San Andrés de Sotavento- Córdoba.	80
Figura 14. Calificación de 1 a 5 los aspectos más importantes de los productos artesanales en caña flecha.	94
Figura 15. Características que se busca en las artesanías de caña flecha.	102
Figura 16. Productos elaborados en caña flecha que tendrían más acogida en el mercado internacional.....	103
Figura 17. País para la implementación de la oferta exportable de la Gobernación de Córdoba.	109
Figura 18. Marca y Logotipo propuestos para la Oferta exportable de productos en caña flecha.	136
Figura 19. Etiqueta propuesta para la oferta exportable de productos en caña flecha.	137
Figura 20. Catalogo propuesto para la oferta exportable de productos en caña flecha.	138

LISTA DE ILUSTRACIONES

	pág.
Ilustración 1. Pilares básicos del Plan de Desarrollo de la Gobernación de Córdoba 2004-2007.....	35
Ilustración 2. Estructura para la elaboración del Plan de Desarrollo de la Gobernación de Córdoba.....	36
Ilustración 3. Equipo Plan de Desarrollo de la Gobernación de Córdoba 2004-2007, Departamento Administrativo de Planeación.	43
Ilustración 4. Árbol de problemas Matriz Marco Lógica.	112

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A: Sello de calidad Hecho a Mano.....	153
Anexo B: Formularios de encuestas	161
Anexo C: Fuentes secundarias.....	169

INTRODUCCIÓN

En los últimos años las economías de los países se han convertido en una economía abierta y global, es por ello que cada vez se vuelve más importante la búsqueda de nuevos mercados y la especialización de productos para convertirse en una nación más competitiva generando mayor estabilidad económica.

Con base en lo anterior, la presente investigación se planteo como una alternativa de exportación para buscar nuevos horizontes. La alternativa de progreso de la economía regional, lo cual hasta hoy es algo olvidado, sin lugar a dudas se convierte en una oportunidad de negocio interesante en este caso el Departamento de Córdoba.

En la mayoría de las economías mundiales actuales la comercialización está presente, no sólo dando valor agregado, sino incrementando el bienestar de los ciudadanos; cuidando y satisfaciendo sus intereses, necesidades, proyectos, mejorando así la calidad de vida.

Por otro lado se debe señalar que la producción es una actividad económica necesaria; aunque algunas personas exageran su importancia con respecto a la comercialización. Creen que con solo tener un buen producto, los negocios serán un éxito.

Este trabajo fue motivado por la necesidad de demostrar que la comercialización y exportación son parte fundamental de todo un sistema, destinado a suministrar a consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades. Al combinar calidad e innovación, se obtienen las cuatro utilidades económicas

básicas: forma, tiempo, lugar y posesión; necesarias para satisfacer al consumidor. La investigación se basó en la propuesta de una oferta exportable de productos artesanales en caña flecha, del Departamento de Córdoba municipio de San Andrés de Sotavento, corregimiento de Tuchin.

La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece. El objetivo de esta propuesta es cumplir con las expectativas planteadas, tanto en el Plan de Desarrollo Nacional como en el Plan de Desarrollo Departamental; a través del cual se pueda implementar una oferta exportable de artesanías en caña flecha, a nuevos mercados con las expectativa de generar una utilidad tanto para la Gobernación de Córdoba (corregimiento de Tuchin) como para el sector artesanal Colombiano.

Se quiso lograr una adecuada interrelación entre los actores comprometidos con el reconocimiento socio-cultural, y la oportunidad que representa esta clase de productos para la nación y la economía. El de exportación también busca mediante la aplicación de la teoría y los conocimientos adquiridos durante el estudio de administración de empresas, encontrar proyectos y planes que intervengan en mantener el equilibrio del plan estratégico de exportación, así mismo buscar soluciones a circunstancias por las cuales esta atravesando el sector artesanal Colombiano a causa de distintos factores externos que interviene directamente en la producción y nivel de vida de los productores de este tipo de productos.

Por ultimo, pero no menos importante, está el estudio del papel del gobierno nacional al momento de servir como mediador para que el sector artesanal del país para que genere una mayor oferta de sus productos en los mercados extranjeros.

1. TEMA

1.1. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Desarrollo Empresarial

1.2 SUBLINEA DE INVESTIGACIÓN

Comercio exterior; exportaciones e importaciones

1.3 RELACIÓN CON ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El tema escogido es Comercio Exterior enfocándose en el sector artesanal; cuando se debe administrar una empresa se complica frecuentemente debido a fricciones que surgen de las rivalidades externas; sobre todo el desorden por ser productos de empresas o instituciones empíricas, estos aspectos son la fuente del trabajo del administrador de empresas, derivando ingresos para la empresa, es por esto que teniendo claro que las empresas o instituciones artesanales Colombianas son un fuerte competidor para diferentes segmentos del mercado en algunos países, observando la necesidad de aplicar conocimientos teóricos para darle un enfoque práctico para ayudar a reconocer la limitación del surgimiento de nuevas oportunidades en este caso la Gobernación de Córdoba que apoya este tipo de proyectos en su Plan de Desarrollo Departamental (cadenas Productivas) siendo este un medio de contribución para la búsqueda de mercados internacionales para generar un sostenimiento de la economía local.

De igual manera, el proceso para buscar nuevas oportunidades de surgimiento comercial entre Colombia y otros países, es un aspecto vital para cualquier empresario en especial para el surgimiento de los departamentos que brindan esta

clase de productos, por tal razón se involucra cada una de las áreas que la comprende adaptándolas a los objetivos, valores y principios del Plan de Desarrollo departamental y municipal; una oportunidad de surgimiento para la economía Colombiana es que contribuya a la mejora de los procesos y relaciones internacionales, brindando a la Gobernación de Córdoba una estructura flexible al cambio del entorno.

TITULO

Oferta exportadora de productos en caña flecha de la Gobernación de Córdoba, Municipio de San Andrés de Sotavento, Corregimiento de Tuchin.

2. PROBLEMA

2.1 PLANTEAMIENTO

La mejor opción para el productor colombiano es ofrecer las artesanías de caña flecha a países que tengan similitudes culturales, sociales, económicas; además de poseer elementos y alternativas arancelarias que ofrezcan una mejor oportunidad de apertura en el sector artesanal.

Como lo mencionaba el Presidente de la Republica es importante incluir a las clases menos favorecidas de la población en el desarrollo económico del país, como los indígenas en Córdoba, por su baja capacidad administrativa para incursionar de forma directa en los mercados nacionales, la comercialización de sus productos lo hacen a través de intermediarios quienes son hábiles negociantes¹, ellos merodean por San Andrés de Sotavento y corregimientos como Tuchin, Córdoba, grandes centros artesanales en la región.

Mas que intentar penetrar el mercado a través de las grandes tiendas, apuntando a comercializar las artesanías en un precio alto; se busco la participación de los principales departamentos de Colombia productores de artesanías en caña flecha (Córdoba) quien presenta una alternativa de crecimiento del sector artesanal en su Plan de desarrollo Departamental por medio de cadenas productivas y la especificación de lineamientos para el mejoramiento económico.

Cabe resaltar que existen negociantes que en vez de generar una utilidad para este municipio (San Andrés de Sotavento) y a su corregimiento (Tuchin) se

¹ Tomado de la página Web: eltiempo.terra.com.co/naci/cari/2005-07-11/ARTICULO-WEB-_NOTA_INTERIOR-2142043.html - 37k. El Tiempo. Julio 10 de 2005.

aprovechan explotándolos, generando así desconfianza entre sus pobladores en el momento que se incursiona al mercado. Algunos indígenas afirman que *“A los artesanos nos queda el cansancio y los de afuera se llevan la plata.”*² por medio del proyecto se puede evitar este tipo de situación, estableciendo un apoyo para la protección de los indígenas artesanos de Tuchin proporcionando un crecimiento y desarrollo económico en la región y a su vez cumpliendo con los lineamientos del Plan de Desarrollo Departamental cuando se refiere a la justicia social y al desarrollo de los grupos minoritarios.

Otro aspecto importante es el análisis de mercado que se debe realizar con el fin de proponer a que segmento (país), la Gobernación de Córdoba va a posicionar los productos de caña flecha, las preferencias de los clientes y los posibles nuevos mercados. Se debe indicar a que nivel mundial la confección artesanal colombiana es reconocida por su excelente calidad e innovación.

Uno de los problemas mas importantes que se descubrió en el proceso de investigación es que el productor artesanal colombiano al momento de buscar una alternativa innovadora de negocio tiene diferentes interrogantes sin ningún tipo de solución, por lo tanto puede llegar a tomar decisiones erróneas y apresuradas sin tener soporte, ni conocimiento sobre los procedimientos adecuados a seguir. En este momento la concentración de oportunidades se basa en el sector artesanal por lo que esta en constante crecimiento gracias al apoyo del Gobierno e Instituciones privadas o gubernamentales.

El crecimiento de la industria productora artesanal en este caso el nicho escogido (corregimiento de Tuchin) ha sido constante, con respecto a la utilización de distribuidores, arrojando menos posibilidades de crecimiento económico en la

² Ibid., El Tiempo.

región, es por ello que se creo la necesidad de buscar nuevos mercados en los que pueda equilibrar los dos factores cuestionados, oferta y demanda. Dentro del proyecto se pretendió profundizar en la posibilidad que existe de exportar los productos de caña flecha a países con afinidad cultural, política, económica y tradicional. Agregando que la mayoría de países son de habla hispana, tienen como ventaja una gran afluencia de extranjeros en todas las temporadas del año, por lo tanto las exhibiciones de los productos de caña flecha en la diferentes ferias que se desarrollen, presentan un panorama alentador para la imagen de Colombia y a su vez un incentivo para que otras cultura conozcan los productos.

Por ultimo es necesario tener claro cual es el papel del Gobierno Nacional como ente facilitador en un proceso de exportación generando así la consolidación de un producto en el exterior.

Es por esta razón que se hizo necesario citar el Capitulo 4 del Plan de Desarrollo Nacional donde se habla del proceso de Construcción de la Agenda Interna para la productividad y la competitividad, en el se trabajan diferentes lineamientos basados en la conformación de estrategias que contribuirán al mejoramiento de sectores económicos con programas sectoriales productivos, teniendo como objetivo el implemento de cadenas productivas para el desarrollo de nuevos mercados externos.

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo diseñar una oferta exportadora de productos en caña flecha de la Gobernación de Córdoba, Municipio de San Andrés de Sotavento, Corregimiento de Tuchin?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar una oferta exportadora para productos Artesanales en caña flecha de la gobernación de Córdoba, Municipio de San Andrés de Sotavento, corregimiento de Tuchin, con el fin de contribuir al establecimiento y mejoramiento de la economía a nivel departamental y nacional, favoreciendo así, el nivel de vida de los artesanos.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un análisis de la oferta exportadora en el lineamiento de cadenas productivas artesanales basado en las expectativas de los planes de desarrollo, contribuyendo al crecimiento y fortalecimiento del sector artesanal.
- Diseñar programas que sirvan como herramienta productiva a la Gobernación de Córdoba, con el fin de apoyar la gestión del Plan de desarrollo departamental.
- Obtener información acerca de posibles países para la implementación de una oferta exportable de productos en caña flecha de la Gobernación de Córdoba.
- Asentar el estudio en la plataforma de proyectos establecida por la Gobernación de Córdoba para contribuir en parte al desarrollo social, cultural y económico del departamento y sus pobladores.

3.3 PROPÓSITOS

Académico

- Aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera en la propuesta de una oferta exportable para apoyar la política de cadenas productivas apoyando la gestión de la Gobernación de Córdoba con los productos en caña flecha.

Administrativo

- Diseñar una oferta exportable para apoyar a la Gobernación de Córdoba a impulsar el sector artesanal en el Municipio de San Andrés de Sotavento.
- Contribuir a la formulación de soluciones administrativas, comerciales efectivas para el desarrollo de los proyectos de mercadeo a países hispanos (México) apoyando el sector artesanal colombiano.

3.4 METAS

Académicas

- Aplicar de manera adecuada los conocimientos teóricos a la realidad del sector artesanal Colombiano especialmente las minorías étnicas de San Andrés de Sotavento

Administrativas

- Contribuir al desarrollo de las cadenas productivas de productos artesanales de caña flecha de la Gobernación de Córdoba.

Profesionales

- Obtener un conocimiento teórico-practico por medio del desarrolló de la investigación.

3.5 COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos se comunicarán y se divulgarán en:

- La Gobernación de Córdoba: por medio de la presentación de un análisis de una oferta exportadora, a través de la plataforma productiva de la Gobernación.

4. JUSTIFICACIÓN

La justificación de este trabajo es de tipo práctica, ya que los planteamientos que se presentan tienden a apoyar la gestión de la Gobernación de Córdoba con respecto a los lineamientos establecidos en el Plan de Desarrollo nacional, departamental y Municipal, contribuyendo a proponer posibles soluciones a la crisis que presenta el sector artesanal del país y viendo esta como una alternativa de solución para el mejoramiento de la balanza comercial entre países hispanos. En un mundo cambiante como el actual se impone la búsqueda de nuevas e innovadoras oportunidades de negocio, y teniendo en cuenta que el fenómeno de la globalización es un punto para romper todo tipo de barreras.

Este trabajo se realizó con el fin de que el sector artesanal de productos en caña flecha y uno de sus principales productores, el Departamento de Córdoba (San Andrés de Sotavento) se posicione en el mercado nacional y pueda exponer los productos como oportunidad de exportación; es por ello que las alternativas de una oferta exportable, van a cumplir un papel importante en el momento de la comercialización de estos productos artesanales, siendo una guía de los procesos y procedimientos. Teniendo en cuenta también el alcance del proyecto mismo al mejoramiento de la economía regional y nacional.

Al llevarse a cabo el proyecto, sin lugar a dudas se va a tener un beneficio para el sector artesanal y esto irá de la mano con un aumento en la competitividad del trabajo hecho a mano, que tendrá como consecuencia un seguro desarrollo en la demanda de esta clase de productos artesanales. Se quiso con este estudio lograr

fomentar el desarrollo de las cadenas productivas artesanales, logrando estándares de calidad en los procesos y procedimientos que allí se practiquen, adquiriendo así mayor eficiencia. Por lo tanto lograr un reconocimiento a nivel mundial, ya que este aspecto juega un papel protagónico en la vida de los negocios internacionales y da la oportunidad de crear empresas o instituciones como asociaciones y cooperativas de artesanos, que apoyen este tipo de productos artesanales.

El propósito que se tuvo en cuanto a la parte profesional y su relación con la administración fue la ejecución en primera medida de los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera con el fin de servir al crecimiento y desarrollo de los sectores artesanales en el ámbito económico y social del país.

En base a lo anterior, se entiende que como administradores los principales retos de esta época es encaminarse a la búsqueda de oportunidades de crecimiento global que ayuden al reconocimiento y maduración, en este caso del sector artesanal colombiano de productos en caña flecha apoyando a la Gobernación de Córdoba como uno de los principales productores, la cual presenta retos en el ámbito nacional por el desconocimiento de la verdadera identidad cultural del indígena zinues, lo que ha impedido el surgimiento de las actividades económicas del departamento.

5. MARCO TEÓRICO

La investigación es dirigida a apoyar al sector artesanal de productos en caña flecha, a la Gobernación de Córdoba y al municipio de San Andrés de Sotavento (corregimiento de Tuchin) como uno de los principales productores de estos productos contribuyendo también a mejorar el nivel de vida de sus pobladores y principales actores.

En un intento de aproximación muy sencillo al concepto de Planeación, se puede decir que este consiste en establecer procesos, mecanismos, medios y recursos para alcanzar una situación objetivo, a partir del reconocimiento de una situación de partida. La Planeación pues, se refiere esencialmente al cambio, lo que se busca no se obtiene con independencia de los medios que se utilizan y porque es necesario lograrlo, al menor costo y en el menor tiempo posibles. A continuación se presenta la estructura básica por la que se rigió la investigación.

5.1 ESTRUCTURA DEL PLAN DE DESARROLLO: PLANEACIÓN Y DESARROLLO.

Partiendo del principio que un plan es instrumento que permite determinar objetivos, metas, prioridades y estrategias de manera general definidas para un periodo de tiempo, en términos públicos la planeación es la orientación adecuada de los recursos procurando el cumplimiento de objetivos de desarrollo económico y social.

Por esta razón la investigación fue enfocada en la estructura de la planeación y el desarrollo, ya que la estructura va enfocada a una problemática específica de un

sector, región, etc., basado en objetivos, políticas, estrategias, metas, programas y proyectos.

Como anuncio Cecilia López Montaña, Directora del Departamento Nacional de Planeación en el año de 1997 “El país viene adelantando un interesante proceso de descentralización política, administrativa y fiscal, del cual se desprende una creciente preocupación por los temas de la eficiencia y la equidad de la gestión pública, teniendo como instrumentos la planeación, el control, el seguimiento y la evaluación. En efecto, la descentralización, ha producido impactos importantes a nivel territorial, con la definición de mayores competencias en cuanto a recursos y la elección popular de alcaldes y gobernadores, que exige de las entidades territoriales una modernización institucional acorde con su compromiso más protagónico con el desarrollo de sus territorios.”³

Cabe señalar que la Ley 152 de 1994, Orgánica del Plan de Desarrollo, considera a la planeación “como un proceso constituido por la formulación, la ejecución, el seguimiento y la evaluación de los planes.”

Es por esta razón, que la planeación entra como un elemento principal que acentúa el papel de lo local en el desarrollo e incrementa la responsabilidad del cumplimiento de metas y objetivos, buscando así la resolución de desigualdades económicas, sociales y políticas que se presenten en las entidades territoriales.

Otros factores han estado presentes en esta dinámica de modernización como la creciente generalización del tema de “los proyectos”, materializado en el montaje de bancos de programas y proyectos tanto a nivel territorial como nacional, siendo éste un instrumento para la adecuada asignación de los recursos; la nueva puesta en escena de la discusión sobre el ordenamiento del territorio y la función pública

³ Tomado de GUÍA PARA LA FORMULACIÓN DE LOS PLANES DE DESARROLLO, División de Inversiones y Desarrollo Territorial, Pág. 6. 1997.

de la planeación urbana. Todos estos son elementos que están siendo incorporados en las instituciones y en los funcionarios, para así generar una cultura eficiente en el manejo de los recursos.

Según German Carrillo Gabanzo, Gerente de FONADE en el año de 1997 y quien contribuyo a la elaboración de la guía para la formulación de los planes de desarrollo, destaca seis aspectos relativos a la elaboración del plan de desarrollo⁴, los cuales se presentan a continuación:

1. El Plan de desarrollo debe responder a los planteamientos contenidos en los programas de gobierno.
2. El plan de desarrollo es de orientación programática, por lo tanto describe las acciones a realizar durante la administración, no obstante, debe tener una perspectiva de largo plazo del desarrollo y de continuidad en las acciones y proyectos en ejecución.
3. El plan debe ser un instrumento de gestión y de cohesión en torno a propósitos comunes de la administración, los diferentes sectores, estamentos sociales y comunidades. En consecuencia, se debe promover y facilitar una real, efectiva y equitativa participación durante su formulación, ejecución, seguimiento y evaluación.
4. En el plan de desarrollo, deben trazarse objetivos posibles y realizables, de acuerdo con el estado y disponibilidad de recursos de todo tipo; en otras palabras debe poseer la cualidad de ser *viable*.

⁴ Ibíd., p. 8.

5. El plan debe revelar coherencia entre el diagnóstico, la formulación de estrategias y objetivos, la definición de metas e incluso, a nivel de la identificación de mecanismos para su ejecución.
6. La planeación del desarrollo social y económico no se puede desarticular de la planeación territorial y urbana; ambos son instrumentos complementarios: el primero, contribuye a la orientación del desarrollo y el segundo, introduce la especialización de las acciones de desarrollo de acuerdo a las restricciones y posibilidades del suelo.

Por esta razón se considera fundamental lograr, ante todo, una buena formulación del plan, realmente participativa e integradora con aspiraciones y propósitos colectivos. Si se cuenta con un instrumento eficaz para fijar prioridades y los rumbos a seguir, el proceso de ejecución de programas y proyectos se hace tanto más expedito y con muchas probabilidades de ser eficiente.

El Plan de Desarrollo, debe reflejar las políticas, estrategias definidos en el programa de gobierno que sirva de base para la elección de los mandatarios de las alcaldías y gobernaciones del país. Por esto, el inicio de una nueva administración en las entidades territoriales, supone la formulación del componente de corto y mediano plazo en el plan.

El Plan de desarrollo, aunque programático, tiene un enfoque político y estratégico de largo plazo que indica la existencia de un proyecto de desarrollo deseable y factible, que garantiza la continuidad de la planificación y gestión regional más allá de los tres años del período de una administración.⁵

⁵ Tomado de CIDE. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE PLANES DEPARTAMENTALES. Página 5. Versión 1996.

Las entidades territoriales, por su parte, con responsabilidades específicas en la aplicación de la política, tendrán la obligatoriedad de hacerlo desde el punto de vista de las leyes y normas vigentes, pero tendrán también el incentivo, su implicación en el bienestar de su gente y en la posibilidad de acceder a ciertos recursos para realizar las acciones correspondientes.

Así mismo, las políticas departamentales en las que se comprometen los municipios, deben disponer de ciertos recursos de manera concertada y consensuada, estableciendo los aportes de cada uno de ellos.

Los municipios, por su parte, probablemente deban emprender acciones para las cuales no cuentan con recursos suficientes, ya sea por su costo, envergadura y/o por su carácter supra-municipal, en algunos casos. Normalmente, este tipo de acciones o proyectos, producen un impacto de tales dimensiones que tienen implicaciones en el marco del desarrollo departamental, motivo más que suficiente para que el departamento contribuya de manera concurrente, complementaria o subsidiaria a su realización.

La relación entre los diversos niveles de planes de desarrollo (Nacional, departamental y municipal o distrital) no es unidireccional: ni de abajo a arriba solamente, ni de arriba a abajo. Debe ser en ambos sentidos y permitir un proceso gradual de ajuste en cada uno de ellos.⁶

Es por esta razón que se relaciona una propuesta de una oferta exportable para la Gobernación de Córdoba, ya que en Plan de Desarrollo Departamental que involucra la participación de diferentes actores en el progreso y puesta en marcha de los diferentes lineamientos de su estructura de planeación.

⁶ Tomado de GUÍA PARA LA FORMULACIÓN DE LOS PLANES DE DESARROLLO, División de Inversiones y Desarrollo Territorial, Pág. 15. 1997.

5.1.1 Principios de la planeación según la ley 152 de 1994. En el Capítulo I, de Principios Generales que se desarrollan en el artículo 3, la Ley establece algunos elementos a tener en cuenta, entre los que sobresalen:

- a. La integridad espacial y política de la planificación del desarrollo.
- b. Las condiciones básicas del desarrollo.
- c. El proceso de planeación y la formulación del plan.
- d. Los recursos para la ejecución del plan de desarrollo.

Todos estos principios sirven como marco contextual al Plan de Desarrollo, en cualquier nivel territorial.

5.1.2 Estructura y contenido del plan, según la ley 152 de 1994. En cuanto a la estructura interna del plan y su contenido, la Ley señala que el plan nacional tendrá una parte general y un plan de inversiones. Los planes de las entidades territoriales estarán conformados por una parte estratégica y un plan de inversiones de mediano y corto plazo, “en los términos y condiciones que de manera general reglamenten las Asambleas Departamentales y los Concejos Distritales y Municipales o las autoridades administrativas que hicieren sus veces, siguiendo los criterios de formulación establecidos en la presente Ley” (artículo 31).

Para la formulación de los planes en las entidades territoriales, se pueden considerar los siguientes aspectos establecidos por la ley para el plan nacional.

Tabla 1. Contenidos del Plan de Desarrollo, según la Ley 152 de 1994.

EN LA PARTE GENERAL	EN EL PLAN DE INVERSIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico general de la economía y de sus principales sectores y grupos sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proyección de los recursos financieros <i>disponibles</i> para su ejecución y su armonización con los planes de gasto público.

<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos generales y sectoriales de la acción estatal a <i>mediano y largo plazo</i>, de acuerdo con el diagnóstico realizado. • Metas de mediano y largo plazo. • Procedimientos y mecanismos para lograr las metas. • Estrategias y políticas que guiarán <i>la acción del gobierno</i> para alcanzar objetivos y metas. • Medios e instrumentos para la armonización de la planeación, o de los planes sectoriales, en el contexto del plan integral de la entidad territorial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Descripción de programas y subprogramas (objetivos, metas y proyectos prioritarios de inversión). • Presupuestos plurianuales que incluyen los costos anualizados de los más importantes programas de inversión pública, cuando para su ejecución requieran más de una vigencia fiscal. • Especificación de mecanismos para su ejecución.
---	---

Fuente: Tomado de la Guía para la formulación de los planes de desarrollo, División de Inversiones y Desarrollo Territorial.

La Ley 152/94 señala cuáles deben ser los contenidos mínimos del Plan, tanto en su parte General como en el Plan de Inversiones.

Es importante retomar y poner nuevamente de presente, ciertas características cuando se abordan los diferentes componentes del plan de desarrollo, toda vez que se trata de profundizar, afinar y hacer más sólida la sustentación de los objetivos y estrategias del Programa de Gobierno.⁷

- **La correspondencia:** entre el plan y el programa de gobierno registrado por el entonces candidato a la alcaldía o a la gobernación.
- **La coherencia:** los planes de las entidades territoriales deberán tener en cuenta para su elaboración las políticas y estrategias del plan nacional de desarrollo.

⁷Ibíd., p. 22.

- **La articulación:** entre los planes departamentales y municipales.
- **La armonización:** se refiere al tipo de relación que debe existir entre la preparación, asignación del presupuesto y el plan de desarrollo.

5.1.3 El proceso de elaboración del plan de desarrollo. Los procedimientos para la elaboración del Plan de Desarrollo están contemplados, de manera general, en el Capítulo IV de la Ley 152/94, en la cual se establece: el plazo para presentar el plan a la aprobación de la instancia pertinente, la coordinación de las labores de planeación, el concepto previo favorable al contenido del plan de inversiones, por parte de las autoridades fiscales, y el concepto de los consejos territoriales de planeación, como representantes de diferentes estamentos y sectores de la sociedad.

No obstante, hay cinco condiciones que se consideran indispensables en el proceso de elaboración del plan⁸:

- El papel de liderazgo que debe desarrollar el gobernante.
- El factor de consenso y respaldo por parte del conjunto de la administración, el cual deberá constituir los postulados centrales del plan.
- El papel de coordinación y concertación que debe desarrollar la oficina de planeación o quien haga sus veces, con relación a las otras dependencias de la administración y la integralidad que debe asegurar en la planeación sectorial.

⁸ *Ibíd.*, p. 46.

- El compromiso y real participación del Consejo de Gobierno y su disposición a servir de mecanismo de interlocución entre el mandatario y otros integrantes de la administración.
- La creación de mecanismos eficaces de participación comunitaria y de diferentes estamentos de la sociedad, en el cual tienen un gran papel los consejos territoriales de planeación.
- La búsqueda y obtención de la información pertinente.

Con base a lo anterior la investigación busco una estrecha relación entre el plan departamental y el plan de desarrollo nacional, con el fin de encaminar proyectos que intervengan directamente en el desarrollo del departamento de Córdoba y de su sector artesanal por medio de una propuesta de una propuesta exportable de los principales productos artesanales en caña flecha, involucrando actores y gestionado proyectos que permitan la puesta en marcha del mismo.

5.2 MARCO CONCEPTUAL⁹

Con el propósito de relacionar significados de algunos términos utilizados en el estudio y para su mejor comprensión, se definen una serie de conceptos en los ámbitos de mercado, artesanías y estructura de planeación.

- **ANÁLISIS DE EQUILIBRIO GENERAL:** análisis basado en el equilibrio simultáneo de todos los mercados.
- **ARANCELES:** lista o catálogo de impuestos aduaneros aplicados generalmente por el Gobierno sobre las importaciones y, a veces, sobre las exportaciones. Al principio, estos impuestos pretendían únicamente aumentar los ingresos del Estado.
- **ARTESANÍA:**¹⁰ actividad de producción de bienes que se realiza a través de las especialidades que circunscriben los oficios y que se llevan a cabo con predominio de la energía humana de trabajo, física y mental, complementada, generalmente, con herramientas y maquinas relativamente simples; condicionada por el medio ambiente físico (factor de delimitación del espacio) y por el desarrollo histórico (factor de circunscripción sociocultural en el tiempo). Actividad con la que se obtiene un resultado final individualizado (producto específico), que cumple una función utilitaria y tiende a adquirir la categoría de obra de arte dentro de un marco cultural determinado al cual contribuye a caracterizar en cada momento de su historia.

⁹ Los significados del marco conceptual fueron tomados principalmente de: Diccionario de administración y finanzas. SUÁREZ, Andrés S. Diccionario de economía y administración. Enciclopedia ENCARTA.

¹⁰ Fue tomada de la Pagina Web.

www.artesaniasdecolombia.com.co/htm_glosario/plantilla_glosario.jsp?It=A&idi_id=1. Artesanías de Colombia.2005.

- **ARTESANO:** persona que ejerce una actividad profesional creativa en torno de un oficio concreto en un nivel preponderante manual y conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas. Trabaja en forma autónoma, deriva su sustento principalmente de dicho trabajo y transforma en bienes útiles su esfuerzo físico y mental.¹¹

- **BALANZA COMERCIAL:** corresponde a la parte de la balanza de pagos de un país que se refiere a las importaciones o las exportaciones de mercancías, incluidos los artículos como los productos alimenticios, los bienes de capital y los automóviles.

- **BALANZA DE PAGOS INTERNACIONALES:** registro sistemático de todas las transacciones de un país con el resto del mundo en un período dado. Comprende las compras y ventas de bienes y servicios, las donaciones, las transacciones del Estado y los movimientos de capitales.

- **BARRERA A LA ENTRADA:** factores que impiden la entrada en un mercado y que, por lo tanto, reducen la cantidad de competencia o el número de productores de una industria. Ejemplos: barreras legales, la regulación económica y la diferenciación de productos.

- **CADENA PRODUCTIVA:** la cadena productiva integra el conjunto de eslabones que conforma un proceso económico, desde la materia prima a la distribución de los productos terminados

¹¹ Ibíd., Artesanías de Colombia.

- **CALIDAD DEL PRODUCTO:** se dice que es el conjunto de características de un producto, proceso o servicio que le confiere su aptitud para satisfacer las necesidades del usuario cliente.

- **CAÑA FLECHA:**¹² la caña flecha es una gramínea tropical aborigen, que en terrenos bajos de composición arcillosa y arenosa adquiere su mayor crecimiento, desarrollo y propagación. El campesino le da varios usos: el tallo después de florecer la planta se emplea para cercar las casas; la espiga de la inflorescencia para flechas de pescar; la panoja como elemento ornamental casero al natural o teñida de vivos colores; de las hojas se aprovecha la nervadura central para obtener la fibra para la trenza del sombrero, y su bagazo se da como forraje a las bestias cuando escasea el pasto. Algunos le atribuyen insospechadas cualidades medicinales diuréticas. La caña flecha (*Gynerium Sagitatum*) se cultiva en el resguardo de San Andrés de Sotavento con sistemas tradicionales y empíricos en la zona noroeste, en las veredas de Roma, Costa Rica y el Delirio en un área de 250 hectáreas aproximadamente. También hay pequeños lotes en Los Vidales, Tuchín y otros parajes.

- **CONTROL:** los gerentes siempre han encontrado conveniente comprobar o vigilar lo que sé esta haciendo para asegurar que el trabajo de otros, esta progresando en forma satisfactoria hacia el objetivo predeterminado. Establecer un buen plan, distribuir las actividades componentes requeridas para ese plan y la ejecución exitosa de cada miembro no asegura que la empresa será un éxito.

¹² Pagina Web. www.cordoba.gov.co/cultura/vueltaio/. Gobernación de Córdoba.2006.

- **CONSUMO:** en macroeconomía, gasto total realizado por los individuos o por el país en bienes de consumo en un período dado. Estrictamente hablando, el consumo sólo debe aplicarse a aquellos bienes totalmente utilizados, disfrutados o agotados en ese período.
- **CRECIMIENTO ECONÓMICO:** aumento de la producción total de un país con el paso del tiempo. Normalmente, se mide como la tasa anual de incremento del PIB real del un país (o PIB potencial real).
- **DEFLACTAR:** convertir variables nominales en reales. Esto se realiza dividiendo las variables nominales por un índice de precios.
- **DEMOGRAFÍA:** se refiere a las características estadísticas de una población. Estas características incluyen el cambio en el número de personas, distribución de los ingresos entre varios segmentos de la población.
- **DEVALUACIÓN:** disminución del precio oficial de la moneda de un país, expresada en las monedas de otros o en oro. Lo contrario de una devaluación es una reevaluación, que se produce cuando un país eleva su tipo de cambio oficial en relación con el oro o con otras monedas.
- **DISTRIBUCIÓN:** el proceso por medio del cual el producto o servicio llega a manos del consumidor. Para lograr esto existen canales de distribución como intermediarios mayoristas, agentes, detallistas, Internet entre otros.
- **EFICACIA:** se define como 'Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera' y eficaz como 'Que produce el efecto propio o esperado'. Este adjetivo

se aplica preferentemente a cosas. Pero también puede aplicarse a personas, con el sentido de 'competente, que cumple perfectamente su cometido.

- **EFICIENCIA:** es la 'Capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado' y eficiente es el 'Competente, que rinde en su actividad.
- **EFFECTIVIDAD:** se define como la 'Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera' y también como 'Realidad, validez'. En la primera acepción es, por tanto, equivalente a eficacia.
- **EJECUCIÓN:** para llevar a cabo físicamente las actividades que resulten de los pasos de planeación y organización, es necesario que el gerente tome medidas que inicien y continúen las acciones requeridas para que los miembros del grupo ejecuten la tarea. Entre las medidas comunes utilizadas por el gerente para poner el grupo en acción están dirigir, desarrollar a los gerentes, instruir, ayudar a los miembros a mejorarse lo mismo que su trabajo mediante su propia creatividad y la compensación a esto se le llama ejecución.
- **ENCUESTA:** es un censo en pequeña escala con un propósito más específico que el censo. Las encuestas tienen por objeto obtener información estadística definida, mientras que los censos y registros vitales de población son de mayor alcance y extensión. Este tipo de estadísticas pocas veces otorga, en forma clara y precisa, la verdadera información que se requiere, de ahí que sea necesario realizar encuestas a esa población en estudio, para obtener los datos que se necesitan para un buen análisis.
- **ESTRATEGIA:** (Administración) objetivos, metas, políticas, programas, plan, patrón, secuencia de acciones, "arte del general", tácticas, asignación de

recursos, maniobras, logística, sincronización de fuerzas, enfoques de operaciones, selección de posiciones, pautas, modelos, fuerza motriz, actitud, proceso que asegura decisiones óptimas, propósito, visión, etc.

- **ESTRATEGIA DE CAPACIDAD:** consiste en un plan de acción operativa cuyo objetivo es dotar a la organización de las instalaciones básicas para fabricar los productos requeridos en el tiempo justo.
- **ESTRATEGIA DE LOCALIZACIÓN:** consiste en un plan de acción lo que ofrece a la organización una ubicación competitiva para sus oficinas principales, sus actividades de fabricación, servicios y distribución.
- **ESTRATEGIA DE PRODUCTO:** consiste en un plan de acción operativa que define cuáles son los bienes y servicios que una organización va a producir y comercializar.
- **EXPORTAR:** bienes o servicios que se producen en un país y se venden en otro. Comprenden el comercio de mercancías (como los automóviles) y de servicios (como el transporte) y los intereses sobre los préstamos y las inversiones.
- **GERENCIA:** la gerencia es un cargo que ocupa el director de una empresa lo cual tiene dentro de sus múltiples funciones, representar a la sociedad frente a terceros y coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos.
- **IMPORTAR:** son simplemente flujos en el sentido contrario a las exportaciones, entran al país.

- **IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA:** es el cuarto paso del proceso de la administración estratégica, es poner en acción las estrategias formuladas.
- **INTEGRACIÓN DE METAS:** es la compatibilidad entre los objetivos individuales y los de la organización. Esto ocurre cuando el individuo y la organización coinciden en los objetivos.
- **INVERSIÓN:** actividad económica por la que se renuncia a consumo hoy con la idea de aumentar la producción en el futuro. Comprende el capital tangible, como las viviendas, y las inversiones intangibles, como la educación.
- **MACROECONOMÍA:** análisis que se refiere a la conducta de la economía en su conjunto con respecto a la producción, la renta, el nivel de precios, el comercio exterior, el desempleo y otras variables económicas agregadas.
- **MARCO LÓGICO:** herramienta que al relacionar diferentes niveles de objetivos y resultados con los medios, así como los indicadores y factores externos, garantiza la consistencia, efectividad y articulación entre planeación y evaluación.
- **MERCADO:** mecanismo en el que los compradores y los vendedores determinan conjuntamente los precios y las cantidades de las mercancías. Algunos se encuentran en lugares físicos, otros se realizan a través del teléfono o de la Internet.

- **MICROECONOMÍA:** análisis que se ocupa del comportamiento de elementos individuales de una economía, como la determinación del precio de un único producto o el comportamiento de un único consumidor o empresa.
- **MONITOREO:** proceso continuo de recolección y análisis de datos cualitativos y cuantitativos, con base en los objetivos planteados en un programa o proyecto, que tiene como propósito descubrir fortalezas y/o debilidades para establecer líneas de acción, permitiendo brindar correcciones y reorientaciones técnicas en la ejecución.
- **NECESIDADES DE CAPACITACIÓN:** consiste en la información o las destrezas que un grupo o un individuo requiere para desarrollar aún más o aumentar la productividad del grupo o del individuo.
- **OBJETIVOS ORGANIZACIONALES:** son metas a las cuales le apunta un sistema administrativo abierto. Cuando los objetivos organizacionales se han fijado de forma adecuada, estos reflejan el propósito de la organización, es decir, ello fluye naturalmente de la misión de la organización.
- **ORGANIZACIÓN:** después de que la dirección y formato de las acciones futuras ya hallan sido determinadas, el paso siguiente para cumplir con el trabajo, será distribuir o señalar las necesarias actividades de trabajo entre los miembros del grupo e indicar la participación de cada miembro del grupo. Esta distribución del trabajo esta guiado por la consideración de cosas tales como la naturaleza de las actividades componentes, las personas del grupo y las instalaciones físicas disponibles.

- **ORGANIZACIONES INTERNACIONALES:** entidades políticas cuyo ámbito de acción e integrantes superan el límite del Estado nacional para enmarcarse en el denominado supranacional.
- **PLAN:** es una acción específica propuesta para contribuir a que la organización alcance sus objetivos.
- **PLAN DE DESARROLLO:**¹³ es un documento que debe responder a los planteamientos contenidos en los programas de gobierno, debe ser con orientación programática, en tanto describe las acciones a realizar durante la administración, no obstante, debe tener una perspectiva de largo plazo del desarrollo y de continuidad en las acciones y proyectos en ejecución. El plan debe ser un instrumento de gestión y de cohesión en torno a propósitos comunes de la administración, los diferentes sectores, estratos sociales y comunidades. En consecuencia, se debe promover y facilitar una real, efectiva y equitativa participación durante su formulación, ejecución, seguimiento y evaluación. En el plan de desarrollo, deben trazarse objetivos posibles y realizables, de acuerdo con el estado y disponibilidad de recursos de todo tipo; en otras palabras debe poseer la cualidad de ser viable. El plan debe revelar coherencia entre el diagnóstico, la formulación de estrategias y objetivos, la definición de metas e incluso, a nivel de la identificación de mecanismos para su ejecución. La planeación del desarrollo social y económico no se puede desarticular de la planeación territorial y urbana; ambos son instrumentos complementarios: el primero, contribuye a la orientación del desarrollo y el segundo, introduce la especialización de las acciones de desarrollo de acuerdo a las restricciones y posibilidades del suelo.

¹³ Tomado del Documento GUÍA PARA LA FORMULACIÓN DE PLANES DE DESARROLLO MUNICIPAL; División de Inversiones y Desarrollo Territorial, Pág. 7.

- **PLAN PARA LA PLANEACIÓN:** es una lista de todos los pasos que deben darse en una organización. Garantiza que la planeación se realice.
- **PLANEACIÓN:** para un gerente y para un grupo de empleados es importante decidir o estar identificado con los objetivos que se van a alcanzar. El siguiente paso es alcanzarlos. Esto origina las preguntas de que trabajo necesita hacerse? ¿Cuándo y como se hará? Cuales serán los necesarios componentes del trabajo, las contribuciones y como lograrlos. En esencia, se formula un plan o un patrón integrando predeterminando de las futuras actividades, esto requiere la facultad de prever, visualizar, del propósito y ver hacia delante.
- **PLANEACIÓN ESTRATÉGICA:** algunos autores la definen como un proceso que se inicia con el establecimiento de metas organizacionales, define estrategias y políticas para lograr esos fines, y desarrolla planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener lo fines buscados. También es un proceso para decidir de antemano que tipo de esfuerzos de planeación debe de hacerse, cuándo y cómo debe de realizarse, quién lo llevará a cabo, y qué se hará con los resultados. La planeación estratégica es sistemática en el sentido de que es organizada y conducida con base a una realidad entendida.
- **PROCESO PRODUCTIVO:** es aquel conjunto de elementos, personas, y acciones, que transforman materiales y/o brindan servicios de cualquier índole. Es decir, que se agrega algún tipo de valor.
- **PRODUCCIÓN:** creación de bienes y mercancías, incluyéndose su concepción, procesamiento en las diversas etapas y financiación ofrecida por los bancos. Se considera uno de los principales procesos económicos, medio

por el cual el trabajo humano crea riqueza. Respecto a los problemas que entraña la producción, tanto las industrias privadas como el sector público deben tener en cuenta diversas leyes económicas, datos sobre los precios y recursos disponibles. Los materiales o recursos utilizados en el proceso de producción se denominan factores de producción.

- **REGULACIÓN:** leyes o normas gubernamentales destinadas a controlar el comportamiento de las empresas. Los principales tipos son la regulación económica (que afecta a los precios, a la entrada o al servicio de una única industria, como el servicio telefónico) y a la regulación social (que intenta corregir las externalidades existentes en algunos sectores, como la contaminación del aire o el agua).

5.3 MARCO EMPRESARIAL: GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA.

Con el propósito de dar a conocer a la Gobernación de Córdoba se presenta una breve reseña cultural del departamento, por que es nombrada la “*cuna de los artesanos colombianos*”, comprende una síntesis del Plan de Desarrollo de la Gobernación su misión, visión, objetivos, y el organigrama del equipo del plan de desarrollo, cultura organizacional y su proceso productivo en este caso el de caña flecha en el sector artesanal.

5.3.1 Reseña Cultural del Departamento de Córdoba. Córdoba es cuna de artesanos tradicionales colombianos fabricantes de productos que han ganado reconocimiento en todo el mundo. Los productos del llamado “circuito artesanal”, provenientes de los municipios de San Andrés de Sotavento, Momil, Chinú, Lórica, Ciénaga de Oro, Sahagún, Chimá, Cereté y Montería, no sólo son abundantes y variados, también cuentan con una gran calidad artística.

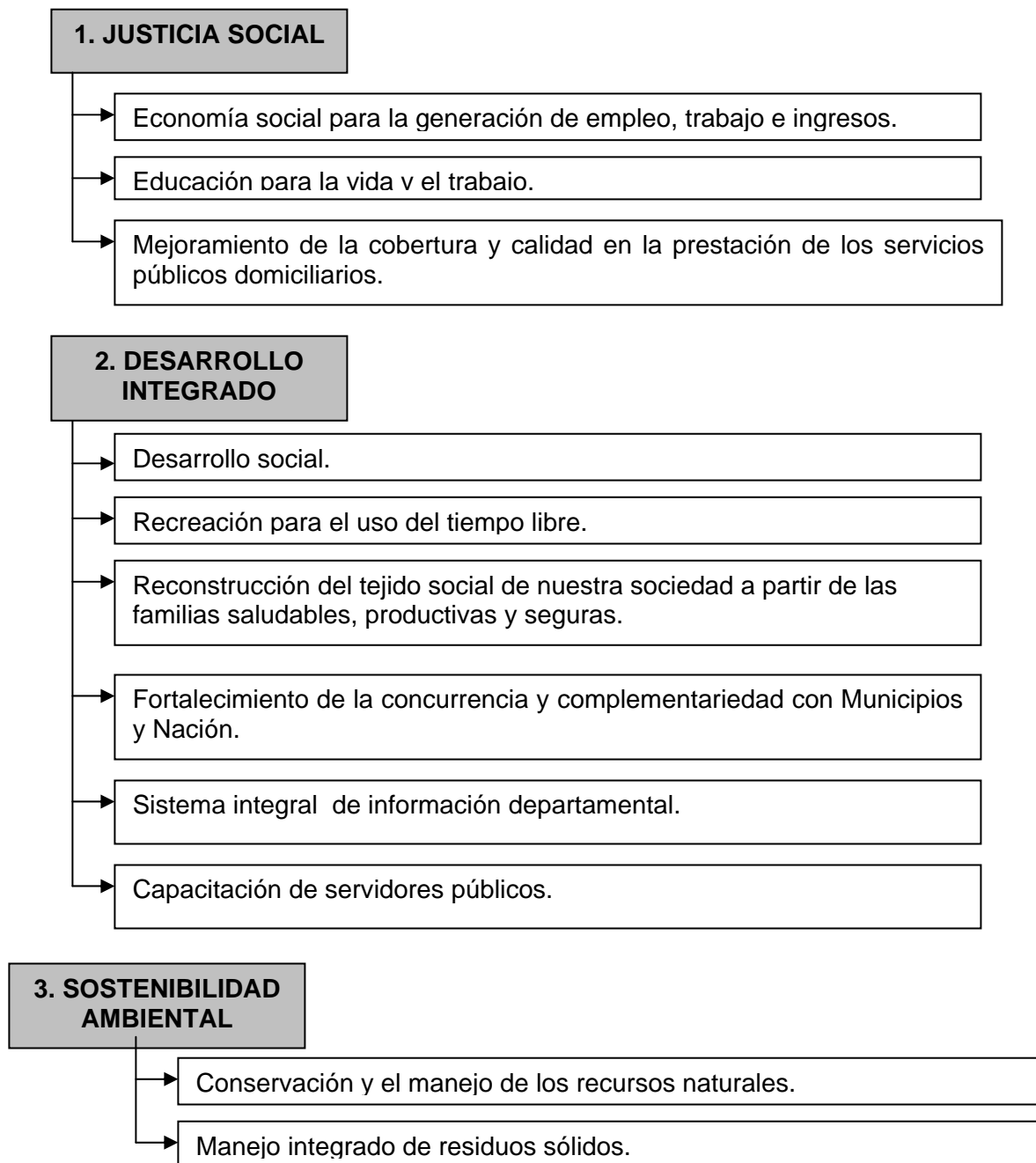
El Sombrero vueltiao, nombre que alude a las vueltas que en su fabricación se le da a la fibra vegetal, es sin duda la artesanía por excelencia de Córdoba y uno de los símbolos populares más conocidos de Colombia. Se produce principalmente en el resguardo indígena de San Andrés de Sotavento, en corregimientos como Tuchin, los Vidales y Bellavista entre otros. Luego de un complejo proceso de raspado, pulimento, clasificación, deshidratación, cocción y coloración de la fibra de caña flecha, los artesanos proceden al trenzado, costumbre originada hace muchos siglos en las labores de cestería aborígen, que consiste en combinar de manera armónica las fibras negras y blancas para formar figuras geométricas o

pintas. Estos dibujos simbolizan elementos totémicos o religiosos de la cultura Zenú. Con fibras de iraca, enea, cepa de plátano, caña flecha, junco y bejuco, las manos ágiles de los artesanos, expertos en diversas técnicas de trenzado, elaboran incontables productos de cestería como hermosas canastas, petacas, balayes, cestos, hamacas, petates, esteras y muebles. En la actualidad, muchos orfebres, con sus trabajos en oro, plata y pedrería, se destacan como dignos herederos de la destreza Zenú. Esta tradición de joyería se ha mantenido por generaciones en la población de Ciénaga de Oro.

5.3.2 Plan de Desarrollo de la Gobernación de Córdoba 2004-2007. El plan de desarrollo de la Gobernación de Córdoba esta titulado *“Gerencia para el Cambio Social”* como propósito de justicia social, desarrollo integrado, sostenibilidad ambiental para el periodo 2004-2007, es un instrumento de planificación continua, sistemático, flexible, participativo y concentrado. Articulado con las políticas nacionales de conformidad con la ley 152 de 1994, identificando la problemática departamental, definiendo soluciones como objetivos, estrategias, metas, sectores, programas y las fuentes de financiación que garanticen la inversión.¹⁴ La Gobernación de Córdoba en su plan de desarrollo departamental nombra tres pilares básicos en los que se basara la gestión gubernamental estos a su vez integran estrategias que centran a todos los actores que interactúan con el Departamento y que propicien los elementos fundamentales para la *“Gerencia para el Cambio Social”*. A continuación se presenta los pilares y sus respectivas estrategias:

¹⁴ Tomado del documento del PLAN DE DESARROLLO DE LA GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA, Institucionalidad del departamento, gobernador Libardo José López Cabrales y Comitiva. Pág. 22

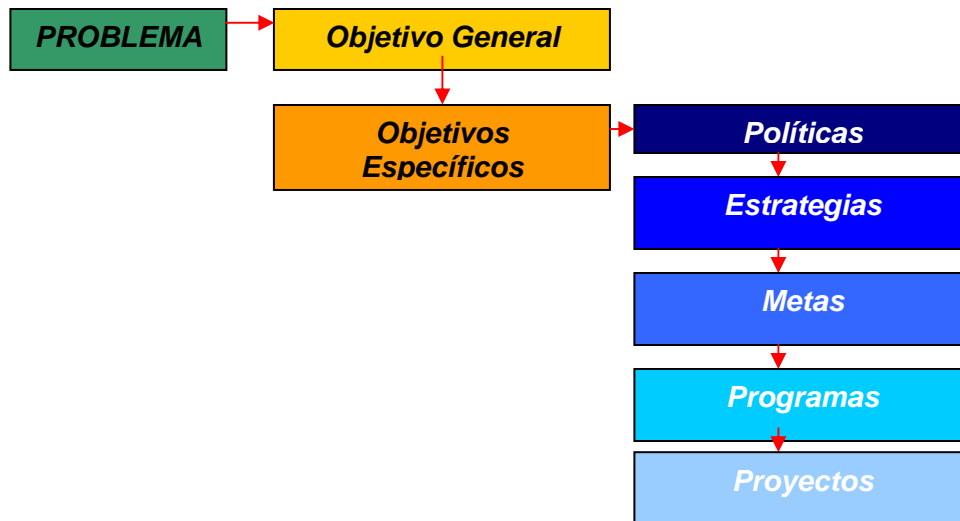
Ilustración 1. Pilares básicos del Plan de Desarrollo de la Gobernación de Córdoba 2004-2007



Fuente: Tomado del Plan de desarrollo de la Gobernación de Córdoba y sintetizado por Lisset Peña. Investigadora.

El Departamento Administrativo de Planeación de la Gobernación de Córdoba en la estructura del Plan de Desarrollo Departamental 2004-2007, esta regida por lineamientos básicos donde se fundamenta:

Ilustración 2. Estructura para la elaboración del Plan de Desarrollo de la Gobernación de Córdoba.



Fuente: Tomado del Plan de desarrollo de la Gobernación de Córdoba y sintetizado por Lisset Peña. Investigadora.

Con base a lo anterior la investigación se enfoco en el primer pilar *Justicia Social*, en este se implantará un modelo de economía social mediante la generación de ingresos, con el fin de combatir el alto nivel de desempleo, pobreza y marginalidad que cada día hace más difícil la vida de la inmensa mayoría de los cordobeses. Para ello se vinculará a programas productivos la población urbana y rural del Departamento que se encuentre en situación de manifiesta debilidad económica y social priorizando en todo caso la atención de grupos vulnerables como las mujeres cabeza de familia, desplazados, adulto mayor hábil para ejercer la actividad, indígenas y artesanos etc.

En su ejecución se fortalecerá y promoverá el montaje de cadenas productivas y la conservación y perfeccionamiento de las existentes para que se atienda en forma integrada y para cada renglón productivo lo concerniente a producción, organización, comercialización, dirección técnica, procesamiento y financiación, inicialmente en las siguientes áreas de trabajo: Ecoturismo, piscicultura, artesanías, derivados lácteos, reforestación, confecciones, seguridad alimentaria, caucho, cacao, comercialización de festivales, agricultura, ganadería, frutales.¹⁵

Analizando la estructura de planeación especificada anteriormente (véase numeral 5) la Gobernación de Córdoba trabaja lineamientos básicos de los diferentes sectores, lo que indica una relación de las problemáticas actuales y lo que ayuda a relacionar lo planteado en el marco lógico.

Se presenta a continuación una síntesis del principal problema que la gobernación tiene en cuanto al fortalecimiento de las cadenas productivas artesanales ya que este es el aspecto principal donde se enfoca y desarrolla la propuesta de la oferta exportadora de productos en caña flecha.

¹⁵ Tomado del documento del PLAN DE DESARROLLO DE LA GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA, Institucionalidad del departamento, gobernador Libardo José López Cabrales y Comitiva. Pág. 28

Tabla 2. Justicia social. Sector económico. Economía social para la generación de empleo, trabajo e ingresos.

PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICO	POLÍTICAS	ESTRATEGIAS	METAS	PROGRAMAS	PROYECTOS
Baja capacidad de generación de riqueza en los sectores económicos del Departamento	Promover e incentivar el desarrollo económico y social, ejerciendo funciones administrativas de coordinación, complementación, Transversalidad e intermediación entre la Nación y Municipios en la prestación de los servicios de asistencia técnica y profesional, en programas de desarrollo rural, en convenios de delegación de funciones con INCODER.	Planificar y orientar políticas de desarrollo agropecuario, industrial, turístico, minero, empresarial, agroindustrial y artesanal.	Promover, incentivar, articular y financiar el desarrollo de la economía social para la generación de empleo, trabajo e ingresos. Acorde con el Plan Nacional de Desarrollo.	Conformación de empresas productivas entre regiones especializadas e integradas en cadenas productivas de producción, comercialización y transformación para producir bienes con valor agregado con una visión a largo plazo.	Elaboración de un (1) Plan Estratégico del sector agroindustrial y Agropecuario a 20 años.	Fomento a la Planeación estratégica y participativa	Elaboración del plan estratégico del sector agropecuario.
		Promover, financiar, cofinanciar proyectos nacionales, departamentales, municipales de interés social, que generen empleos productivos y sostenibles	Incentivar el desarrollo rural en programas con el ministerio y las asumidas por delegación de funciones con INCODER y	Fomentar las alianzas del sector público, privado y asociaciones de productores	Apoyo a treinta (30) alianzas productivas estratégicas y la creación de cien (100) sociedades	Apoyo a las cadenas productivas.	Apoyo, sostenimiento y consolidación de las cadenas productivas y sociedades agrícolas de transformación

			otras entidades del sector		agrícolas de transformación (SAT) Ley 811/03		(SAT).
		Asesorar y prestar a los municipios y a las instituciones de prestación de servicios asistencia técnica y transferencia de tecnología administrativa y financiera.	Impulso a la investigación y al desarrollo tecnológico	Contribución actividades agrícolas y pecuarias en armonía con el medio ambiente y la agricultura orgánica.	Apoyo a la creación de un (1) Centro de Transferencia Tecnológica.	Creación y montaje de Centros de Transferencia de Tecnología y apoyo a la modernización de las empresas.	Apoyo a la Creación de un centro de transferencia de tecnologías. Elaboración del catálogo artesanal.
							Capacitación a artesanos y productores de dulces típicos. Elaboración del catálogo artesanal.
		Ejecutar el Plan de Desarrollo Turístico del Departamento	Competitividad del turismo	Impulso y posicionamiento del ecoturismo y agroturismo mediante la formulación de proyectos	Cuatro (4) proyectos eco turísticos, cincuenta (50) viviendas productivas y una ruta agropecuaria.	Programa de diseño e inversión de productos turísticos competitivos.	Circuito eco turístico en la ciénaga Grande.
					Implementar unas Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) en ocho (8) principales cultivos de la	Procesos alternativos de producción	Establecimiento de parcelas demostrativas.

					región.		
						Gestión de recursos para proyectos productivos.	Cofinanciación de proyectos productivos con Municipios y otras entidades.
		Fortalecer a los empresarios a través de capacitación, organización e incentivos para alcanzar un mayor nivel de competitividad.	Establecer alianzas estratégicas transversales con otras entidades del sector empresarial	Elaboración del diagnóstico de la agroindustria y microempresas en el departamento	Ocho (8) capacitaciones a microempresarios.	Fortalecimiento del Consejo Asesor Regional de Comercio Exterior (CARCE)	Apoyo a la elaboración de los diagnósticos microempresaria y agroindustrial y convenio Cámara de Comercio CIECE.
					Conformación de cuatro (4) LEO's	Laboratorios experimentales de organización empresarial (LEO's)	Organización y Capacitación empresarial de los LEO'S.
					Dos (2) escuelas.	Escuelas empresariales amigas del Turismo.	Apoyo y dotación de escuela amigas del turismo.
				Incentivar a través de convenios con Corpoica y otras entidades los viveros, jardines clónales y botánico	Diez (10) viveros y quince (15) jardines clónales y un jardín botánico	Certificación fitosanitaria	Construcción y dotación de Viveros, Jardines Clónales y Botánicos.
		Dar valor agregado a los productos competitivos	Fomento e impulso de la agroindustria	Impulso y fomento de procesos productivos que	Cinco (5) plantas procesadoras	Modernización de los procesos	Apoyo y Cofinanciación

				generen valor agregado	.	productivos de transformación de materias primas	de plantas de transformación de materias primas.
				Certificación de productos	Cuarenta (40) productores certificados	Mercados verdes	Apoyo a los procesos de certificación de calidad, ambiental y otros.
				Implementación biocomercio sostenible	Elaborar y ejecutar tres (3) proyectos que impliquen uso sostenible	Biocomercio sostenible	Apoyo a programas de biocomercio.
			Promover la cooperación Inter-Intrasectorial	Buscar fuentes de financiamiento, Nacional e Internacional	Firmar Convenios, Acuerdos, Alianzas, Contratos, Negociaciones, Cooperaciones e Inversiones	Apoyo Interinstitucional	Gestión de recursos de cofinanciación.

Fuente: Tomado del Plan de desarrollo de la Gobernación de Córdoba y sintetizado por Lisset Peña. Investigadora.

Este lineamiento anteriormente mencionado del Plan de Desarrollo de la Gobernación de Córdoba, muestra uno de los principales problemas del departamento donde se involucra al sector artesanal, turístico y cultural de los diferentes municipios. Aquí el Departamento administrativo plantea una estructura basada en objetivos a mediano y largo plazo, donde enfoca la gestión en la implementación de programas, planes que contribuyan a la generación, capacitación y concepción de cadenas productivas tanto a nivel artesanal como turístico.

En síntesis la Gobernación de Córdoba en su Plan de desarrollo aclara la relación estrecha con el Plan de Desarrollo Nacional 2006-2010 en el cual se quiere fomentar las cadenas productivas del sector artesanal entre otros y con esto generar un bienestar social y mejoramiento en la calidad de vida de los habitantes de Córdoba y las diferentes regiones. En primera instancia la Secretaría de Cultura de la Gobernación tiene una subsecretaría de Turismo, que será la encargada de evaluar las medidas para acoger y así determinar la viabilidad de la oferta Exportable los productos de caña flecha desde la Gobernación de Córdoba. En relación a lo anterior, cabe resaltar que la investigación presente va enfocada a apoyar la gestión realizada por la gobernación, brindando una alternativa, para apoyar las metas y estrategias que se presentaron en el Plan de desarrollo y que contribuirán al mejoramiento económico, social y cultural tanto del departamento como del país.

La Gobernación de Córdoba cuenta con una estructura para la elaboración de proyectos de investigación, productivos y empresariales donde enfoca el objetivo a la elaboración de programas, planes que contribuyan al desarrollo de algún lineamiento del Plan de Desarrollo Departamental.

5.3.2.1 Organigrama del Departamento Administrativo de Planeación de la Gobernación de Córdoba. Este departamento tiene como objetivo resguardar, evaluar el desarrollo de las diferentes estrategias y planes que contribuyan a la realización activa del Plan a largo, mediano y corto plazo. Para la evaluación de este departamento existe un grupo interdisciplinario compuesto por las diferentes secretarías que componen el nivel central de la Gobernación de Córdoba.

Ilustración 3. Equipo Plan de Desarrollo de la Gobernación de Córdoba 2004-2007, Departamento Administrativo de Planeación.



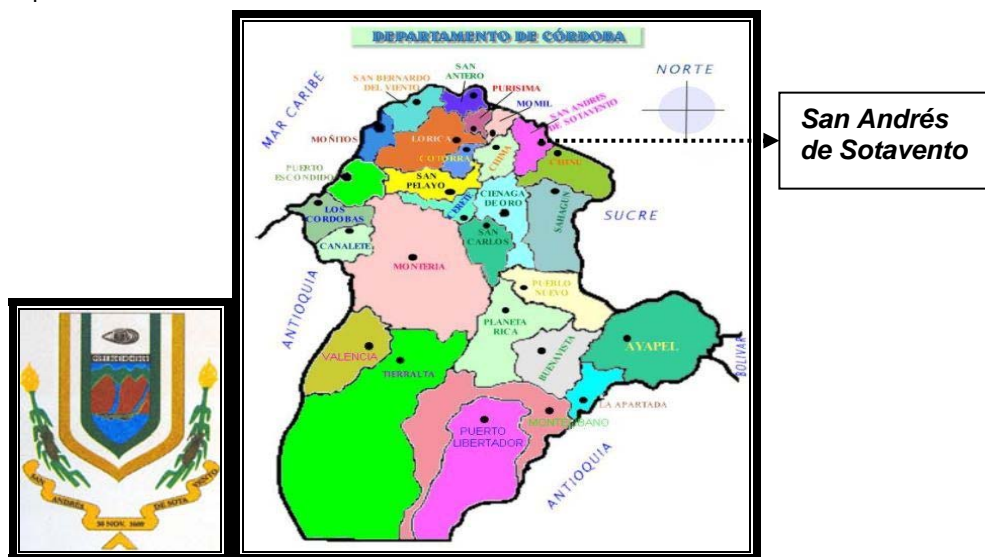
Fuente: Tomado del Plan de desarrollo de la Gobernación de Córdoba y sintetizado por Lisset Peña. Investigadora.

5.4 MARCO GEOGRÁFICO: MUNICIPIO DE SAN ANDRÉS DE SOTAVENTO, CORREGIMIENTO DE TUCHIN (Córdoba)

Para la realización de una oferta exportadora de productos en Caña Flecha se debe tener en cuenta los aspectos importantes en este caso del Municipio de San Andrés de Sotavento y su corregimiento de Tuchin especialmente su resguardo indígena.

5.4.1 Ubicación Geográfica¹⁶

Figura 1. Mapa del Departamento de Córdoba.



Fuente: Tomado del la pagina Web de la Gobernación de Córdoba 2007.

La cabecera municipal de San Andrés de Sotavento está ubicada al Noroeste de Colombia, en una zona de colinas de poca altura, estribaciones de la serranía de San Jerónimo, perteneciente esta a la cordillera occidental. Esta compuesta por 336 kilómetro cuadrados, ecológicamente las mayoría de la región natural se denomina de sabana que involucra parte de Córdoba, Sucre y Bolívar.

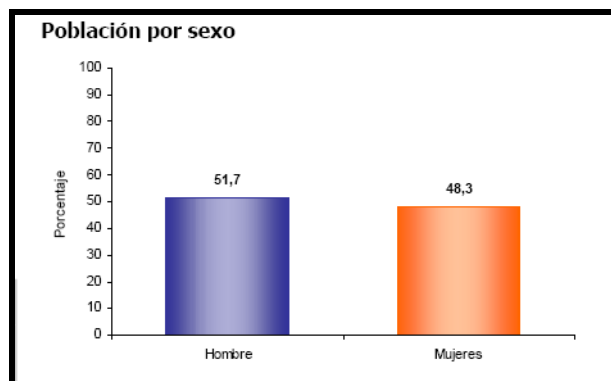
5.4.2 Población.¹⁷ Según los resultados preliminares del XVI censo Nacional de población y V de vivienda, San Andrés de Sotavento registro 52.240 habitantes, ocupando el quinto lugar en el departamento después de Montería, Llorica, Sahagún y Cereté. En los últimos 30 años ha habido un incremento poblacional importante, de acuerdo con los resultados de los últimos 4 censos. De 21.129 habitantes en 1.964 pasa a 52.240 en el último censo Nacional. El 48.3% de la población son mujeres y el 51.7% hombres. El 87% vive en el área rural (45.282

¹⁶ SERPA ESPINOSA, Roger. Los Zenues: Córdoba Indígena Actual. Montería: Gobernación de Córdoba. Secretaria de Cultura. Pág. 10. 2003.

¹⁷ Ibid., Pág. 19.

habitantes), y solo el 13% reside en la cabecera municipal de San Andrés (6.985 habitantes).

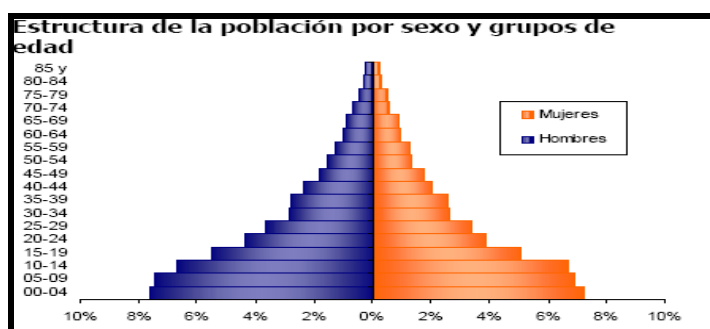
Figura 2. Modulo de personas. Población por sexo. CENSO general 2005. Perfil San Andrés de Sotavento-Córdoba.



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE – CENSO general 2005.

Es notoria la tendencia al despoblamiento en el casco urbano, debido a la progresiva emigración hacia otros centros urbanos periféricos (Sincelejo, Chinú, Sahagún, Lórica y Sampedra). La base poblacional muestra un predominio significativo de los niños y jóvenes sobre los adultos; debido a los altos índices de natalidad, ya que no es extraño que las indígenas tengan el primer parto entre los 12 y los 15 años.

Figura 3. Modulo de personas. Estructura de la población por sexo y grupos de edad. Censo general 2005. Perfil San Andrés de Sotavento.

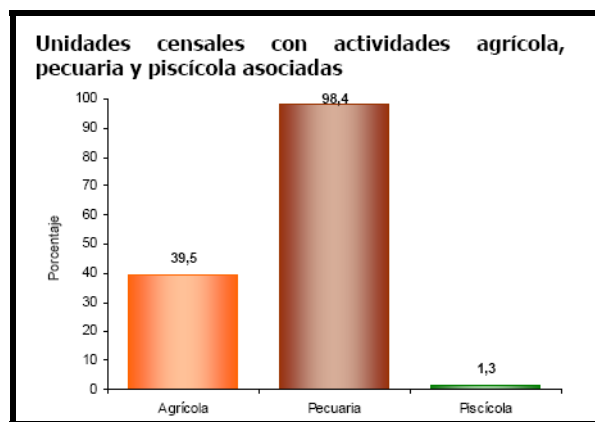


Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE – CENSO general 2005.

En San Andrés de Sotavento el 95% de la población se auto reconoce como indígena y el 0.3% se reconoce como afro descendiente. La población indígena de este municipio concentra la mayoría de población étnica del país.

5.4.3 Sistema de Producción.¹⁸ En el resguardo de San Andrés de Sotavento se practica una economía tradicional basada fundamentalmente en el sector primario (Producción Agropecuaria), y en el sector secundario se destaca la producción artesanal. El sector terciario (comercio) a pesar de presentar un menor grado de desarrollo, a través de las transacciones comerciales en productos agrícolas, de materias primas y productos artesanales, cada día toma mayor auge, siendo Tuchin el centro de intenso intercambio.

Figura 4. Modulo de Agropecuarias. Unidades censales con actividades agrícola, pecuaria y piscícola asociadas. Censo general 2005. Perfil San Andrés de Sotavento.



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE – CENSO General 2005.

Históricamente el desarrollo económico ha estado íntimamente ligado a la tierra y al trenzado en fibras vegetales. Los Zenúes desde la época Prehispánica cultivan maíz, yuca, ahuyama, frijoles, ñames criollos de gran valor nutritivo; y explotan la

¹⁸ GUERRERO PALACIO, Ximena. Desarrollo de Productos en Caña Flecha. San Andrés de Sotavento: Tuchin. Pág., 15. bogota 2000.

rica variedad de palmas, gramíneas y bejucos para artesanías y construcción de viviendas.

5.4.4 Propiedad y Tendencia de la Tierra.¹⁹ En la época Prehispánica, entre lo Zenúes la tierra era de propiedad comunal. Su valor era de uso, no comercial. El resguardo de San Andrés de sotavento fue creado en 1773, iniciándose un largo litigio entre los indígenas de Mexión (San Andrés de sotavento), Chinú y Pinchorroy (Chimá) frente a las pretensiones de lo “libres” de apoderarse de las tierras que por tradición y posesión pertenecían a los Zenúes, aduciendo la no existencia de indígenas en la región. Por fin el 19 de Julio de 1782, la representación de la Corona Española en la provincia de Cartagena, definió la situación a favor de los Zenúes de San Andrés de Sotavento, promulgando el documento que certificaba la posesión legal de las tierras del resguardo por los indígenas. Al entrar el siglo XX los Zenúes habitaban los sitios bajos de los arroyos y cultivaban las partes altas. El territorio era boscoso. La población no era muy numerosa y se concentraba en pocos caseríos. Se consolida la propiedad de la tierra por familias. Mediante los sucesivos matrimonios se va atomizando el uso y provecho de las parcelas en pequeñas unidades de viviendas y cultivos, activándose la producción de maíz, yuca, ñame, frijol, ajonjolí, guandul y ahuyama cuyos excedentes eran negociados en San Andrés de Sotavento y Tuchin con los comerciantes “blancos”, mestizos y siriolibaneses.

5.4.5 Cultivos de Caña Flecha.²⁰ En la economía de la zona otro cultivo que ha sido fundamental para toda la población es la caña flecha, de cuyas hojas se obtiene la fibra con que se trenza el sombrero vueltiao, pero también es de utilidad en la construcción de viviendas, como forraje, para hacer flechas para pescar e

¹⁹ Ibid., SERPA ESPINOSA, Roger. Pág. 21.

²⁰ Ibid., Pág. 31.

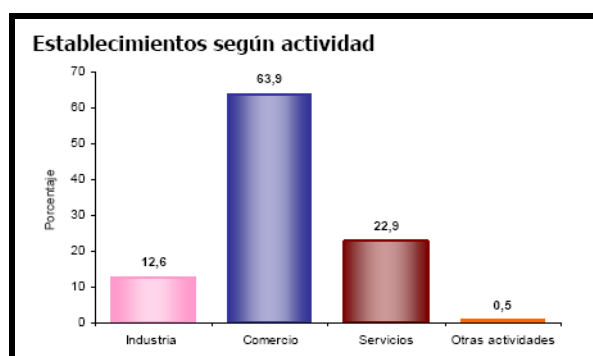
incluso como elemento ornamental. Algunas zonas prefirieron dedicarse a cultivos más rentables, quedando reducida notoriamente el área de la caña flecha en las veredas de Roma, Costa Rica y El Delirio, con cerca de 200 hectáreas y algunas pequeñas plantaciones desperdigadas en el resguardo. Tal vez esta especialización zonal y de cultivadores ha permitido desarrollar, empíricamente, prácticas de siembra, limpia, corte y procesamiento de la caña flecha, hasta tal punto que se ha convertido en una actividad rentable y, en algunos casos, de dedicación exclusiva de núcleos familiares.

5.4.6 Artesanías.²¹ La agricultura y el artesanado son las actividades de mayor beneficio económico e incidencia social en el resguardo, que alberga la comunidad que guarda con mayor celo y persistencia la tradición de los Zenúes de procesar y utilizar la rica y variada cantidad de bejucos, napas, cepas, majaguas, palmas y gramíneas para satisfacer necesidades primarias en el hogar, bien para transportar o depositar granos, productos y objetos; para darse comodidad en el descanso y el reposo o como elementos ornamentales de uso doméstico y personal. Treinta mil indígenas en mas de 72 veredas del resguardo tejen incesantemente, la mayor parte del día, la trenza del sombrero vueltiao, teniendo como materia prima la caña flecha y con una producción promedia de 20 mil sombreros y objetos diversificados como petacas, mochilas, aretes, cachuchas, pulseras, individuales, binchas y capelladas para la producción de zapatos, semanalmente. Paralelo a la teneduría en caña flecha también ciertos núcleos como los Vidales, Santa Clara, Nueva Esperanza, Los Guayacanes, Cruz Chiquita, Vidalito y Los Andes se dedican a la cestería en bejucos, iraca, enea y junco produciendo balayes, chocoos, canastos, petacas, abanicos, floreros, maletas, hamacas de cepa, esteras, petates y esterillas.

²¹ Ibíd., Pág. 40.

5.4.7 Comercio.²² El comercio representa en el municipio el principal potencial de utilidades para la población esta dirigido más que todo a Tuchin donde se realizan las más importantes transacciones comerciales este mercado es diario siendo de más intensidad los viernes, sábados y domingos de a.m. a 11 PM y en épocas de cosecha. Y de mayor producción en los meses de Diciembre a Marzo y de Mayo a Julio.

Figura 5. Modulo de personas. Establecimientos según actividad. Censo general 2005. Perfil San Andrés de Sotavento.



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE – CENSO general 2005.

Se realiza el *Mercado del Sombreo* en las cuadras de la principal calle donde llegan artesanos provenientes de la telaraña de anillos de la superficie del resguardo.

²² LONDOÑO FRESIA, Julio Cesar. Plan de Manejo Ambiental: Palma de Caña Flecha; Proyecto para el mejoramiento de la competitividad del sector artesanal. Convenio FIDUIFI- Artesanías de Colombia-FOMIPYME. Pág. 17

5.5 MARCO REFERENCIAL

5.5.1 Plan de Desarrollo Nacional 2006-2010. Capítulo 4. Este capítulo desarrolla uno de los principales objetivos del Plan: lograr tasas de crecimiento altas que puedan ser mantenidas en el tiempo. Sin embargo, propone superar la tradicional disyuntiva entre crecimiento y bienestar, persistir en una visión de crecimiento como herramienta fundamental para promover la equidad. Por tanto, el tipo de crecimiento con el cual el Gobierno Nacional está comprometido, es aquel en el que se crean las condiciones para que todos los colombianos, y particularmente los más pobres y vulnerables, tengan acceso a empleos de calidad, que les permitan generar ingresos sostenibles. En otras palabras, se requiere potenciar, desarrollar las capacidades productivas de los más pobres, para que superen su condición y puedan insertarse efectivamente en el círculo virtuoso de fortalecimiento del capital humano, crecimiento de la economía, generación de empleo formal, incremento del ingreso salarial de los colombianos y del recaudo tributario, mayor inversión social y mejor distribución de la riqueza entre todos los colombianos.²³

5.5.1.1 Punto 4.2 Agenda Interna: Estrategia de Desarrollo Productivo. A continuación se presenta un breve análisis del punto 4.2 de la agenda interna en donde se divide en dos principales necesidades, pero se desarrollan a su vez dos acciones que se llaman “apuestas productivas” regionales y “estrategias competitivas” sectoriales, en esta parte se empieza argumentar la necesidad de implementar una oferta exportadora como una fuente de empleo y búsqueda de mercados internacionales, a través de estas acciones se espera concebir planes

²³ Texto tomado del PLAN DE DESARROLLO NACIONAL 2006-2010. Estado Comunitario para todos; Gobierno Nacional; Capítulo 4: Crecimiento alto y sostenido: la condición para un desarrollo con equidad: consideraciones macroeconómicas. Pág. 214.

programas y proyectos para potencializar la estructura de producción y adquiriendo una transformación productiva.

En cuanto a la agenda interna podemos decir que ha contribuido al plan en el desarrollo de soluciones en las necesidades que tiene el departamento. Además fortalece las capacidades para ayudar a la economía del país y un camino para establecer acciones competitivas.

Como se puede observar en el plan de desarrollo departamental establecido para los años 2006- 2010 el desarrollo productivo se presenta como un factor importante de la competitividad llegando a mejorar los diferentes procesos que se desarrollan, incluyendo calidad y valor agregado, de esta forma alcanzando a disminuir los abismos que existe con los competidores comerciales que exista en la actualidad. “En otras palabras, se propone al país productivo estructurar un plan coherente e integral de política pública dirigido a producir más y mejor, orientado hacia una transformación productiva”²⁴. Con lo anterior como conclusión que se debe trabajar con calidad y ofreciendo variedad para poder competir a nivel mundial.

En el momento de ejecutar el proceso la Política de Desarrollo Empresarial se fundamenta en cinco ejes principales que son:

1. Fomento de la innovación y el desarrollo tecnológico para la competitividad.
2. Competitividad asociada con la productividad empresarial.
3. Inserción internacional y facilitación del comercio.
4. Adecuado funcionamiento del mercado interno.

²⁴ Texto tomado del PLAN DE DESARROLLO NACIONAL 2006- 2010. Estado comunitario para todos; Gobierno Nacional; Capítulo 4; Crecimiento alto y sostenido: la condición para un desarrollo con equidad: consideraciones macroeconómicas. Pág. 228.

5. Estrategias específicas de productividad y competitividad para las microempresas y para las pymes.

Según lo descrito en el plan de desarrollo la teoría tradicional expuesta del comercio exterior puede ser una fuente de ventajas en el sentido de que proporciona más eficiencia, competitividad enfocando en la conquista de nuevos mercados en los cuales se implante la competencia de forma libre y espontánea. Con esto se espera llegar a la liberación comercial, el primer paso sería que los inversionistas asignaran los recursos productivos según las indicaciones que proporcionan los precios del mercado.

Se debe indicar que la intervención exitosa de la política de cadenas productivas, ha determinado un éxito en diferentes procesos que se llevan acabo. En la parte de las acciones estratégicas se debe tener en cuenta que existen de tipo transversal prioritarias y cuando se refiere a competitividad se dividen en 6 líneas estratégicas que son:

1. Desarrollo empresarial, innovación y desarrollo tecnológico.
2. Ahorro, inversión y financiamiento.
3. Capital físico.
4. Capital humano.
5. Instituciones para el desarrollo productivo.
6. Desarrollo agropecuario.

De las anteriores líneas descritas en el plan de desarrollo departamental de 2006-2010 son factores que se deben tener en cuenta para implementar una buena oferta exportable en el momento de aplicarlo a la producción de las artesanías de caña flecha en San Andrés de Sotavento. Por medio de las ventajas que se desprendieron del libre comercio, entre ellas se tienen la reducción de aranceles en economías, en las cuales se debe tener en cuenta

que algunos países han utilizado ciertas técnicas de comercio para incluir el fenómeno del proteccionismo, para ayudar a los productores de tal forma que se den a conocer los artículos elaborados de manera internacional, pero que los productos que lleguen a nuestro país en vez de generar quiebra sea un incentivo para mejorar los procesos desarrollados.

El segundo componente que se expone en la agenda interna son las apuestas internas se refieren mas explícitamente a las cadenas productivas y se consideran prioritarias ya que fomentan la generación de empleo y de ingresos, obteniendo una cobertura espacial nacional teniendo fuertes efectos en la economía del país, exigiendo sustentación en la medición de su impacto y en la evaluación permanente de los resultados de la gestión.

Según lo escrito en el plan de desarrollo departamental se puede señalar que “El sector de artesanías, además de tener importancia en el desarrollo cultural del país, es relevante en términos de generación de empleo e ingresos para segmentos especiales de la población. En la dimensión regional de Agenda Interna, ocho departamentos le apostaron a las artesanías: Bolívar, Boyacá, Cauca, Córdoba, Guaviare, Nariño, Quindío y Sucre. Lo anterior, amerita la existencia de una política especialmente dirigida hacia este sector. En efecto, estimaciones realizadas por Artesanías de Colombia revelan que en el resto del país, aproximadamente 350 mil personas se dedican a la producción de artesanías y cerca de un millón dependen de dicha actividad. Aparte de esta importante participación en términos de generación de empleo – que corresponde a 15% del empleo total manufacturero –, el sector artesanal constituye un espacio significativo para la construcción de cohesión social y en muchas zonas indígenas esta actividad es el único medio para generar valor con destino al intercambio”.²⁵ Se puede concluir con lo anterior la importancia que tiene el sector de las

²⁵ Texto tomado del PLAN DE DESARROLLO NACIONAL 2006- 2010. Estado comunitario para todos; Gobierno Nacional; Capítulo 4; Crecimiento alto y sostenido: la condición para un desarrollo con equidad: consideraciones macroeconómicas. Pág. 313.

artesanías en la economía y generación de empleo por lo tanto con esta oferta exportable aparte de tener en cuenta la generación de empleo se agrega el buscar mercados nuevos para ofrecer nuestros productos atravesando fronteras.

En cuanto a las cadenas productivas dentro del plan de desarrollo departamental estipula que se maneja otra manera con respecto a la tecnología y conocimiento fomentando los esquemas asociativos entre las mipymes y las grandes empresas. Por medio de este componente permitirá que se comparta diferentes elementos como lo es activos, capacidad negociadora, obteniendo como conclusión que en este caso los artesanos no estarían en la deriva por que llegarían a obtener estabilidad y respaldo. Para el desarrollo de este ítem se establece dentro del plan de desarrollo departamental 6 lineamientos de acción que serán presentados a continuación “(1) promoción de esquemas de subcontratación a escala nacional e internacional; (2) promoción de programas de desarrollo de proveedores que incluyan componentes de formación profesional, transferencia de tecnología, normalización técnica y gestión de la calidad; (3) realización de encuentros empresariales; (4) fortalecimiento de los programas de cadenas productivas para microempresas; (5) desarrollo de sistemas de información para la subcontratación, y (6) promoción de esquemas de comercialización”²⁶. Por ultimo se puede decir que en el desarrollo de agenda de investigación se dirigen estrategias para lograr la productividad de las cadenas productivas y enfatizadas en la apuesta exportadora.

Para la oferta exportable se tiene en cuenta que este sector se considera como uno de lo mas importantes como lo señala en el plan de desarrollo departamental de San Andrés de Sotavento “El Gobierno Nacional identifica los siguientes sectores o encadenamientos productivos como prioritarios, sobre los cuales se estructurarán programas sectoriales de alto impacto: algunas producciones específicas de la agroindustria, Turismo, Artesanías, Tecnologías de la

²⁶ Ibid. p. 242.

información y comunicaciones y desarrollo de software, transporte y logística, servicios profesionales (salud en primera instancia) y, dentro del sector manufacturero tradicional, se propone en principio desarrollar programas de alto impacto en cadenas de mediano contenido tecnológico y de conocimiento, con potencial de expansión en el comercio mundial²⁷.

Dentro de la Oferta Exportable establecida se pretende cumplir con la anterior con respecto a la expansión y que este sector recobre mas importancia en el ámbito nacional para una reactivación de la parte económica y crecimiento empresarial. En el programa establecido para los años 2006- 2010, se tiene proyectada la consolidación de los diferentes procesos artesanales que se llevan acabo para obtener mayores ingresos, aumentar la oferta artesanal exportable, destacando en los productos calidad, diseño, valor agregado y precio.

Por medio de la Institución de Artesanías de Colombia se estipulo pasos o parámetros a través de los cuales se generaría los resultados esperados y estos son:

- (1)** Facilitar la comercialización de las artesanías en los niveles nacional internacional, acompañando a los productores y comercializadores para incrementar sus niveles de competitividad y su participación en el mercado.
- (2)** Garantizar el intercambio de experiencias, conocimientos y técnicas que faciliten el desarrollo artesanal de manera conjunta con entidades nacionales e internacionales.
- (3)** Ampliar las fuentes de conocimiento y de generación y adecuación de nuevas tecnologías.
- (4)** Institucionalizar las políticas de desarrollo para el sector artesanal en los departamentos y municipios.

²⁷ Ibid., Pág. 311.

También se debe tener en cuenta que los productores artesanos, con respecto a la promoción de mercados nacionales e internacionales contarán con el apoyo que presta PROEXPORT, proporcionando asesoramiento especializado en asuntos aduaneros y de comercio exterior, aplicación de la inteligencia de mercados, acceso a nuevos mercados y canales de distribución (ruedas de negocios, ferias empresariales nacionales e internacionales, enlaces empresariales).

5.5.2 Síntesis del comportamiento de las exportaciones en Colombia desde 1962.²⁸ La economía colombiana inició lentamente un proceso de industrialización después de la segunda guerra mundial y, desde entonces, el país creció ininterrumpidamente respaldado en un manejo macroeconómico prudente. Una característica del comercio exterior del país durante el período de post-guerra fue la falta de dinamismo de las exportaciones. Durante la década del 50 y hasta 1966 el país, al igual que la mayoría de países latinoamericanos, optó por un modelo de desarrollo basado en la sustitución de importaciones consistente con un tipo de cambio fijo. Los elementos más destacados de la estrategia de desarrollo durante la época fueron la canalización de mayores recursos de crédito para la industria, las inversiones del Estado en este sector y el creciente proteccionismo.²⁹

En la primera mitad de los años 60 se hizo evidente el desequilibrio comercial y la pérdida de reservas (el saldo de las reservas internacionales netas fue negativo entre 1961 y 1967), por lo que las autoridades se vieron obligadas a implantar un programa de estabilización. El sistema cambiario fijo se abandonó en 1967 y la moneda se devaluó en un 17% ese año, adoptándose luego un sistema cambiario

²⁸ Este estudio fue elaborado por MONROY, María P; León, Javier. El Comportamiento de las Exportaciones de Colombia 1962. Departamento Regional de Operaciones 3 División de Países 5. Pág. 1-2.

²⁹ BEJARANO, Jesús Antonio, Historia económica y desarrollo, La historiografía económica sobre los siglos XIX y XX en Colombia, CEREC, Bogotá, 1994.

reptante (*crawling peg*) el cual fue síntoma de un giro en la política, al establecerse medidas orientadas a la promoción de exportaciones y un control de cambios para las importaciones. Si bien las reservas internacionales empezaron a recuperarse a partir de 1967, el país seguía experimentando un déficit comercial, en parte relacionado al crecimiento marcado del gasto interno que además aceleró la inflación a niveles cercanos al 20%. En efecto, a principios de los años 70 el déficit fiscal bordeaba el 3% del PIB, comparado con 1,8% en la década del 60. La financiación del déficit fiscal y externo recayó en el crédito externo, cuyo acceso se facilitó por la coyuntura internacional del momento. A partir de 1975 las cuentas externas y fiscales mejoraron notablemente como resultado del auge cafetero. El precio de la libra de café, el principal producto de exportación en aquellos años, pasó de un promedio de US\$0,67 en 1975 a US\$1,45 en 1976 y US\$2,36 en 1977.³⁰

Estos ingresos extraordinarios en el marco de un exceso de oferta mundial de dólares (petro-dólares) originaron una acumulación importante de reservas internacionales. Esta abundancia facilitó la postergación de las reformas financieras y el levantamiento de los controles al flujo de capitales para el sector privado. Durante la década de los 80, Colombia logró una de las tasas de crecimiento más elevadas de la región, expandiéndose durante ese lapso en un 40% (3,4% anual). La inflación promedio alcanzó el 23,4%, cifra moderada para los estándares latinoamericanos durante aquel período. Además, Colombia fue el único de los grandes deudores regionales que no se vio forzado a renegociar su deuda externa. Aún así, durante el primer lustro de aquella década el país mostró desequilibrios externos y fiscales como reflejo del panorama mundial inestable y

³⁰ MELO, Jorge Orlando, "De la nueva historia a la historia fragmentada: La producción histórica colombiana en la última década del siglo", Boletín cultural y bibliográfico, Biblioteca Luís Ángel Arango, Vol. XXXVI, Numero 50-51, 1999.

de la caída en el precio del café (18% entre 1979 y 1985). Entre 1980 y 1982 la economía colombiana sufrió un deterioro acelerado.³¹

El déficit de la cuenta corriente superaba el 7% de PIB, el crecimiento económico se desaceleró (en 1982 se registró la tasa más baja de la post-guerra, 1%) y los índices de desempleo repuntaron. Estos factores no repercutieron inicialmente sobre las reservas internacionales, lo cual dio una impresión de estabilidad.

Es partir de 1990 cuando Colombia implanta definitivamente reformas estructurales en las áreas de comercio exterior e inversión extranjera, así como en los mercados financiero y laboral. Estos cambios estuvieron dirigidos a promover el desarrollo del sector privado y mejorar la productividad. Paralelamente, se buscó aumentar la eficiencia del sector público a través de reformas en las áreas tributaria, pensional e institucional (descentralización). La caída en el ahorro privado no fue compensada por una política fiscal consistente. El país empezó a mostrar déficit fiscales preocupantes a partir de 1996. Los flujos de capitales aumentaron marcadamente durante la presente década no sólo como respuesta a las reformas estructurales (como las privatizaciones), sino que además debido a la inversión petrolera, pues en 1991 se descubrieron las reservas de petróleo más importantes en términos mundiales de los últimos 30 años en los campos petroleros de Cusiana y Cupiagua. Los flujos de capitales equilibraron la balanza de pagos y continuó la acumulación de reservas. La inflación se redujo sólo moderadamente del 30% en 1990 al 18% en 1997 y se agudizó la brecha entre la tasa de interés interna e internacional variando entre el 5 y 15%.³²

³¹ MELO, Jorge Orlando, *Historiografía colombiana, Realidades y perspectivas*, Colección Autores Antioqueños, Medellín, 1996.

³² ROVNER SÁENZ, Eduardo, "La contribución de Bejarano a la historia económica de Colombia", en Rodríguez Araujo, Edilberto y Vallejo Zamudio, Luís Eudoro, *Perfiles de un economista heterodoxo, Reflexiones sobre la obra de Jesús Antonio Bejarano*, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Tunja, 2002.

El exceso de oferta de dólares ocasionó una apreciación del tipo de cambio real, observándose una reevaluación real del 34% entre el promedio de 1990 y el promedio de 1997.

5.5.2.1 Algunos destinos de las exportaciones de caña flecha en Colombia.

Actualmente y por el gran reconocimiento a nivel mundial de la capacidad innovadora en cuanto a las artesanías Colombianas, se ha notado que la cultura artesanal de las regiones étnicas han tenido gran auge en los mercados internacionales, como son México, Perú, Guatemala, el Salvador, Países con similitudes culturales pero que no han podido tener grandes adelantos en tejidos como lo ha tenido Colombia, asumiendo la gran capacidad turística que presentan dichos países, han dado a conocer sin duda alguna la capacidad en fabricación de tejidos inigualables en materiales naturales desconocidos para extranjeros, a tal punto que a través de Países vecinos se ha dado a conocer en Continentes lejanos, es el caso de países como Bielorrusia, Turquía, Corea del Sur, Italia, India, Rusia, Finlandia, Perú, Venezuela y El Salvador, entre muchos otros, quienes constantemente se dan cita en Milán. Italia para participar en el Concurso Internacional de Diseño para la Artesanía Colombiana, en donde se resalta la capacidad e innovación de los artesanos, y en su mayoría se ha cambiado las lentejuelas y canutillos por el tejido en caña flecha, mostrando gran variedad no solo en sombreros, sino en faldas, vestidos, zapatos, bolsos y accesorios.

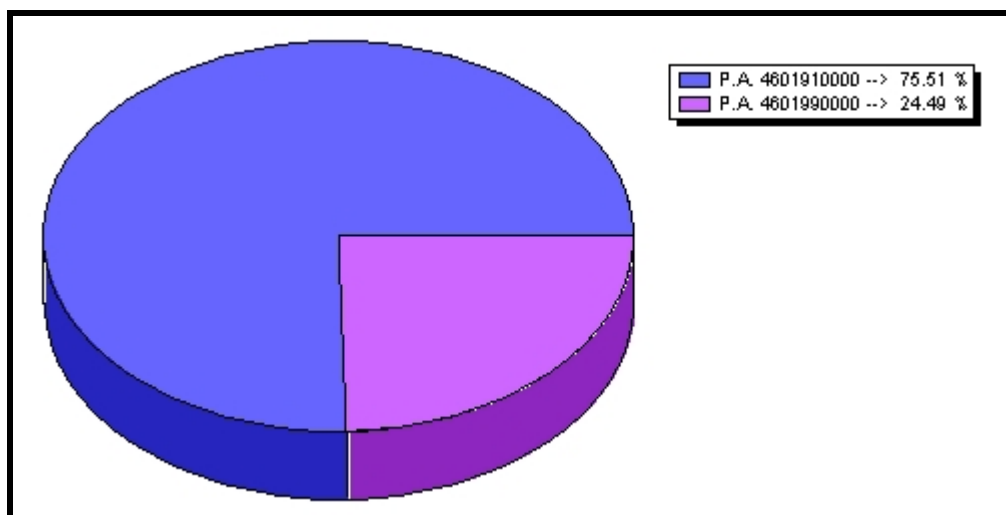
Por otra parte y gracias a su estratégica ubicación geográfica, Colombia ha podido exportar a Países tanto del Sur como del Norte y por supuesto a otros Continentes lejanos quienes se muestran como grandes admiradores de los productos Colombianos.

Colombia posee técnicas artesanales de gran valor que se deben saber aprovechar, tanto así que grandes diseñadores de la India, el cuál es un país rico en artesanías de han interesado en trabajar y exponer a las artesanías de un país

con el que nunca habían tenido contacto. La adaptabilidad a la tradición artesanal y cosas como estas han llevado a Colombia a dar un gran paso en las mas reconocidas pasarelas internacionales de la moda. Colombia es un país que tiene un gran potencial de explotación debido a la variedad de materiales (por ejemplo las fibras) y su influencia cultural.

Por otra parte PROEXPORT en el sector Artesanías, clasifica en dos el subsector de trenzas y artículos similares, el primero con la posición arancelaria *4601910000: los demás trenzas y artículos similares de materia trenzable incluso ensamble en tiras materia trenzable*. A continuación se presenta la participación según la Posición Arancelaria del sector artesanal colombiano para el Año 2005:

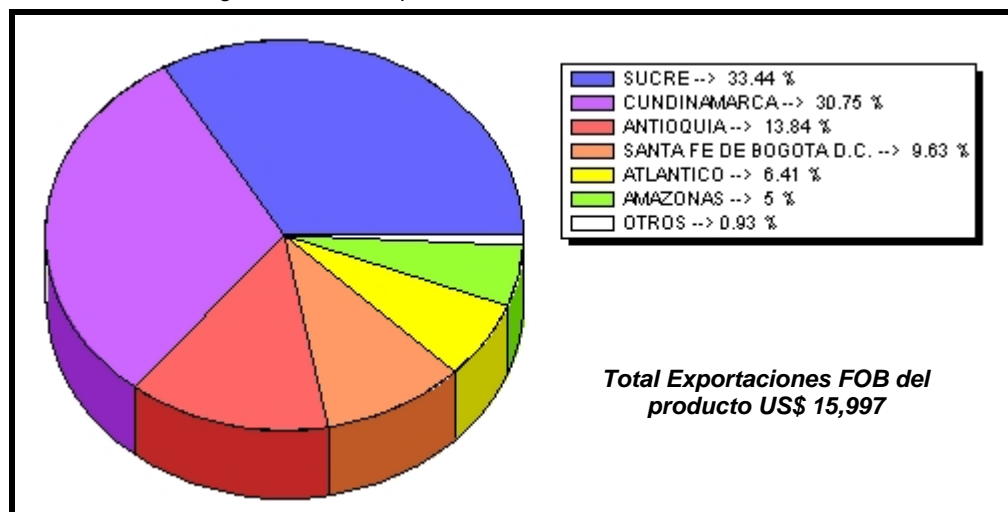
Figura 6. Participación Posiciones Arancelarias - Año 2005 Total exportaciones FOB del subsector Trenzas y Artículos similares.



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE - Cálculos Proexport-Colombia.

Lo anterior manifiesta que la posición arancelaria *46019100* es de mayor potencial exportable para el país donde los principales departamentos de concentración de mayor exportación son en primer lugar Sucre con un valor FOB de US\$ 5.350 y en segundo lugar Cundinamarca US\$ 4.919. La participación de los departamentos es:

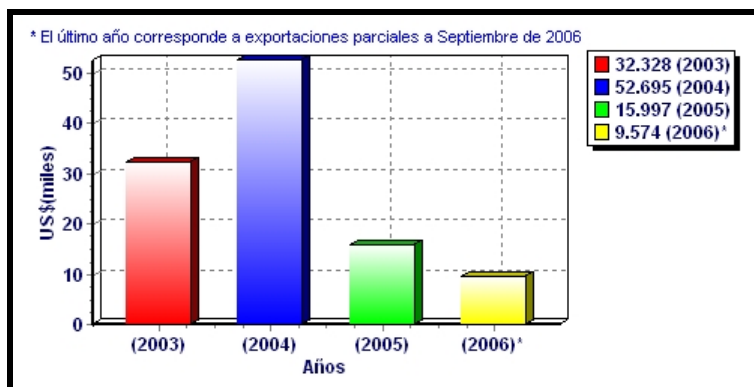
Figura 7. Concentración Regional De Las Exportaciones - Año 2005. PA: 4601910000



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE - Cálculos Proexport-Colombia

Las exportaciones Colombianas totales de la posición arancelaria 4601910000 son para Enero-Septiembre 2006 de US\$ 9.574(miles) con un peso neto de 6.708(Kg.) teniendo como principal país para exportar a Antillas Holandesas con una participación de 33.44% y en segundo lugar Guatemala con un 29.28% de los productos de esta posición arancelaria. A continuación se presenta el total de productos exportados en caña flecha por Colombia con la posición arancelaria.

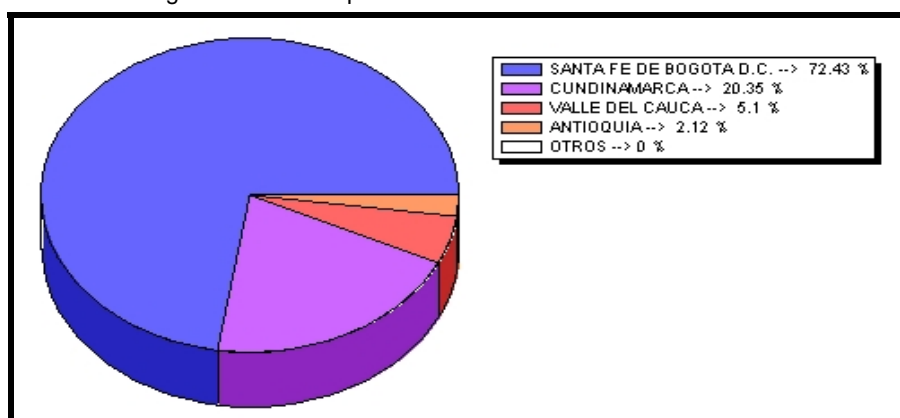
Figura 8. Exportaciones totales del producto - Año 2005. PA: 4601910000



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE - Cálculos Proexport-Colombia

Analizando la posición arancelaria 4601990000 la concentración regional de las exportaciones de estos productos se ven identificadas principalmente en Santa Fe de Bogota US\$ 3.758 y Cundinamarca con 1.056 teniendo en cuenta lo anterior se presenta la participación regional de esta posición arancelaria.

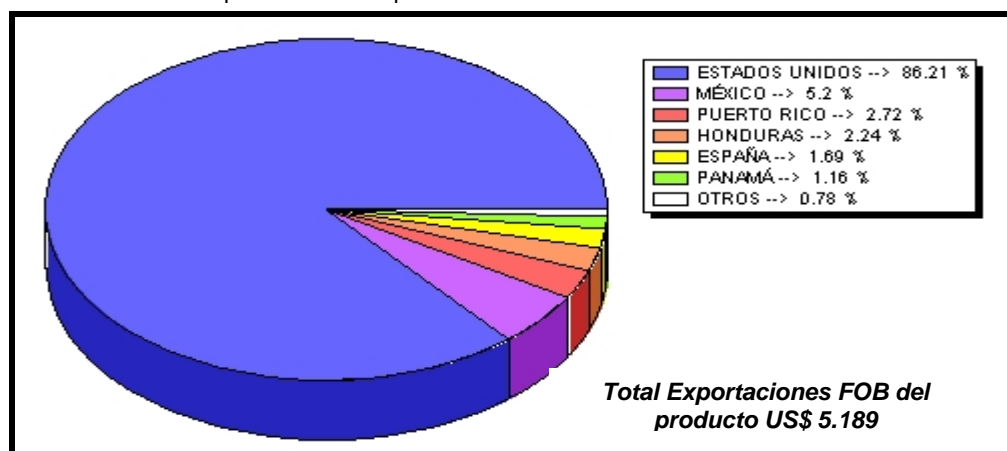
Figura 9. Concentración Regional De Las Exportaciones - Año 2005. PA: 4601990000



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE - Cálculos Proexport-Colombia

En cuanto a la posición arancelaria 4601990000 las exportaciones son para Enero-Septiembre 2006 de US\$ 2.453(miles) con un peso neto de 200(Kg.) teniendo como principal país para exportar a Estados Unidos con una participación de 86.21% y México con 5.20% de los productos de esta posición arancelaria.

Figura 10. Destino de las exportaciones del producto - Año 2005. PA: 4601990000



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE - Cálculos Proexport-Colombia

Con lo anterior se puede concluir que la realización y puesta en marcha de una Oferta Exportable de la Gobernación de Córdoba contribuirá a fomentar tanto al sector artesanal y apoyara la gestión del Plan de Desarrollo Nacional Departamental y Municipal.

5.5.3 Metodología de un Plan de Exportación, propuesta PROEXPORT.³³ En primera instancia, la Gobernación de Córdoba debe tener muy claro que una propuesta como un plan de exportación, es una oportunidad para internacionalizarse y buscar medios de crecimiento para su región. La metodología propuesta por PROEXPORT presenta algunas opciones que pueden ayudar a la identificar cuáles son los factores que motivan una decisión para exportar. Los factores escogidos son:

- Aprovechar ventajas comparativas y las oportunidades de mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales.
- Necesidad de involucrarse en el mercado mundial por la globalización de la economía.
- Disminuir el riesgo de estar en un solo mercado.

En este caso la Gobernación de Córdoba debe regir su decisión de implementar un plan de exportación, basado en el lineamiento de Justicia Social, en el cual plantea encaminar proyectos que intervengan en el sector artesanal del departamento para la generación de empleo, trabajo e ingresos para la conformación de alianzas estratégicas, a través de instituciones Nacionales e Internacionales que facilite la comercialización de los diferentes niveles de productos que se den en la región.

³³ Esta información fue tomada de la página Web: www.proexport.com.co el 19/10/06. Modificada por Lisset Peña. Investigadora.

A continuación se presenta los pasos propuestos por la metodología de PROEXPORT.

❖ **Definición de la capacidad exportable.** La Gobernación de Córdoba debe cumplir con ventajas frente al mercado externo y su competencia. A continuación se presenta las principales ventajas de los productos artesanales en caña flecha del Departamento de Córdoba.

Volúmenes disponibles para el mercado externo. Una de las principales actividades económicas del departamento es la producción de artesanías en caña flecha, en esta investigación va enfocada al municipio de San Andrés de Sotavento que cuenta con una población según el Censo de 2005, de 52.240 habitantes los cuales el 95% se consideran indígenas y de los cuales la mayoría trabajan la producción artesanal en caña flecha. En el departamento en 72 veredas, 30.000 indígenas en promedio producen 20.000 artículos en caña flecha por semana lo que indica un nivel importante en la capacidad de responder a la demanda de mercados externos.

Abastecimiento del producto o materias primas (ventajas en precio, volumen, calidad o disponibilidad). El departamento de Córdoba y los diferentes municipios en los que se trabaja la producción artesanal en caña flecha, cuentan con programas de manejo ambiental de la palma de caña flecha, donde se realiza el cultivo de la misma en viveros con apoyo de instituciones como Artesanías de Colombia, Universidad de Córdoba y FIDUIFI. También se cuenta con un sello de calidad (HECHO A MANO) establecido por los artesanos y avaluado por Artesanías de Colombia e INCONTEC.

Se debe identificar la Posición Arancelaria o Código Arancelario de los productos en caña flecha. Según PROEXPORT la posición arancelaria de los productos en caña flecha se encuentran en; 4601910000: los demás de demás trenzas y artículos similares de materia trenzable y 4601990000: las demás de demás trenzas y artículos similares de materia trenzable incluso ensamble en tiras materia trenzable.

❖ **Estudio del mercado objetivo.** En la investigación se realizó un estudio teniendo en cuenta las encuestas realizadas a tres de los principales actores que intervendrán en la oferta exportable (artesanos- empresas- Estado) y un estudio teniendo en cuenta la afinidad cultural, política y económica de México, ya que este país valora el trabajo artesanal y cuenta con diferentes acuerdos que contribuyen a la comercialización de los productos artesanales.

En el proceso de análisis de las diferentes fuentes de información, se logró definir el favoritismo para exportar los productos en caña flecha a Estados Unidos, España y Ecuador. Dentro del estudio otra posibilidad expuesta es México, que como se mencionaba anteriormente, es un país con una gran inversión en la parte artesanal. Teniendo en cuenta la metodología de PROEXPORT, los países donde actualmente se exportan los productos artesanales en caña flecha son Antillas Holandesas con una participación de 3.44% y en segundo lugar Guatemala con un 29.28%. (Véase el numeral 5.5.2.1)

Ya que la investigación busca también posicionar al departamento de Córdoba como uno de los principales productores, exportadores de productos en caña flecha se debe conquistar un mercado aun no explotado en este caso México, el cual ofrece una expectativa de surgimiento y fortalecimiento para iniciar el plan de exportación, cabe resaltar que en la

realización de la encuesta Tipo 3: Posibles compradores y distribuidores, se le realizó una entrevista a dos posibles casas de artesanías en México donde se desconoce algunos de los productos en caña flecha. Cabe resaltar que existen acuerdos como el TLC que facilitan la puesta en marcha de una oferta exportable y genera una oportunidad de expansión departamental.

❖ Evaluación del Departamento de Córdoba y su Gobernación.

Tabla 3. Matriz DOFA. Departamento de Córdoba y su Gobernación.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Supervisión y orientación sobre las ventas de artesanías de caña flecha al cliente final	No existe posible lista de clientes interesados en las artesanías en caña flecha para el proceso de exportación.
Producto, calidad y confiabilidad de las artesanías en caña flecha del Departamento de Córdoba.	No poseen un esquema asociativo (cooperativas) característico en el Departamento de Córdoba.
Mejor elaboración de las artesanías en caña flecha, comparado con los competidores	Los artesanos del Departamento de Córdoba serían un competidor débil con respecto a la entrada en nuevos mercados.
Mayor tiempo de vida y durabilidad de las artesanías en caña flecha	Los artesanos del Departamento de Córdoba tienen poca experiencia de exportaciones en el mercado Latinoamericano de artesanías en caña flecha.
Disminución de tiempos muertos de los procesos de producción de artesanías de caña flecha.	Complicación de suministrar a clientes en el extranjero de artesanías en caña flecha en grandes cantidades.
Algunos artesanos tienen experiencia en la exportación de productos en caña flecha del Departamento de Córdoba.	Necesidad de incrementar la fuerza de ventas para impulsar un significativo auge en la compra de las artesanías en caña flecha en nuevos mercados.
Lista de clientes interesados en las artesanías de caña flecha del Departamento de Córdoba.	Presupuesto limitado por parte del Estado con respecto al apoyo de las cadenas productivas de los artesanos en el Departamento de Córdoba.
Capacidad de entrega directa de los pedidos de las artesanías en caña flecha del Departamento de Córdoba.	Falta de organización por parte del Departamento de Córdoba para el desarrollo de proyectos con el fin de explotar la comercialización de las artesanías en caña flecha.
Mejoras continuas a los procesos de producción de las artesanías en caña flecha del Departamento de Córdoba.	Aún no se ha desarrollado una oferta exportable del departamento de Córdoba de manera detallada en el cual los artesanos hayan interactuado un 100%

Se puede atender desde el Departamento de Córdoba los diferentes pedidos que se realicen con respecto a las artesanías en caña flecha.	Los artesanos encargados de la producción de artesanías en caña flecha necesitan capacitación para enfrentar los diferentes retos que traen la implementación de la Oferta exportable a países latinoamericanos.
Las artesanías en caña flecha por medio de artesanías de Colombia han obtenido acreditación en el ámbito nacional.	Falta implementar tecnología con la cual los procesos que se llevan a cabo sean más productivos, eficientes y fructuosos.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Se podrían desarrollar nuevos estilos de artesanías en caña flecha del Departamento de Córdoba.	La exportación de las artesanías en caña flecha se puede ver afectada con la legislación de otros países
Los competidores locales tienen menor alcance con los productos que han lanzado al mercado.	Los efectos ambientales, sociales y culturales pudieran favorecer a los competidores grandes.
El Sombrero vueltiao uno de las artesanías en caña flecha es considerada un símbolo nacional y por medio de algunos cantantes se ha dado a conocer en otros países.	Riesgo para la distribución actual ya que no se cuenta en el momento con mecanismos de seguridad que cubran el 100% del trayecto y que proteja las artesanías en caña flecha.
Los márgenes de ganancia serán buenos de la comercialización y exportación de las artesanías en caña flecha del Departamento de Córdoba.	Posible publicidad negativa de las artesanías en caña flecha por parte de los competidores.
Los posibles clientes de países latinoamericanos con similitud cultural responden positivamente ante nuevas ideas.	La comercialización y exportación de las artesanías podría ser vulnerable ante grandes competidores
Se podría extender la exportación y comercialización de artesanías en caña flecha a otros países que no necesariamente tuvieran similitud cultural podría ser el caso de EE.UU.	La industrialización de productos sustitutos podría generar un impacto negativo en el cumplimiento de la demanda en países que no tenga afinidad.
Se podría implementar nuevos sistemas de productividad con el fin de abastecer completamente la demanda del mercado de artesanías de caña flecha.	La tecnología utilizada es limitada con respecto a los competidores.
Puede sorprender a la competencia la entrada de las artesanías en caña flecha del Departamento de Córdoba.	El mercado en el cual se va a incursionar no ha sido explorado con anterioridad por parte de las artesanías en caña flecha del Departamento de Córdoba

Se podrían lograr mejores acuerdos con los proveedores que intervinieran en la producción de las artesanías en caña flecha del Departamento de Córdoba.	El respaldo financiero sostenible es bajo en cuanto a la inversión necesaria para la exportación y comercialización de las artesanías en caña flecha el Departamento de Córdoba.
Se podría aprovechar los incentivos que existen en la actualidad de entidades como PROEXPORT para las exportaciones.	El valor de las exportaciones puede ser afectado por el cambio de divisa o problema económico que tenga el país al cual se va a dirigir las artesanías en caña flecha del Departamento de Córdoba.
Se puede aprovechar el Convenio de Cooperación Institucional, Artesanías de Colombia – ICONTEC. Sello de calidad <i>Hecho a Mano</i> . San Andrés de Sotavento como medio de garantía en la entrada de mercados nuevos.	Se puede ver afectada las capacidades internas por la demanda.

Fuente: Análisis por parte de Marcela Ayala y Lisset Peña. Investigadoras.

Teniendo en cuenta lo anterior la Gobernación de Córdoba, posee una estructura primordial en su Plan de Desarrollo departamental. Como se mencionaba anteriormente en el lineamiento de Justicia Social se quiere apoyar la gestión del artesano para el mejoramiento de su nivel de vida y con ello contribuir en el crecimiento del sector artesanal. A continuación se presenta la metodología propuesta por PROEXPORT.

Análisis organizacional. Un punto clave para la Gobernación de Córdoba y la propuesta del plan de exportación, es el apoyo del Gobierno propuesto en el Plan de Desarrollo Nacional 2006-2010, en el Capítulo 4: Agenda Interna; donde se especifica la productividad y competencia de las regiones de producción artesanal y el apoyo a proyectos productivos.

Análisis de producción. Este análisis se basa en los 20.000 objetos producidos por semana en 72 veredas del departamento, sin analizar algunas Asociaciones y Cooperativas del departamento entre las que se

encuentran Asociación de grupos de artesanos y artesanas del resguardo indígena zenú de San Andrés de Sotavento, las cuales serian actores directos de este tipo de proyectos.

Análisis financiero. Para el sector de arte y cultura, el plan de inversiones en millones de pesos es de \$283.0 (regalías), donde enfoca la financiación de proyectos que contribuyan al desarrollo del sector. Es por esta razón que este tipo de propuesta basada en una estructura de planeación estatal, busca como medio la utilización de la inversión pública a manera de herramienta o instrumento, por medio del cual se restaura la racionalidad de la economía en el propósito.

Análisis del producto. En este aspecto se tiene en cuenta, que las artesanías en caña flecha, se utiliza un trenzado base que permite innovar diseños lo que permite la diversificación, además como se mencionaba anteriormente se cuenta con el apoyo de instituciones como Artesanías de Colombia. Contribuir a generar valor internacional de los productos en caña flecha apoyado en el sello de calidad *HECHO A MANO*. Esta clase de productos por su gran oferta tiende a tener bajo precio en el mercado lo que contribuye al desarrollo y viabilidad de una oferta exportable en la Gobernación de Córdoba.

Análisis de competitividad. La Gobernación de Córdoba cuenta con una secretaria de cultura, la cual es la encargada principalmente de liderar la elaboración y ejecución del plan de desarrollo cultural, como componente del plan de desarrollo departamental y efectuar los estudios necesarios para la presentación de proyectos de ordenanzas que permita el establecimiento de la estampilla pro cultura y asesorar a los municipios para la presentación de los acuerdos respectivos.

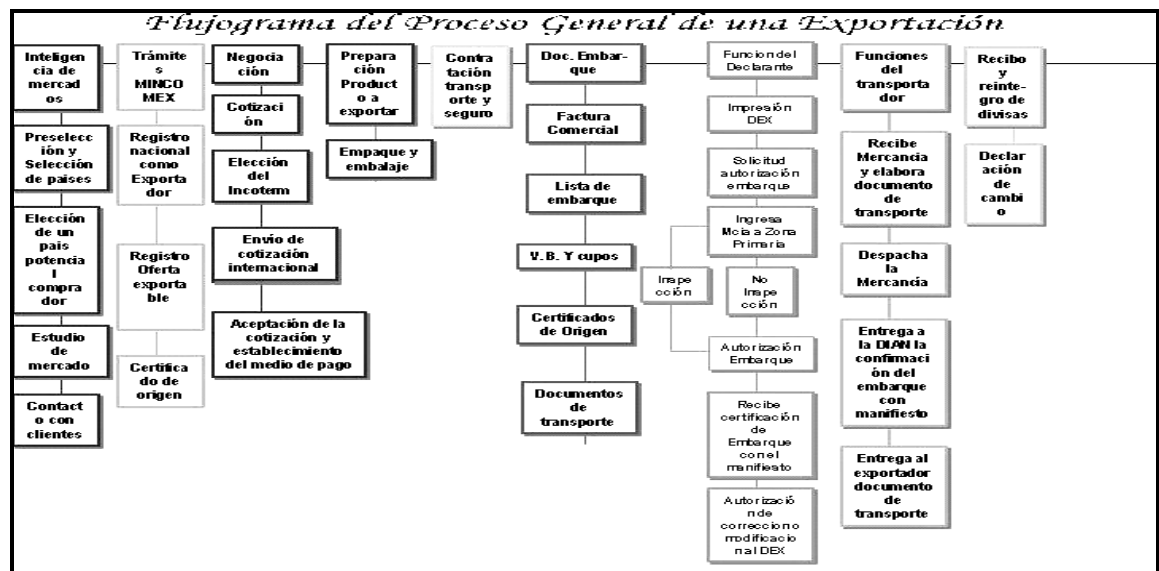
❖ **Planeación de exportación.** El principal alcance de esta propuesta de una oferta exportable de la Gobernación de Córdoba, va ligado a apoyar el plan de desarrollo departamental, permitiendo con esto la generación de empleo y mejoramiento del nivel de vida de los artesanos de Córdoba. Es por esta razón, que se establecieron unos objetivos que contribuirán en el proceso de ejecución y puesta en marcha de una oferta exportable de la Gobernación de Córdoba (Ver punto 7.2 Matriz Marco Lógico) y con lo cual se quiere que los diferentes actores relacionados con la propuesta de la oferta exportable se relacionen con el alcance, basadas en los parámetros de los planes de Desarrollo Nacional y Departamental.

Como se mencionaba anteriormente uno de los países en los que se enfoco la investigación es México, donde se entrevistaron dos casas artesanales, las cuales mostraron un gran interés ante los productos artesanales y su valor por el trabajo hecho a mano. Uno de los mecanismos establecidos en la investigación para familiarizar el mercado es la constitución de asociaciones y cooperativas indígenas que trabajen en la producción de artesanías en caña flecha. También se trabaja en la alternativa de proyectos de cadenas productivas artesanales, siguiendo los parámetros establecidos en el Plan de Desarrollo Nacional 2006-2010.

Otra posibilidad son las ferias internacionales, las cuales son el lugar de encuentro de empresarios y una excelente vitrina para vender los productos en caña flecha. En México existen muchas ferias de ámbito internacional las cuales se escogen productos representativos de países para promover el desarrollo de estos dentro del mismo entre estas ferias se encuentran: FIART- Feria Internacional de Artesanías, la cual ofrece medios de exposición para dar a conocer los productos, Feria Internacional de Diseño, Artesanía y Regalo, Ciudad de México, entre otras. México es una ventana abierta de la cultura artesanal de América Latina y el Caribe

Como segundo actor se tiene al Gobierno como ente para el seguimiento y evaluación de la oferta exportable y de los objetivos planteados, ya que esto también contribuirá al crecimiento del sector artesanal colombiano.

Figura 11. Flujograma de una exportación.



- 71 -

5.5.3.2 Una alternativa para la exportación de los Productos artesanales en caña flecha.

5.5.3.2.1 México. En primer lugar el aspecto mas importante, es el idioma ya que en este país, al igual que en el nuestro, el idioma oficial es el español, además la población se centra en las grandes ciudades donde el comercio juega un papel importante para sus vidas, México tiene una concentración del 70% de su población en las grandes ciudades; en cuanto a las tradiciones por lo general lo primordial y lo primero es mencionar los diferentes festivales que se presentan en los pueblos y como la industria manufacturera tiene un papel importante en su economía, sin embargo la producción de caña flecha no es tan conocida, allí los indígenas prefieren las prendas de vestir como la de sus ancestros. Analizando la balanza comercial bilateral las exportaciones totales FOB hacia México fueron para el 2006 de US\$ 610.934196, donde la participación para Enero-Septiembre del 2006 del sector artesanal de US\$ 2.903.696.

También se debe observar el panorama logístico, el acceso Físico de los productos Colombianos al mercado Mexicano se caracteriza por contar con importantes posibilidades de acceso físico, tanto aéreo como marítimo en servicios directos a los principales puertos, aeropuertos y con extensión por diferentes sistemas de transporte a la mayoría del territorio Mexicano. La oferta de transporte de carga desde Colombia hacia México es amplia, en esta ruta existe una variada gama de servicios directos tanto por vía marítima como aérea.³⁴ Por ultimo tenemos que hablar de cómo el turismo tiene una gran fracción de la actividad económica en México, y en el existen infinitud de sitios turísticos, ya que en primer lugar esta bañado por dos mares y es por eso que las costas Mexicanas son muy pobladas y los turistas que llegan allí son en gran parte extranjeros y en el centro del país su economía se basa en actividades similares a las nuestras,

³⁴ Tomado de la pagina Web,
<http://www.proexport.com.co/intellexport/aplicacion/frames.asp?origenadmin=expcoladmin> Proexport, 2007.

agricultura e industrias de alimentos y bebidas. El mercado potencial son las casas artesanales distribuidas por la capital, lo que demuestra una oportunidad de expansión y reconocimiento rápido del producto.

5.5.4 Plan de manejo ambiental de la palma de caña flecha. Proyecto para el mejoramiento de la competitividad del sector artesanal colombiano.

Convenio Universidad de Córdoba - FIDUIFI- Artesanías de Colombia S.A. – FOMIPYME.

El proyecto se ubica en el municipio de San Andrés de Sotavento en el departamento de Córdoba donde se cuenta con 336 kilómetros cuadrados, ecológicamente la mayor parte de la región natural denominada sabana que involucra parte de Córdoba, Sucre y Bolívar. Históricamente el desarrollo económico de la región ha estado ligado a la tierra y al trenzado de fibras vegetales. Los Zenúes cultivan y explotan rica variedad de palmas, gramíneas y bejucos para artesanías y construcción de viviendas. Si bien la labor de la palma de caña flecha surgió como un cultivo aborigen y silvestre con el tiempo, como consecuencia de la variación en la tenencia de la tierra, el uso de los suelos y el aumento de la demanda de la fibra se fueron generando cambios sustanciales en las practicas de cultivo manejo y aprovechamiento de la gramínea tal vez esta especialización zonal ha permitido desarrollar empíricamente practicas de siembra limpia corte y procesamiento de caña flecha. Este cultivo se siembra en niveles inferiores a los 1700 mts esta se cultiva en el resguardo indígena de San Andrés de Sotavento en las veredas de Roma, Costa Rica y el Delirio en un área de 250 hectáreas aproximadamente.

La Universidad de Córdoba y Corsucre en convenio con FIDUIFI- Artesanías de Colombia S.A. – FOMIPYME realizaron un estudio IGAC (estudio general de suelos para fines agrícolas) en los municipios de Lorica, Sahún, Chinu, San Andrés de sotavento el cual arrojó que el cultivo empírico de la palma de caña flecha esta afectando los suelos y destruyendo el terreno de siembra del mismo lo

que bajara la productividad de la región. Es por esto que se planteo un proyecto en el área del resguardo indígena donde se establecieron 4 parcelas demostrativas y 4 viveros forestales los cuales la última fase es realizar un mantenimiento. En el municipio de Sampués la parcela demostrativa y el vivero forestal se establecieron en el colegio indígena de bachillerato técnico Agropecuario y artesanal CIBATEA y los estudiantes de 11 grado se han vinculado al proyecto encaminados a la producción de las distintas especies vegetales. En el municipio de San Antonio de palmito la parcela demostrativa y el vivero forestal se establecieron en el cabildo menor de San miguel. En San Andrés de Sotavento en el cabildo menor La Gloria, y cabildo menor Cerro de Paja localizado, en el corregimiento de Tuchin en las cuales se organizaron parcelas demostrativas estos lotes se les determina la localización mediante el uso de un equipo geoposicionador (GPS).

5.5.4.1 Proceso de Establecimiento de cultivos. Se desarrollo en 4.5 meses comprendido desde Junio hasta mediados de Octubre de 2002 se establecieron 200 hectáreas y se distribuyeron de la siguiente manera. La implementación de parcelas demostrativas viveros y establecimientos de zonas de caña flecha son de 120 hectáreas repartidas en dos departamentos.³⁵

Tabla 4. Distribución y porcentaje de establecimiento del proyecto.

Departamento	Municipio	# de cabildos beneficiados	# de hectáreas	% establecimiento de cultivos en el 2002			
				Junio	Agosto	Sept	Oct
CÓRDOBA	San Antonio	11	55	21	80.8	87.2	100
	San Andrés	10	50	43	84	93	100
	Corre Tuchin	10	50	55	87	95	100
SUCRE	Sampués	13	45	14	75.5	94.3	100
TOTAL		44	200	34	82	92.2	10

Fuente: Centro de documentación y proyectos de Artesanías de Colombia S.A.

³⁵ LONDOÑO FRESIA, Julio Cesar. Plan de Manejo Ambiental: Palma de Caña Flecha; Proyecto para el mejoramiento de la competitividad del sector artesanal. Convenio FIDUIFI- Artesanías de Colombia-FOMIPYME. Pág. 10-45. Bogota 2003.

5.5.4.2 Control ambiental directo en la producción. En cuanto al cultivo el sistema de transferencias se esta entregando a través de las UMATAS el cual básicamente consiste en aplicar las recomendaciones y leyes a continuación nombradas:

a. Tratamiento de Residuos

- Los residuos provenientes del centro de mezclas los cuales quedan en mismo lote para ser incorporados como abono orgánico.
- Residuos de cosecha se genera desperdicio de pecíolo de los cogollos y hojas de planta que se encuentran maltratados estos residuos son dejados en el lote del cultivo para ser incorporado como materia orgánica.
- Residuos sólidos provenientes de las de las actividades domesticas empaque y embalajes serán depositados en rellenos sanitarios que se construirá en el área del lote.

b. Salud Seguridad empresarial.

- Con el decreto 1607 (31/07/2002) del ministerio de trabajo y seguridad social la actividad del cultivo de caña flecha esta clasificado como clase de riesgo 1 riesgo mínimo. En este sentido la seguridad del personal se regirá por la normatividad vigente.
- Ley 21 de 1991 y 70 de 1993 que busca la participación ciudadana y minorías étnicas.

c. Normatividad ambiental

- La legislación ambiental que se debe considerar por los cultivadores de la palma de caña flecha en sus procesos de plantación y actividades propias del cultivo esta empacada en tres grandes bloques:

1. Constitución Política
2. Leyes del Congreso de la Republica.
3. Tramites ambientales

- En cuanto a la parte de vertimientos se tiene el decreto ley 2811 de 1974 del Código Nacional de los recursos naturales rentables de protección del medio ambiente, el Decreto 2857 de 1981 manejo de cuencas hidrográficas.
- En cuanto a los residuos sólidos la ley 09 de Enero 24/1979 contempla la disposición general de orden sanitario para el manejo, uso y disposición y transporte de los residuos sólidos.
- En cuanto al manejo de la fauna se basa en el Decreto ley 2811 de 1974, Código Nacional de los recursos naturales renovables y de protección de medio ambiente y la ley 491 de 1999 ley de seguridad ecológica.
- En cuanto al manejo de la flora el decreto 2811 de 1974 que define y clasifica los bosques y el decreto 489 de 1999 que judicializa los delitos ecológicos.

5.5.5 Convenio de Cooperación Institucional, Artesanías de Colombia – ICONTEC. Sello de calidad *Hecho a Mano*. San Andrés de Sotavento.

El documento fue elaborado por los artesanos del Resguardo Zenú del 8 al 10 de Mayo del 2003 con el objetivo de certificar y garantizar los productos realizados con la palma de caña flecha. Se cuenta con el apoyo de Artesanías de Colombia e ICONTEC y con la subgerencia de desarrollo y el centro de diseño para las artesanías y la Pymes. En este documento se recopila el proceso de producción en el oficio de la tejedura en caña flecha. Este capítulo se divide en cinco fases las cuales muestran el proceso de producción de las artesanías desde la recolección de la palma de caña flecha hasta el producto terminado. (Véase anexo A)

6. DISEÑO METODOLÓGICO

Con la intención de obtener un alto nivel de profundidad en el desarrollo de la propuesta de una oferta exportable de los productos en caña flecha de la Gobernación de Córdoba, se presenta a continuación el tipo de investigación, la población y muestra, los métodos de investigación y las fuentes que se utilizaron en la recolección de la información que se utilizará en el desarrollo de esta investigación.

6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según Méndez el estudio descriptivo es identificar las características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación.³⁶ En este tipo de estudio también debe responder algunos o todos los siguientes interrogantes: ¿Se propone identificar elementos y características del problema de investigación?, ¿Busca hacer una caracterización de hechos o situaciones por los cuales se identifica su problema de investigación?, ¿El problema que se plantea y los hechos que comprende abarcan comportamientos sociales, actitudes creencias, formas de pensar y actuar de un grupo o una colectividad?, ¿El problema que se plantea y los hechos que comprende abarcan formas de organización en los niveles micro y macro social que se espera describir como se comportan?, ¿Espera presentar en su estudio los rasgos que caracterizan e identifican el problema de investigación planteado?³⁷

Según lo planteado anteriormente se puede concluir que la presente investigación será de carácter descriptivo, ya que tiene como propósito desarrollar un análisis

³⁶ MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación. Pág. 137.

³⁷ *Ibíd.*, Pág. 139.

interno y externo de la Gobernación de Córdoba y el municipio de San Andrés de Sotavento. También pretende identificar aquellos elementos y características a nivel interno y externo del proceso de los productos en caña flecha por los indígenas del Municipio de San Andrés de Sotavento (Tuchin) para finalmente realizar la oferta exportable de la Gobernación de Córdoba siguiendo los procesos adecuados destinados para la incursionar en mercado extranjero.

Se acudió también a técnicas de recolección de información, la observación directa y la encuesta aplicada a todo el personal que hace parte de esta Gobernación. De igual forma, la investigación en la Gobernación de Córdoba se desarrollo en el nivel de profundidad de conocimiento descriptivo ya que este permitió dirigir la investigación basada en los objetivos planteados.

6.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para Bejarano la totalidad de personas con una característica en común constituyen en el universo o población objeto de investigación. Un complemento a lo anterior es que la población es el total de habitantes de un área específica (ciudad, país o continente) en un determinado momento. En términos estadísticos la población constituye el objeto de estudio esto quiere decir, la población es el conjunto de individuos o entes que constituyen el objeto de estudio sobre el que se desea predecir un comportamiento a partir del estudio.³⁸

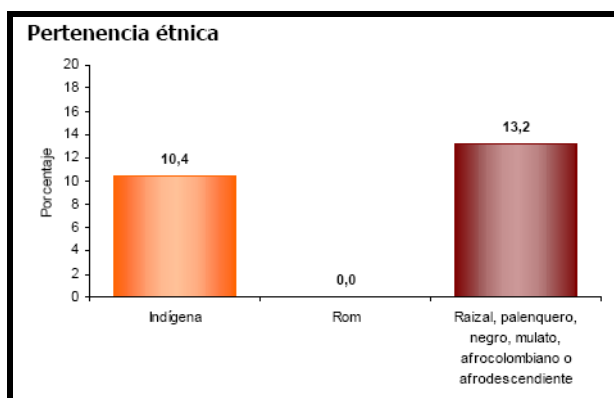
Para Bejarano la muestra es un subconjunto del universo o población. De acuerdo con las características de la población puede seleccionarse diversos tipo de muestra ya sean probabilísticas y no probabilísticas. Además que posee diferentes métodos los cuales tiene como ventaja la precisión para los

³⁸ BEJARANO BARRERA, Hernán. Estadística descriptiva. Pág. 25.

estimadores, se debe resaltar que no necesariamente es el tamaño de la muestra lo que hace representativa una población; sino la forma coherente que se desarrollan los procedimientos que siguen para llegar a ella.

Con relación a lo anterior y dado que la población objeto es la Gobernación de Córdoba que es donde se enfoca plantear la Oferta exportable de la presente investigación. La muestra va dirigida al municipio de San Andrés de Sotavento, resguardo indígena de Tuchin. En la investigación la población identificada es la indígena que es el 13.2% del total de la población del departamento de Córdoba la cual se auto reconoce de la misma pertenecía étnica y ocupa a nivel nacional en zonas productoras de artesanías en caña flecha con un porcentaje del 9% del total nacional.

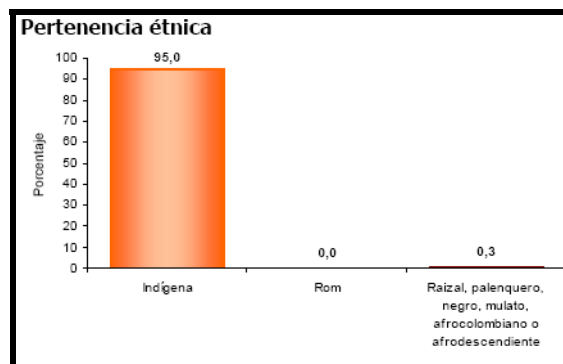
Figura 12. Modulo de personas. Pertenencia Étnica. CENSO general 2005. Perfil Departamento de Córdoba.



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE – CENSO general 2005.

El municipio de San Andrés de Sotavento la población residente se reconoce como indígena y es del 95.0% de los cuales el 60.5% se dedican a la tejedura de productos artesanales en caña flecha.

Figura 13. Modulo de personas. Pertenencia Étnica. CENSO general 2005. Perfil San Andrés de Sotavento-Córdoba.



Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE – CENSO general 2005.

En relación a lo anterior, y dado que la población objeto de la presente investigación es muy numerosa, se realizó encuestas a los principales actores (Cultivadores-artesanos, Empresarios, Estado, Otros) que intervienen en las cadenas productivas de la producción artesanal de caña flecha, utilizando el método de la encuesta tipo entrevista personal, telefónica y vía Internet.

La muestra se determinó así:

Formula: $n = Z^2 \cdot S^2 / e^2$ en donde:

n= Es la muestra o número de datos.

Z= Es el nivel de confianza.

S= Es la desviación estándar.

e= Es el error o diferencia máxima.

Para el caso concreto se trabajó con un 95% de confianza, una desviación estándar de 25 y un error del 5%.

Entonces:

$$n = (1,96)^2 * (25) / (5)$$

$$n = 3,84 * 625 / 25$$

$$n = 2401 / 25$$

$$n = 96,04 = \underline{\underline{96 \text{ Encuestas.}}}$$

De las cuales se deben hacer 76 a Cultivadores-artesanos del municipio de San Andrés de Sotavento, 10 a Empresas privadas, 7 a Otros y 3 al Estado.

6.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para Carlos Méndez,³⁹ “El método de investigación es un procedimiento riguroso formulado de una manera lógica para lograr adquisición, organización o sistematización y expresión o exposición de conocimientos, tanto en su aspecto teórico como en su fase experimental y llegar así a la observación descripción y explicación de la realidad.” Para la investigación se hace necesario tomar algunos procesos de conocimiento o métodos de investigación que permitan adquirir conocimientos para la posterior solución al problema que nos ocupa.

6.3.1 Método de Observación. Según Méndez la observación como procedimiento de investigación puede entenderse como “el proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos definidos generalmente por la conjetura que se requiere investigar.”⁴⁰ Se utilizará este método ya que es de gran ayuda para la recolección de información tanto de los actores involucrados en el proyecto de cadenas productivas

³⁹ Op.Cit. MÉNDEZ. pág. 142.

⁴⁰ Ibid. pág.143.

de caña flecha y del mercado objetivo, que permitirán la realización de los diferentes estudios y diagnósticos necesarios para cumplir con los objetivos planteados en la investigación.

6.3.2. Método Inductivo. Según Carlos Méndez “La inducción es ante todo una forma de raciocinio o argumentación. Por tal razón conlleva un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas. Tiene como objetivo llegar a conclusiones que estén en “relación con sus premisas como el todo lo esta con las partes. La inducción permite al investigador partir de la observación de fenómenos o situaciones particulares que enmarcan el problema de investigación.” ⁴¹ El trabajo de investigación parte de una situación concreta en este caso es la situación actual de los artesanos del municipio de San Andrés de Sotavento y se espera encontrar información a través de estudios técnicos, administrativos, estatales, departamentales y especialmente de mercado para de esta forma analizar la información derivada de dichos estudios para posteriormente utilizar las estrategias para el proceso de la Oferta exportable de artesanías para la Gobernación de Córdoba.

6.3.3 Método deductivo. Según Carlos Méndez “El conocimiento deductivo permite que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelvan explícitas. Esto es, que a partir de situaciones generales se lleguen a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general. Así, de la teoría general acerca de un fenómeno o situación se explican hechos o situaciones particulares.” ⁴² Se buscará encontrar explicación al caso de

⁴¹ Ibíd. pág.144.

⁴² Ibíd. pág.145.

la exportación de artesanías en los pises hispanos que constituye un papel fundamental en el desarrollo económico del país además de una situación explícita como es la Oferta exportable la cual creara una ventaja competitiva a la Gobernación de Córdoba y ayudara al fortalecimiento y competitividad de los productos artesanales del municipio de San Andrés de Sotavento.

6.4 FUENTES PRIMARIAS

Según Carlos Méndez” es posible que el desarrollo de la investigación propuesta dependa de la información que el investigador debe recoger en forma directa. Cuando esto sucede, hablamos de la fuente primaria e implica utilizar técnicas y procedimientos que suministren la solución adecuada.” ⁴³ Para el desarrollo de la investigación se utilizaran las siguientes fuentes observación, entrevista y encuesta.

Las fuentes primarias de información son La Gobernación de Córdoba para la recolección de esta fuente se hace necesario emplear las técnicas de observación como fase inicial al proceso de investigación y la entrevista con los directivos implicados en la investigación con el fin de utilizar esta información y crear los proyectos que fundamentaran el proceso de la Oferta exportable a nivel estatal. La encuesta se utilizara con lo principales actores en la investigación que son los Cultivadores- Artesanos los cuales aportaran su opinión acerca del proyecto de la oferta exportable entre otros.

⁴³ Ibid., p. 153

6.4.1 Análisis de encuestas. El formato de encuesta se encuentra en los anexos (Anexo B). Para el trabajo de investigación se plantearon 96 encuestas las cuales se dividieron en 76 encuestas para Cultivadores-artesanos (Tipo 1), 10 empresas privadas que trabajen con productos en caña flecha (Tipo 2), 7 a otros que podrían ser posibles compradores o distribuidores (Tipo 3) y 3 a instituciones estatales (Tipo 4).

Los parámetros que se tuvieron en cuenta para la elaboración y aplicación de la encuesta fueron los siguientes:



- Las preguntas son sencillas y de fácil aplicación.
- Se tuvo precaución de no hacer preguntas personales que pudieran molestar al encuestado.
- Se empleo un lenguaje sencillo.
- La forma de aplicación que se empleo fue hacer preguntas cuyas respuestas iba anotando el encuestador.
- Las encuestas fueron personales y su duración osciló entre 3 a 5 minutos.
- Las Encuestas a los cultivadores y artesanos fue desarrollada por unos de los pobladores del departamento y enviada vía Internet.
- Las encuestas a las empresas fueron realizadas vía telefónica.

6.4.2 Tabulación de las encuestas. A continuación se presenta el análisis de las respectivas encuestas (Tipo 1- 2- 3 4) cabe resaltar que la ultima pregunta de las encuestas Tipo 1 – 2 – 4 se relacionan entre si ya que conciernen en la opinión de ¿En que país es mas conveniente implementar la oferta exportable de la Gobernación de Córdoba?, al cual se realizara su análisis global al final de la tabulación de todas las encuestas.

6.4.2.1 Encuesta Tipo 1: Cultivadores-artesanos. Se seleccionaron pobladores del municipio de San Andrés de Sotavento los cuales participan en las más importantes transacciones comerciales del departamento en el corregimiento de Tuchin ya que esta es la temporada del año donde más auge de ventas artesanales existe en el departamento. A continuación se presenta las encuestas y su respectivo análisis.

1. ¿Cree usted que los productos artesanales tienen un bajo reconocimiento nacional?

Tabla 5. Reconocimiento nacional de productos artesanales.




Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	76	100,0%	100,0%	
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a los artesano-cultivadores.2007.

De acuerdo con la primera pregunta la información arrojó un total de 76 personas equivalentes al 100% que seleccionaron Si como respuesta, esto concluye que los artesanos-cultivadores están de acuerdo que los productos artesanales tienen una bajo reconocimiento nacional y que esto es un factor importante para no valorar el trabajo artesanal.

2. ¿Considera que la producción artesanal es mal recompensada?

Tabla 6. Recompensa de la producción artesanal.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	66	86,8%	86,8%	
No	10	13,2%	100,0%	
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a los artesano-cultivadores.2007.

De acuerdo con la segunda pregunta se encontró que 66 artesanos-cultivadores equivalente al 86.8% de los encuestado respondió que SI y el 13.2% equivalente a 10 cultivadores-artesanos respondió que NO. Se concluye que existe poco apoyo del Estado, Instituciones públicas y privadas en programas que contribuyan al mejoramiento de la producción artesanal Colombiana. Es importante aclarar que existen artesanos-cultivadores que han tenido oportunidad de participar en eventos y programa pero que no se les paga lo que es por el trabajo artesanal hecho a mano.

3. ¿Considera que el bajo nivel de comercialización de los productos artesanales se debe a la baja inversión en el cultivo de la palma de caña flecha?

Tabla 7. Inversión en el cultivo de la palma de caña flecha.




Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	34	44,7%	44,7%	
No	42	55,3%	100,0%	
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a los artesano-cultivadores.2007.

De acuerdo con la tercera pregunta se encontró que 34 artesanos-cultivadores equivalente al 44.7% de los encuestado respondió que SI y el 55.3% equivalente a 42 artesanos-cultivadores respondió que NO. Se concluye que la mayoría de artesanos-cultivadores cuentan con hectáreas para el cultivo de la palma de caña flecha o se encuentran integrados en programas de parcelas o viveros de cultivos de caña flecha, cabe aclarar que este tipo de programas no cobija a toda la población artesanal y por eso algunos artesanos realizan cultivo con manejo empírico y tradicional.

4. ¿Cree usted que existe apoyo para la comercialización de los productos artesanales en caña flecha en su departamento?

Tabla 8. Apoyo para la comercialización de parte del Departamento de Córdoba.




Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	36	47,4%	47,4%	
No	40	52,6%	100,0%	
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a los artesano-cultivadores.2007.

De acuerdo con la cuarta pregunta se encontró que 36 artesanos-cultivadores equivalente al 47.4% de los encuestado respondió que SI y el 52.6% equivalente a 40 cultivadores-artesanos respondió que NO. Se concluye que la mayoría de encuestados no se sienten apoyadas para la comercialización de sus productos en su departamento, que solo cuentan con el comercio en Tuchin donde es por temporadas del año y por la afluencia del turismo que cada vez va bajando mas por diferentes aspectos (violencia, delincuencia, etc.). Por otra, el otro porcentaje de encuestados venden su productos a distribuidores para exportar lo que hace que les paguen poco por sus productos.

5. ¿Ha realizado intercambio comercial de sus productos artesanales?

Tabla 9. Comercialización de los productos artesanales.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	63	82,9%	82,9%	
No	13	17,1%	100,0%	
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a los artesano-cultivadores.2007.

De acuerdo con la quinta pregunta se encontró que 63 artesanos-cultivadores equivalente al 82.9% de los encuestado respondió que SI y el 17.1% equivalente

a 13 cultivadores-artesanos respondió que NO. Se concluye que la mayoría de encuestados han realizado intercambio comercial con otras poblaciones cercanas a Tuchin y aclaran que es mas viable comercializar entre artesanos de diferentes resguardos. Por otra parte, el otro porcentaje de encuestados no ha realizado intercambio de productos por que deben bajarle el precio y no reciben el costo adecuado del producto artesanal.

6. ¿Conoce la existencia de programas de comercialización nacional e internacional de los productos de caña flecha en su departamento?

Tabla 10. Conocimiento de programas de comercialización nacional e internacional de productos en caña flecha.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	12	15,8%	15,8%	
No	64	84,2%	100,0%	
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a los artesano-cultivadores.2007.

De acuerdo con la sexta pregunta; se encontró que 12 artesanos-cultivadores equivalente al 15.8% de los encuestado respondió que SI y el 84.2% equivalente a 64 cultivadores-artesanos respondió que NO. Se concluye que la mayoría de encuestados desconocen la existencia de programas de comercialización nacional e internacional aclarando que no quieren ser explotados y que nos se les paguen el costo real de sus productos artesanales. Por otra parte, el otro porcentaje de encuestados conocen y han participado en La Feria Artesanal de caña flecha - realizada por FONADE y artesanías de Colombia donde se escogen los municipios y corregimientos que trabajen la caña flecha para buscarles apoyo para la distribución de sus productos.

7. ¿Cree usted que la Gobernación de Córdoba esta capacitada para implementar planes de comercialización internacional?

Tabla 11. Capacitación de la Gobernación de Córdoba para implementar planes de comercialización internacional.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	63	82,9%	82,9%	
No	13	17,1%	100,0%	
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a los artesano-cultivadores.2007.

De acuerdo con la séptima pregunta se encontró que 63 artesanos-cultivadores equivalente al 82.9% de los encuestado respondió que SI y el 17.1% equivalente a 13 cultivadores-artesanos respondió que NO. Esto concluye que la mayoría de encuestados creen en la gestión de comercializar los productos artesanales de la región y que la gobernación esta capacitada para ser apoyada para la puesta en marcha de un plan de exportación. Por otra parte, el otro porcentaje de encuestados reconoce la falta de gestión para incentivar la producción y comercialización artesanal de la gobernación ya sea por falta de apoyo del estado al departamento, o por desconocimientos de los pobladores en este tipo de proyectos.

8. ¿Cree usted que la implementación de una Oferta exportable en la Gobernación contribuirá a mejorar el nivel de vida de su comunidad?

Tabla 12. La implementación de una Oferta Exportable contribuirá a mejorar el nivel de la comunidad.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	75	98,7%	98,7%	
No	1	1,3%	100,0%	
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a los artesano-cultivadores.2007.

De acuerdo con la octava pregunta se encontró que 75 artesanos-cultivadores equivalente al 98.7% de los encuestado respondió que SI y el 1.3% equivalente a 1 cultivadores-artesanos respondió que NO. Esto concluye que la mayoría de encuestados creen en la gestión de una Oferta Exportable que contribuirá mejora el nivel de vida de la población artesanal y gestionara un mayor crecimiento nacional e internacional de los productos artesanales de Córdoba, en cuanto la población este directamente relaciona con el objetivo del Plan de Exportación. Por otra parte el otro porcentaje desconoce el objeto de un plan de exportación.

9. ¿Estaría dispuesto a participar en el proyecto de la Oferta Exportable de la Gobernación?

Tabla 13. Participación en el proyecto de la Oferta Exportable de la Gobernación

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	75	98,7%	98,7%	
No	1	1,3%	100,0%	
Total	76	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a los artesano-cultivadores.2007.

De acuerdo con la novena pregunta se encontró que 75 artesanos-cultivadores equivalente al 98.7% de los encuestado respondió que SI y el 1.3% equivalente a 1 cultivadores-artesanos respondió que NO. Esto concluye que la mayoría de encuestados estarían dispuestos a participar en la Oferta Exportable de la Gobernación de Córdoba en cuanto la población este directamente relaciona con el objetivo del Plan. Por otra parte el otro porcentaje desconoce el objeto de un plan de exportación.



6.4.2.2 Encuesta Tipo 2: Empresas Privadas. A continuación se presenta el listado de empresas a las cuales se les realizó la encuesta y su respectivo análisis.

1. ARTELUNA ARTE Y ARTESANÍAS. (Bogotá.)
2. CESTO DE LOS ARTESANOS. (Bogotá.)
3. ALMACÉN SOLUCIONES. (Bogotá.)
4. ARTESANÍAS BACATA. (Bogotá.)
5. TÍPICOS EL CHOROTE. (Bogotá.)
6. ARTESANÍAS Y DECORACIÓN TOTUMOS & BANQUEZ
7. ARTESANAIS INTY. (Bogotá.)
8. INDUSTRIAS EL GALEÓN LTDA. (Bogotá.)
9. PIEL ACIDA CÁSCARAS DE NARANJA. (Bogotá.)
10. TÍPICOS TAURO. (Bogotá.)

Se seleccionaron empresas que comercializaran nacionalmente como internacionalmente productos artesanales en caña flecha para poder medir la competencia directa de la gobernación en cuanto a la comercialización de dichos productos.

1. ¿Cree usted que los productos artesanales colombianos tienen reconocimiento internacional?

Tabla 14. Reconocimiento internacional de los productos artesanales.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	10	100,0%	100,0%	
Total	10	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a empresarios privados.2007.

De acuerdo con la primera pregunta se encontró que 10 de las empresas equivalente al 100% de los encuestado respondió que SI. Esto concluye que la mayoría de las empresas reconocen que los productos artesanales colombianos tiene una gran acogida en el exterior por su trabajo y calidad.

2. ¿Cree que el sector artesanal colombiano es bien explotado nacionalmente?

Tabla 15. El sector artesanal colombiano es bien explotado nacionalmente.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	4	40,0%	40,0%	
No	6	60,0%	100,0%	
Total	10	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a los empresarios privados .2007.

De acuerdo con la segunda pregunta se encontró que 4 de las empresas equivalente al 40% de los encuestado respondió que SI y el 60% equivalente a 6 empresas respondió que NO. Esto concluye que la mayoría de las empresas reconocen que el sector artesanal no es apoyado y por consiguiente no existe un suficiente reconocimiento en el ámbito nacional. Esto conlleva a que se le pague muy poco a los artesanos por sus productos. Por otra parte, el otro porcentaje están integrados en programas que apoyan al sector artesanal pero que no constituyen un apoyo al artesano en si.

3. ¿Considera usted que existe el apoyo suficiente para el crecimiento de las cadenas productivas artesanales?

Tabla 16. Apoyo para el crecimiento de las cadenas productivas artesanales.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	9	90,0%	90,0%	
No	1	10,0%	100,0%	
Total	10	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a los empresarios privados .2007.

De acuerdo con la tercera pregunta se encontró que 9 de las empresas equivalente al 90% de los encuestado respondió que SI y el 10% equivalente a 10 empresa respondió que NO. Esto concluye que la mayoría de las empresas reconocen que si existe un apoyo a las cadenas productivas pero que se deben implementar para apoyar la gestión del artesano. Por otra parte, el otro porcentaje cree que le falta mas apoyo ya que se esta generando la compra de productos artesanales a muy bajo costo los que hace que se disminuya la producción artesanal en caña flecha.

4. ¿Cree usted que lo productos artesanales en caña flecha cuentan con la calidad suficiente para poder ser exportados?

Tabla 17. Los productos artesanales en caña flecha cuentan con la calidad suficiente para poder ser exportados.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	10	100,0%	100,0%	
Total	10	100,0%	100,0%	

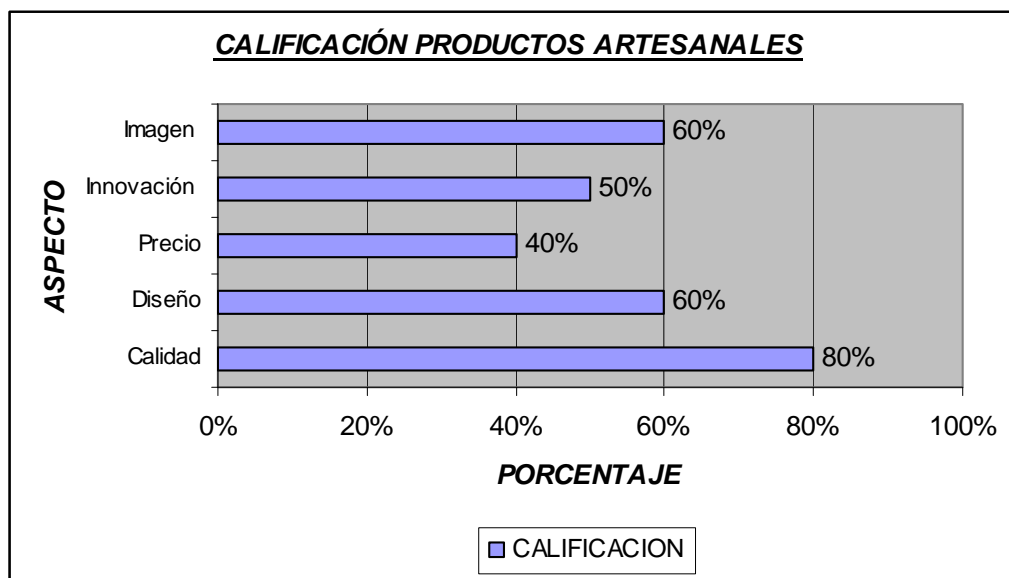
Fuente: Encuestas aplicadas a los empresarios privados .2007.

De acuerdo con la cuarta pregunta se encontró que 10 de las empresas equivalente al 100% de los encuestados respondió que SI. Esto concluye que la mayoría de las empresas reconocen que los productos artesanales en caña flecha son productos de calidad por lo que son trabajados a mano y además por que la

artesanía colombiana es muy apetecida en mercados internacionales.

5. Califique de 1 a 5 los aspectos más importantes de los productos artesanales en caña flecha.

Figura 14. Calificación de 1 a 5 los aspectos más importantes de los productos artesanales en caña flecha.



Fuente: Encuestas aplicadas a los empresarios privados .2007.

Tabla 18. Califíque de 1 a 5 los aspectos más importantes de los productos artesanales en caña flecha.

ASPECTO	PORCENTAJE	Calificación 1
Diseño	20%	2
Calidad	80%	8
Innovación	0%	0
Precio	0%	0
Imagen	0%	0
TOTAL	100%	10

ASPECTO	PORCENTAJE	Calificación 2
Diseño	60%	6
Calidad	10%	1
Innovación	0%	0
Precio	20%	2
Imagen	10%	1
TOTAL	100%	10

ASPECTO	PORCENTAJE	Calificación 3
Diseño	20%	2
Calidad	10%	1
Innovación	10%	1
Precio	40%	4
Imagen	20%	2
TOTAL	100%	10

ASPECTO	PORCENTAJE	Calificación 4
Diseño	0%	0
Calidad	0%	0
Innovación	50%	5
Precio	40%	4
Imagen	10%	1
TOTAL	100%	10

ASPECTO	PORCENTAJE	Calificación 5
Diseño	0%	0
Calidad	0%	0
Innovación	40%	4
Precio	0%	0
Imagen	60%	6
TOTAL	100%	10

Fuente: Encuestas aplicadas a los empresarios privados .2007.

De acuerdo con lo anterior; se puede concluir; que el aspecto mas importante de los productos artesanales en caña flecha es la *Calidad* con 80% de favoritismo con calificación 1 de las diez empresas encuestadas, lo cual representa el grado de importancia que se le da a la calidad de los mismos ya que este sin lugar a dudas es un factor primordial no solo en las artesanías.

En el segundo lugar se encuentra el aspecto del *Diseño* con un 60% con una calificación de 2, lo cual indica que el diseño es parte fundamental en los productos artesanales en caña flecha ya que agregan mayor valor lo cual hace que estas sean más atractivas para los clientes.

En el tercer lugar se encuentra el aspecto de *Imagen* también con un 60% con una calificación de 5, lo que concluye que la imagen es considerada como parte de los productos artesanales en caña flecha pero no es una de los aspectos principales que se buscan al momento de la adquisición de estos productos.

En el cuarto lugar se encuentra el aspecto de *Innovación* con un 50% con una calificación de 4, lo que concluye que es fundamental reconocer la importancia de renovar mediante el lanzamiento de nuevas líneas o juegos de productos con formas diferentes y usos, sin perder la identidad cultural ni el carácter de tradición.

En el quinto y último aspecto se encuentra el *Precio* con un 40% con una calificación de 3, lo que permite concluir que esta clase de productos son de precios asequibles lo que permitirá competir con productos sustitutos tanto en el mercado nacional como en el mercado extranjero.

6. ¿Cree usted que los artesanos podrán cumplir con las expectativas exportadoras de los productos en caña flecha?

Tabla 19. Los artesanos y el cumplimiento de las expectativas exportadoras de los productos en caña flecha.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	8	80,0%	80,0%	
No	2	20,0%	100,0%	
Total	10	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a los empresarios privados .2007.

De acuerdo con la sexta pregunta se encontró que 8 de las empresas equivalente al 80% de los encuestado respondió que SI y el 20% equivalente a 2 empresas el NO. Esto concluye que la mayoría de las empresas reconocen que los artesanos pueden cumplir con la demanda en el caso de exportar siempre y cuando se le ofrezcan los medios adecuados para la elaboración y los incentivos salariales por su elaboración. Por otra parte, el otro porcentaje de encuestados cree que los artesanos no esta capacitados para cumplir con la demanda internacional y para enfrentar grandes cantidades de producción.

7. ¿Considera usted que la implementación de una Oferta Exportable en la Gobernación de Córdoba contribuirá a mejorar el sector artesanal colombiano?

Tabla 20. La implementación de una Oferta Exportable en la Gobernación de Córdoba contribuirá a mejorar el sector artesanal colombiano.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	10	100,0%	100,0%	
Total	10	100,0%	100,0%	




Fuente: Encuestas aplicadas a los empresarios privados .2007.

De acuerdo con la séptima pregunta se encontró que 10 de las empresas equivalente al 100% de los encuestado respondió que SI. Esto concluye que la mayoría de las empresas reconocen la importancia de una Oferta Exportable

desde la parte departamental ya que contribuirá a mejorar la imagen del país en el exterior, el nivel de vida de la población relacionada y fortalecerá el sector artesanal nacional.

8. ¿Cree usted que existe el apoyo suficiente para la implementación de este tipo de proyectos?

Tabla 21. El apoyo para la implementación de un Plan de Exportación.




Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	9	90,0%	90,0%	
No	1	10,0%	100,0%	
Total	10	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a los empresarios privados .2007.

De acuerdo con la octava pregunta se encontró que 9 de las empresas equivalente al 90% de los encuestado respondió que SI y el 10% equivalente al 1 respondió que NO. Esto concluye que la mayoría creen que existe apoyo para este tipo de proyectos en este gobierno, tanto de instituciones privadas como publicas. El restante porcentaje cree que falta interés del gobierno para la implementación y vigilancia de este tipo de proyectos.

9. ¿Considera que este tipo de proyecto es viable para Gobernación de Córdoba?

Tabla 22. Viabilidad de una Oferta Exportable para Gobernación de Córdoba

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	9	90,0%	90,0%	
No	1	10,0%	100,0%	
Total	10	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a los empresarios privados .2007.

De acuerdo con la novena pregunta se encontró que 9 de las empresas equivalente al 90% de los encuestado respondió que SI y el 10% equivalente al 1 respondió que NO. Esto concluye que la mayoría creen viable la implementación de una Oferta Exportable en la Gobernación de Córdoba siempre y cuando existan controles estatales y personal capacitado con la gestión. El restante porcentaje cree que la mayoría de planes se trabajan empíricamente y que la gobernación no se encuentra capacitada para asumir un proyecto de tal magnitud.

6.4.2.3 Encuesta Tipo 3: Otros, posibles compradores o distribuidores. Se presenta a continuación las empresas a las cuales se les aplico la encuesta vía telefónica y e-mail y su respectivo análisis.

1. ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE LA COSTA. (Costa Atlántica)
2. ANAIDA. (Bogotá.).
3. ASOPROAGROS. (Sampues y Palmito- Sucre.).
4. ASOCIACIÓN DE GRUPOS DE ARTESANOS Y ARTESANAS DEL RESGUARDO INDÍGENA ZENÚ DE SAN ANDRÉS DE SOTAVENTO (Córdoba).
5. EXPONEVA LTDA. (Bogotá).
6. CASA ARTESANAL LA CASONA. (México D.F).
7. CASA DE ARTESANOS (Jalisco- México)

Este tipo de encuesta se realizo, con el fin de medir competencia directa en cuanto a las exportaciones y posibles compradores en el extranjero en este caso México D.F.

1. ¿Conoce la existencia de las culturas indígenas en Colombia?

Tabla 23. Conocimiento de la existencia de las culturas indígenas en Colombia.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	6	85,7%	85,7%	
No	1	14,3%	100,0%	
Total	7	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles compradores y distribuidores.2007.

De acuerdo con la primera pregunta se encontró que 6 de las empresas o instituciones equivalente al 85.7% de los encuestado respondió que SI y el 14.3% equivalente a 1 empresas o instituciones respondió que NO. Esto concluye que la mayoría de encuestados conoce la existencia de culturas indígenas colombianas y con esto el conocimiento de las artesanías de dichos grupos. Por otra parte, una casa artesanal en México no conoce de culturas indígenas en Colombia. Lo que indica una oportunidad para exportar y dar a conocer los productos artesanales en caña flecha y la historia y antecedentes de la cultura indígena que los produce.

2. ¿Alguna vez ha exportado o importado artesanías en caña flecha?

Tabla 24. Exportación o importación de artesanías en caña flecha.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	6	85,7%	85,7%	
No	1	14,3%	100,0%	
Total	7	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles compradores y distribuidores.2007.

De acuerdo con la segunda pregunta se encontró que 6 de las empresas o instituciones equivalente al 85.7% de los encuestado respondió que SI y el 14.3% equivalente a 1 empresas o instituciones respondió que NO. Esto concluye que la mayoría de encuestados importa o exporta productos artesanales por ser una oportunidad de reconocimiento y crecimiento del sector. Por otra parte, una casa

artesanal en México no conoce los productos artesanales e indica que es una oportunidad para dar a conocer los productos artesanales en caña flecha.

3. ¿Le gusta comprar y/o distribuir artículos elaborados a mano tales como sombreros, bolsos, pulseras, tapetes, anillos y otros accesorios de la cultura Colombiana?

Tabla 25. Compra y/o distribución de artículos elaborados a mano tales como sombreros, bolsos, pulseras, tapetes, anillos y otros accesorios de la cultura Colombiana.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	7	100,0%	100,0%	
Total	7	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles compradores y distribuidores.2007.

De acuerdo con la tercera pregunta se encontró que 7 de las empresas o instituciones equivalente al 100% de los encuestado respondió que SI. Esto concluye que existe un gran interés por distribuir o comprar artículos en caña flecha, cabe resaltar que entre los encuestados algunos ya exportan artículos en caña flecha pero solo trabajan con limitada gama de productos, ellos resalta la importancia de diversificar la línea de productos en caña flecha.

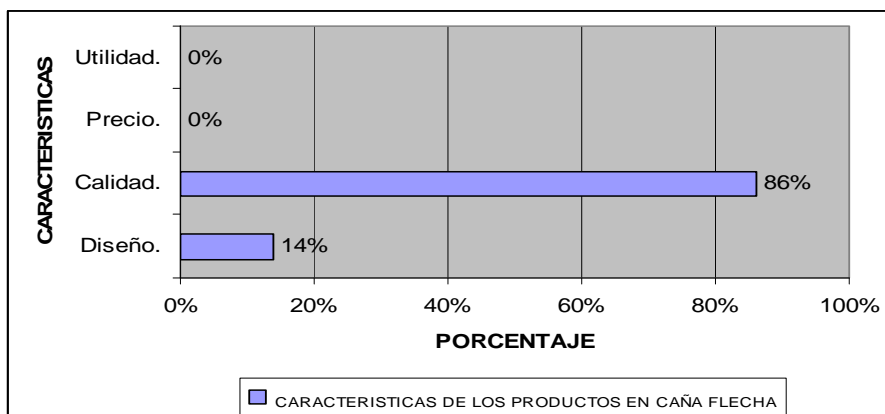
4. ¿Cuáles son las características que busca en las artesanías en caña flecha?

Tabla 26. Características que se buscan en las artesanías en caña flecha.

CARACTERISTICAS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Diseño.	1	14%
Calidad.	6	86%
Precio.	0	0%
Utilidad.	0	0%
TOTAL ENCUESTAS	7	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles compradores y distribuidores.2007.

Figura 15. Características que se busca en las artesanías de caña flecha.



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles compradores y distribuidores.2007.

De acuerdo con lo anterior la principal característica que 6 de las 7 empresas encuestados califico la *Calidad* con un 86% de preferencia, lo que indica que el trabajo hecho a mano constituye un factor de gran importancia en los productos artesanales de caña flecha. Con un 14% se encuentra el *Diseño* lo que corresponde a una (1) empresa de las 7 encuestadas, esto indica que el diseño es una característica única de los productos artesanales en caña flecha por su complejo tejido y continua innovación.

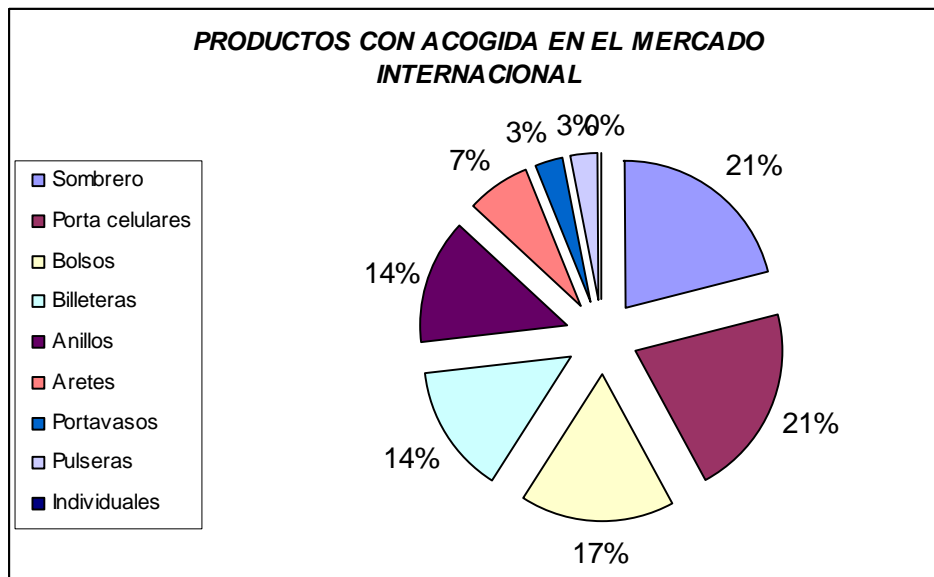
- ¿Cuales son los productos elaborados en caña flecha que creen que tendrían mas acogida en el mercado internacional? Elija más de una opción.

Tabla 27. Productos elaborados en caña flecha que tendrían más acogida en el mercado internacional.

PRODUCTOS CON ACOGIDA	RESPUESTAS	PORCENTAJES
Sombrero	6	21%
Porta celulares	6	21%
Bolsos	5	17%
Billeteras	4	14%
Anillos	4	14%
Aretes	2	7%
Portavasos	1	3%
Pulseras	1	3%
Individuales	0	0%
TOTAL	29	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles compradores y distribuidores.2007.

Figura 16. Productos elaborados en caña flecha que tendrían más acogida en el mercado internacional.



Fuente: Encuestas aplicadas a posibles compradores y distribuidores.2007.

Según lo anterior los productos según las 7 empresas encuestadas son:

Sombrero y porta celular con 21%; lo que concluye la importancia cultural del sombrero vuelto así como de su acogida en el mercado, puesto que es hoy considerado no solo en Colombia sino en el exterior símbolo por excelencia del país y en cuanto al porta celular es considerado un elemento de uso necesario que fomenta la tendencia a la moda artesanal.




En segundo lugar se encuentran bolsos con un 17% de preferencia lo cual indica que este tipo de productos son capaces de competir con productos sustitutos de diferentes materiales como el cuero, lona, etc.

En el tercer lugar se encuentran anillos y billeteras con un 14% de preferencia lo que indica que este tipo de elementos son capaces de posicionarse frente a diferentes productos sustitutos.

En cuarto lugar se encuentra los aretes con un 7% de preferencia lo que indica que este tipo de productos con una estrategia de mercado y promoción podría posicionarse en los mercados extrajeras. Los productos que obtuvieron menor porcentaje de selección que en este caso fueron los porta vasos y pulseras con 1% cada uno lo que indica la falta de reconocimiento de este tipo de productos en el mercado.

6. ¿Cree usted que existen acuerdos comerciales adecuadamente establecidos que incentiven las exportaciones artesanales?

Tabla 28. Existencia de acuerdos comerciales para incentivar las exportaciones artesanales.




Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	5	71,4%	71,4%	
No	2	28,6%	100,0%	
Total	7	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles compradores y distribuidores.2007.

De acuerdo con la sexta pregunta se encontró que 5 de las empresas o instituciones equivalente al 71.4% de los encuestado respondió que SI y el 28.6% equivalente al 2 respondió NO. Esto concluye, que Colombia cuenta con acuerdos que generan oportunidad de exportación apoyado en programas del Gobierno y por instituciones como Artesanías de Colombia. El otro porcentaje de encuestados desconocen de programas de exportación artesanal.

7. ¿Actualmente tiene acuerdos comerciales con alguna empresa artesanal de productos de caña flecha?

Tabla 29. Acuerdos comerciales con empresas artesanales de productos de caña flecha.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	5	71,4%	71,4%	
No	2	28,6%	100,0%	
Total	7	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a posibles compradores y distribuidores.2007.

De acuerdo con la séptima pregunta se encontró que 5 de las empresas o instituciones equivalente al 71.4% de los encuestado respondió que SI y el 28.6% equivalente a 2 respondió NO. Esto concluye, que la mayoría de empresas o venden o compran productos de elaboración artesanal en caña flecha ya sea para vender en el mercado nacional o internacional. Por otra parte el porcentaje restante de encuestados no tiene ningún acuerdo comercial para vender o comprar productos en caña flecha.




6.4.2.4 Encuesta Tipo 4: Estado. La presente encuesta se realizo a tres empresas o instituciones entre las que se encuentran:

1. La dirección de Planeación departamental de Córdoba.
2. Artesanías de Colombia S.A.
3. Secretaria de cultura del Departamento de Córdoba.

Esta encuesta se realizo con el fin de evaluar la viabilidad de la Oferta exportable desde el punto de vista del Estado y de la gobernación de Córdoba. A continuación se presenta las preguntas y su respectivo análisis.

1. ¿Cree usted que falta apoyo en la creación de proyectos artesanales?

Tabla 30. Apoyo en la creación de proyectos artesanales.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	1	33,3%	33,3%	
No	2	66,7%	100,0%	
Total	3	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a instituciones del estado.2007.

De acuerdo con la primera pregunta se encontró que 1 de los encuestados equivalente al 33.3% respondió que SI y el 66.7% equivalente a 2 respondió NO.

Esto concluye, que existe apoyo para este tipo de proyectos, lo que indica que hace la generación de indicadores de gestión y participación de la población a la cual se le enfocara dicho proyecto.

2. ¿Considera usted que un medio de crecimiento del sector artesanal colombiano es la implementación de proyectos de cadenas productivas?

Tabla 31. Implementación de proyectos de cadenas productivas para contribuir al sector artesanal.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	3	100,0%	100,0%	
Total	3	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a instituciones del estado.2007.

De acuerdo con la segunda pregunta se encontró que 3 de los encuestados equivalente al 100% respondió que SI. Esto concluye que la implementación de cadenas productivas genera nuevos oportunidades de crecimiento y mejoramiento de los niveles de vida de las personas involucradas.

3. ¿Considera viable que se apoye la implementación de cadenas productivas artesanales por medio de planes de exportación?

Tabla 32. Apoyo a la implementación de cadenas productivas artesanales por medio de planes de exportación.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	3	100,0%	100,0%	
Total	3	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a instituciones del estado.2007.

De acuerdo con la tercera pregunta se encontró que 3 de los encuestados equivalente al 100% respondió que SI. Esto concluye que la implementación de cadenas productivas genera nuevos oportunidades de crecimiento del sector y genera planes y proyectos para mejorar y madurar aspectos productivos.

4. ¿Cree usted que los artesanos cuentan con la capacidad productiva y competitiva para cumplir la demanda internacional de productos en caña flecha?

Tabla 33. Capacidad productiva y competitiva de los artesanos para cumplir la demanda internacional de productos en caña flecha.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	3	100,0%	100,0%	
Total	3	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a instituciones del estado.2007.

De acuerdo con la cuarta pregunta se encontró que 3 de los encuestados equivalente al 100% respondió que SI. Esto concluye que con apoyo del estado con programas de capacitación se puede fortalecer al artesano para cumplir con la demanda internacional de los productos artesanales.

5. ¿Cree viable la implementación de una Oferta exportable en la Gobernación de Córdoba para productos artesanales de caña flecha?

Tabla 34. Viabilidad de la implementación de una Oferta Exportable en la Gobernación de Córdoba para productos artesanales de caña flecha.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	3	100,0%	100,0%	
Total	3	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a instituciones del estado.2007.

De acuerdo con la quinta pregunta se encontró que 3 de los encuestados equivalente al 100% respondió que SI. Esto concluye que la realización de una oferta exportable es viable para los entes y actores relacionados, apoyando así a la gestión de la gobernación y ligados a los parámetros del Plan nacional.

6. ¿Considera que el plan de exportación nacional contribuye a la implementación de la oferta exportable en la Gobernación de Córdoba?

Tabla 35. El plan de exportación nacional contribuye a la implementación de la oferta exportable en la Gobernación de Córdoba.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
Si	3	100,0%	100,0%	
Total	3	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a instituciones del estado.2007.

De acuerdo con la sexta pregunta se encontró que 3 de los encuestados equivalente al 100% respondió que SI. Esto concluye que la realización de una oferta exportable esta apoyado en lineamientos básicos del Plan Nacional recopilado en la gestión de cadenas productivas y oportunidad de incursión en otros países.

7. ¿Conoce usted algún proyecto de la misma envergadura de la oferta exportable para la Gobernación de Córdoba?

Tabla 36. Conocimiento de un proyecto de la misma envergadura del plan de exportación.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Barras
No	3	100,0%	100,0%	
Total	3	100,0%	100,0%	

Fuente: Encuestas aplicadas a instituciones del estado.2007.

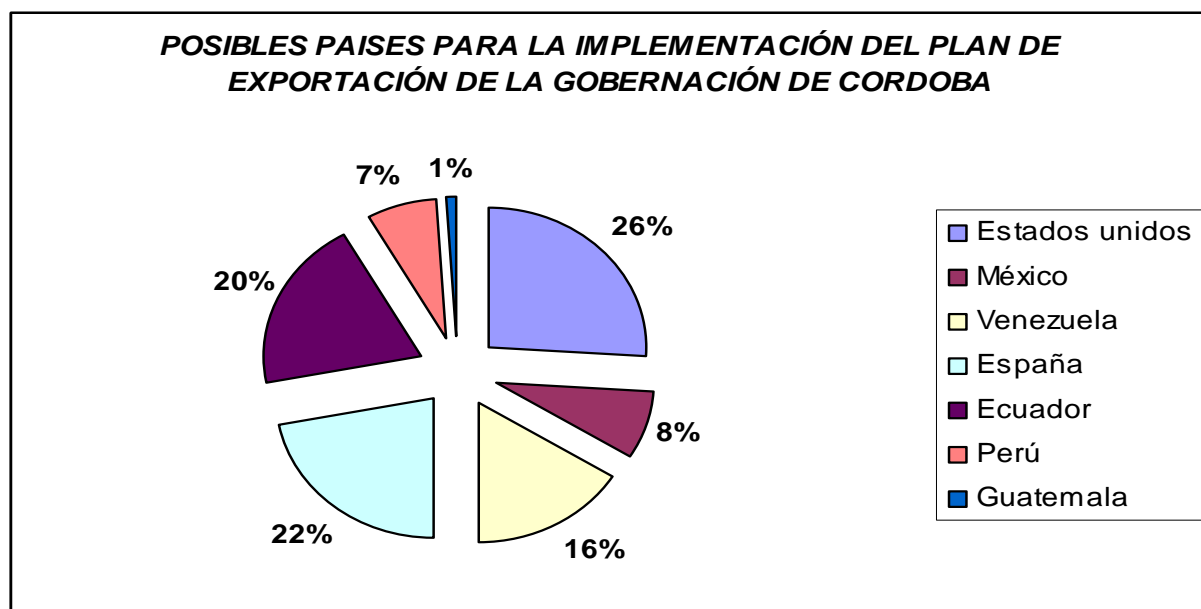
De acuerdo con la séptima pregunta se encontró que 3 de los encuestados equivalente al 100% respondió que NO. Esto concluye la falta de propuestas y gestión de proyectos artesanales en los Planes de Desarrollo departamentales lo que indica el desconocimiento de una oportunidad de desarrollo económico y mejoramiento del nivel de vida de los pobladores.

A continuación se presenta el análisis de la pregunta ¿En que país es más conveniente implementar la oferta exportable de la Gobernación de Córdoba?, la cual va relacionada en las encuestas Tipo 1 - 2 - 4. a continuación se presenta su respectivo análisis.

Tabla 37. País para la implementación de la oferta exportable de la Gobernación de Córdoba.

PAÍSES	RESPUESTAS	%
Estados unidos	23	26
México	7	8
Venezuela	14	16
España	20	22
Ecuador	18	20
Perú	6	7
Guatemala	1	1
Total encuestas	89	100

Figura 17. País para la implementación de la oferta exportable de la Gobernación de Córdoba.



Fuente: Encuestas Tipo 1- 2 -4 ultima pregunta de cada encuesta .2007.

Según lo anterior de las 89 encuestas que equivalen el 100% se analiza lo siguiente:

El 26% que equivale a 23 encuestas están de acuerdo que el país con mayor oportunidad para exportar los productos en caña flecha es Estados Unidos seguido de España con un favoritismo de 22% que equivale a 20 encuestas, Ecuador ocupa el tercer lugar con 20% que equivale a 18 encuestas. Venezuela ocupa el cuarto lugar con un favoritismo del 16% que corresponde a 14 encuestas, seguido de México con un 8%, Perú con un 7% y Guatemala con un 1%.

Se concluye con esto que para la factibilidad de la Oferta exportable de la Gobernación de Córdoba la mayoría de encuestados ve la necesidad de exportar a países desarrollados económicamente como Estados Unidos y España lo que indicaría un mejor desarrollo comercial y una viabilidad de la Oferta exportable de la Gobernación de Córdoba.

6.5 FUENTES SECUNDARIAS

Para Méndez, las fuentes secundarias, es información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido tal información a través de otras fuentes escritas o por un participante en un suceso o acontecimiento.⁴⁴

Con el propósito de obtener información básica escrita sobre el tema de investigación se recurrió a la información presente en libros, enciclopedias, diccionarios, documentos escritos, Internet y revistas sobre temas los indígenas de San Andrés de Sotavento (Córdoba), el proceso de la transformación de la caña flecha, la ubicación geográfica donde se encuentran, como es el comportamiento a nivel nacional de estos productos, que ventajas y beneficios tiene la caña flecha, entorno interno y externo de la Gobernación de Córdoba, los diferentes Proyectos que se han llevado a cabo para beneficiar este tipo de Planes de Exportación.

⁴⁴ Op.cit. MÉNDEZ. Pág. 152.

7. PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA OFERTA EXPORTADORA.

El Marco lógico⁴⁵, es una herramienta para la organización de los temas de un proyecto, ya que permite relacionar en forma sistemática y lógica los objetivos y resultados de un proyecto o programa.

Asimismo, sirve para identificar si se pueden alcanzar los objetivos planteados y definir las hipótesis exteriores al proyecto o programa que pueden influir en su consecución. Los principales resultados de este proceso se resumen en una matriz que describe de forma lógica los aspectos más importantes de un proyecto.

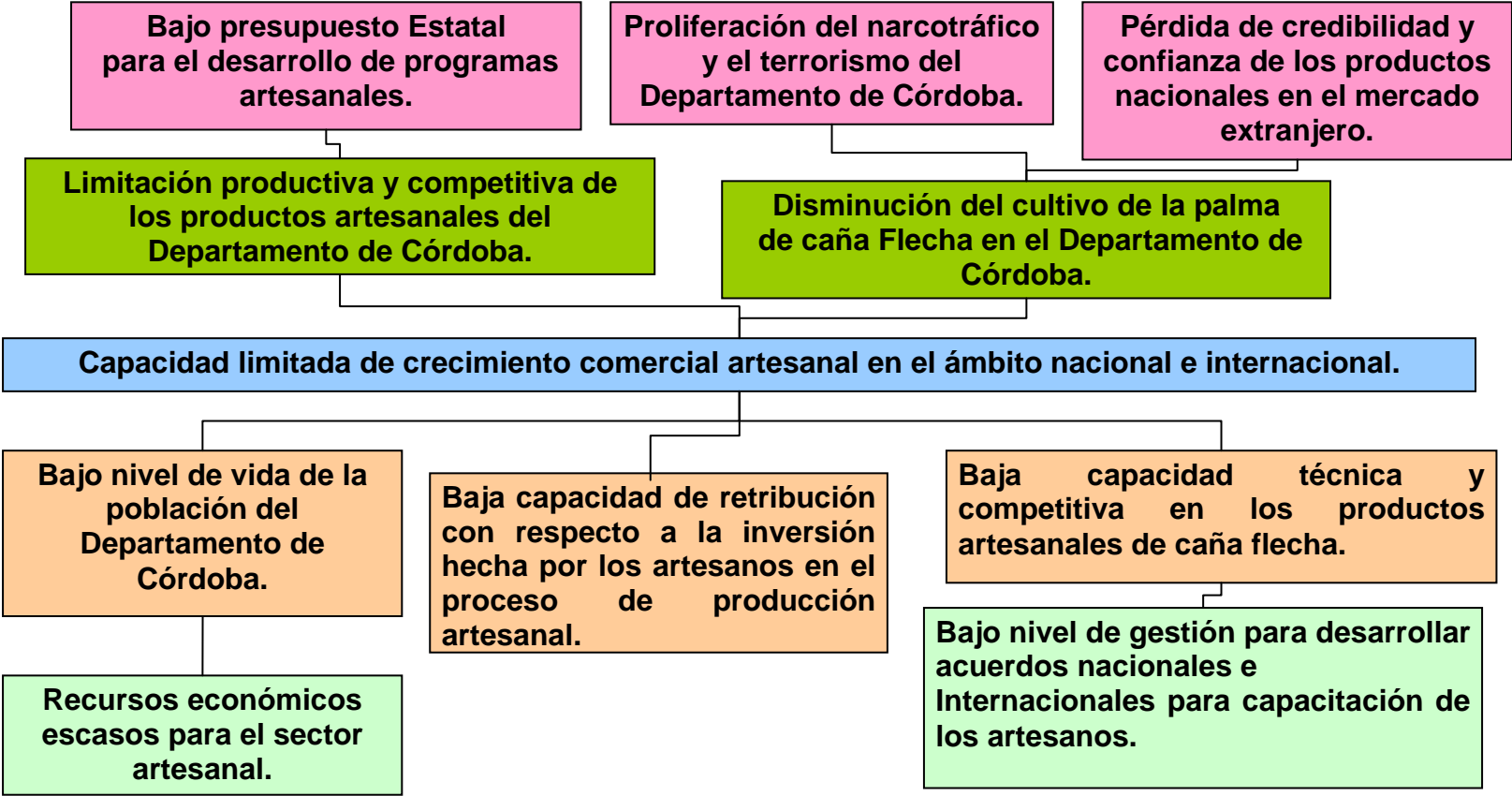
El marco lógico se utiliza tanto durante la preparación de un proyecto o programa como durante su ejecución y evaluación. Además, el marco lógico se utiliza en todas las fases del ciclo: Durante la fase de formulación (identificación y preparación), deberá desarrollarse el marco lógico, sin que pueda pretenderse completarlo totalmente.

El marco lógico ayuda a las personas encargadas de la preparación de un proyecto a estructurar y formular mejor sus pensamientos y a expresarlos de forma clara y tipificada. Por lo tanto es un instrumento que permite ver claramente cómo va a evolucionar la intervención, qué estrategia se va a seguir y qué medios se van a utilizar.

⁴⁵ Tomado de MANUAL DE GESTIÓN DEL CICLO DE UN PROYECTO “ENFOQUE INTEGRAL Y MARCO LÓGICO”. Comisión de las Comunidades Europeas, serie métodos e instrumentos para la gestión del ciclo de un proyecto, publicado el 1 Febrero 1.993. Pág.13.

7.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS

Ilustración 4. Árbol de problemas Matriz Marco Lógica.



Fuente: Realizado en el proceso de investigación por Marcela Ayala y Lisset Peña. Investigadoras

CONVENCIONES

EFFECTOS INDIRECTOS	EFECTOS DIRECTOS	PROBLEMA CENTRAL	CAUSAS DIRECTAS	CAUSAS INDIRECTAS
---------------------	------------------	------------------	-----------------	-------------------

7.2 MATRIZ MARCO LÓGICO

La elaboración de una M.M.L. permite establecer los parámetros por lo cuales se regirá la Oferta exportable de la Gobernación de Córdoba, con lo cual se estableció diferentes variables a las cuales se debe ir dirigido el regimiento y desarrollo del Plan de exportación. A continuación se exponen los objetivos, sus programas y proyectos con los cuales se llevara la puesta en marcha y su respectiva evaluación e impacto. El objetivo de los indicadores, es analizar la gestión de la Gobernación de Córdoba en cuanto a la evolución de la Oferta exportable de los productos en caña flecha y los diferentes programas para mejorar la competitividad y capacidad productiva artesanal del departamento.

Tabla 38. Estructura de Objetivos, Matriz Marco Lógica, Propuesta para la implementación de la Oferta Exportable de productos en Caña Flecha de la Gobernación de Córdoba.

	<u>DESCRIPCIÓN</u>	<u>INDICADORES DE GESTIÓN</u>
<u>1. OBJETIVO</u>	FOMENTAR EMPLEO PARA LOS ARTESANOS DEDICADOS A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DE CAÑA FLECHA.	1.1 VENTAS DE PRODUCTOS DE CAÑA FLECHA / PRODUCCIÓN DE ARTÍCULOS DE CAÑA FLECHA EN CÓRDOBA. 1.2 NUEVAS EMPRESAS DE CAÑA FLECHA EN CÓRDOBA / TOTAL EMPRESAS DE PRODUCCIÓN DE ARTÍCULOS DE CAÑA FLECHA EN
<u>PROGRAMA</u>	Fortalecimiento integral de las cadenas productivas de los artesanos y mejoramiento continuo en el marco de competitividad por medio de establecimientos comerciales nacionales con entidades o instituciones privadas o publicas.	
<u>PROYECTO</u>	Comercialización, distribución y fortalecimiento de las artesanías elaboradas con la palma de caña flecha en el departamento de Córdoba.	
	Estrategia para el fortalecimiento del emprendimiento empresarial y competitividad de las comunidades indígenas artesanos de Córdoba.	

<u>ACTORES</u>	Gobernación de Córdoba, artesanos cultivadores de Córdoba, y posibles compradores.	COLOMBIA.
<u>PRODUCTOS</u>	La gama de productos elaborados con la palma de caña flecha: sombreros, sandalias, bisutería, porta celulares, porta documentos, porta agendas, individuales, etc.	
<u>2. OBJETIVO</u>	CONTRIBUIR A LA FORMACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS QUE APOYEN AL DESARROLLO EMPRESARIAL Y SE CONVIERTAN EN EL MOTOR DE CRECIMIENTO DEL SECTOR ARTESANAL EN EL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA.	2.1 PRODUCCIÓN DE ARTÍCULOS DE CAÑA FLECHA / TIEMPO 2.2 TOTAL DE ASOCIACIONES DE EMPRESAS DE CAÑA FLECHA / TOTAL DE EMPRESAS DEDICADAS A LA PRODUCCIÓN DE ARTÍCULOS EN CAÑA FLECHA.
<u>PROGRAMA</u>	Mejoramiento de la formación educativa para los artesanos que contribuyan al sector empresarial para el crecimiento en el departamento de Córdoba.	
<u>PROYECTO</u>	Métodos de mejoramiento de la productividad y normas de productividad del sector artesanal de Córdoba.	
	Consolidación del trenzado o tejido en caña flecha en los jóvenes mediante el fortalecimiento étnico y cultural.	
	Mejoramiento productivo y competitivo de los artesanos mediante el fortalecimiento y esquemas asociativos.	
<u>ACTORES</u>	Departamento de Córdoba, “Cooperativas, artesanos”, Instituciones estatales de formación técnica (SENA).	
<u>PRODUCTOS</u>	La gama de productos elaborados con la palma de caña flecha: sombreros, sandalias, bisutería, porta celulares, porta documentos, porta agendas, individuales, etc.	
<u>3. OBJETIVO</u>	PREPARAR LA CAPACIDAD EXPORTADORA CON RESPECTO A CONOCIMIENTOS DEL MERCADO QUE APOYEN LA GESTIÓN POR MEDIO DE LA POTENCIALIZACIÓN DE LA OFERTA.	

<u>PROGRAMA</u>	Capacitación de los artesanos de Córdoba enfocado al campo de exportaciones y nuevos mercados.	3.1 N°. DE EMPAQUES ROTOS / NO. TOTAL DE EMPAQUES 3.1 EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE CAÑA FLECHA PRODUCIDA EN CÓRDOBA / TOTAL DE EXPORTACIONES DE PRODUCTOS DE CAÑA FLECHA EN EL PAÍS.
<u>PROYECTO</u>	Mejoramiento y optimización de empaques, diseños de nuevos productos y presentaciones que permitan el ingreso a nuevos mercados.	
	Fortalecimiento de la capacidad productiva y de la calidad exportadora en los productos artesanales de caña flecha en el departamento de Córdoba.	
	Fortalecimiento empresarial, económico y social de los esquemas asociativos de artesanos de caña flecha en el departamento de Córdoba.	
<u>ACTORES</u>	Departamento de Córdoba, Cooperativas, artesanos. Instituciones privadas o publicas en gestión de comercio internacional (PROEXPORT)	4.1 N°. DE ASOCIACIONES EXPORTADORAS DE PRODUCTOS DE CAÑA FLECHA / TOTAL ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CAÑA FLECHA
<u>PRODUCTOS</u>	La gama de productos elaborados con la palma de caña flecha: sombreros, sandalias, bisutería, porta celulares, porta documentos, porta agendas, individuales, etc.	
<u>4. OBJETIVO</u>	CAPACITAR E IMPLEMENTAR EN EL CRECIMIENTO DE LA OFERTA NATURAL DE LA CAÑA FLECHA.	
<u>PROGRAMA</u>	Cultivos de caña flecha para fortalecer la oferta de la materia prima en sector artesanal de Córdoba.	
<u>PROYECTO</u>	Fortalecimiento de los esquemas asociativos al cultivo de la caña flecha dirigido a los artesanos en proceso de exportaciones y entrada a nuevos mercados de departamento de Córdoba.	
<u>ACTORES</u>	Ministerio de Medio ambiente. Instituciones que trabajen proyectos de viveros y parcelas demostrativas. Cooperativas, artesanos y departamento de Córdoba.	
<u>PRODUCTOS</u>	La gama de productos elaborados con la palma de caña flecha: sombreros, sandalias, bisutería, porta celulares, porta documentos, porta agendas, individuales, etc.	
<u>5. OBJETIVO</u>	FOMENTAR ACUERDOS COMERCIALES QUE INCENTIVEN LAS EXPORTACIONES HACIA OTROS PAÍSES.	

<u>PROGRAMA</u>	Incrementar progresivamente la participación y el volumen de ventas de exportación por medio de la ampliación y fortalecimiento de los canales de comercialización de las artesanías colombianas, incentivando los procesos de cadenas productivas.	5.1 No. PRODUCTOS NUEVOS EN CAÑA FLECHA / TOTAL DE PRODUCTOS DE CAÑA FLECHA. 5.2 CRECIMIENTOS DE EXPORTACIONES EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.
<u>PROYECTO</u>	Acompañamiento técnico y diseño de nuevos productos del grupo de artesanos de caña flecha en el departamento de Córdoba.	
	Estrategias para el fortalecimiento de las exportaciones con el fin de mejorar la competitividad de los artesanos del departamento de Córdoba.	
	Esquemas asociativos de artesanos emprendedores del departamento de Córdoba para fortalecer las cadenas productivas artesanales enfocadas a la exportación.	
<u>ACTORES</u>	Departamento de Córdoba, artesanos de productos en caña flecha, Instituciones gubernamentales y privadas.	
<u>PRODUCTOS</u>	La gama de productos elaborados con la palma de caña flecha: sombreros, sandalias, bisutería, porta celulares, porta documentos, porta agendas, individuales, etc.	6.1 UTILIZACIÓN DE MÉTODOS DE MEDICIÓN EN EL MERCADO DE LA CAÑA FLECHA.
<u>6. OBJETIVO</u>	GESTIONAR ESTRATÉGICAMENTE LA INTERNACIONALIZACIÓN PARA LAS CADENAS PRODUCTIVAS ARTESANALES DE CAÑA FLECHA EN EL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA.	
<u>PROGRAMA</u>	Preparar la oferta exportadora que impacten la gestión por medio de una investigación de mercados realizada por los artesanos del departamento de Córdoba y la Gobernación de Córdoba.	
<u>PROYECTO</u>	Generación de competencias en liderazgo y asociatividad para el desarrollo de investigación de mercados por parte de los artesanos de Córdoba, por medio de capacitaciones.	
	Mejoramiento de los procesos y herramientas estratégicas que permitan aumentar la competitividad de los artesanos del departamento de Córdoba frente a productos similares	

	internacionales.	
	Fortalecimiento empresarial y organizacional para el mejoramiento de las cadenas productivas artesanales de Córdoba enfocada a exportar.	
<u>ACTORES</u>	Departamento de Córdoba, artesanos de productos de caña flecha, Ministerio de Comercio, Instituciones estatales y privadas.	
<u>PRODUCTOS</u>	La gama de productos elaborados con la palma de caña flecha: sombreros, sandalias, bisutería, porta celulares, porta documentos, porta agendas, individuales, etc.	
<u>7. OBJETIVO</u>	POTENCIALIZAR LA ESTRUCTURA DE LA PRODUCCIÓN DE LOS PRODUCTOS DE CAÑA FLECHA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA DEMANDA EN MERCADOS INTERNACIONALES.	
<u>PROGRAMA</u>	Establecimiento de una ventaja competitiva en los procesos productivos de los productos de caña flecha del departamento de Córdoba, por medio de innovación de diseños y manejo de materiales como plata, hierro etc, en la elaboración de los productos.	7.1 VENTAS TOTALES DE ARTESANÍAS / COSTO TOTAL DE LA PRODUCCIÓN DE ARTESANÍAS EN CÓRDOBA
<u>PROYECTO</u>	Conocer los costos variables y costos fijos de los proceso de producción de los productos en caña flecha para obtener su maximización.	7.2 PORCENTAJE DE MATERIAL DESPERDICIADO EN PROCESOS ANTERIORES/ PORCENTAJE DE MATERIAL DESPERDICIADO ACTUALMENTE
	Implementación de procedimientos para la maximización de los recursos disponibles para la producción de artesanías en caña flecha del departamento de Córdoba.	
	Estrategias para solucionar cuellos de botella dentro del desarrollo de los procesos de producción de las artesanías de caña flecha en el departamento de Córdoba.	7.3 TOTAL DE CUELLOS DE BOTELLA/ TOTAL DE LA PRODUCCIÓN DE ARTESANÍAS EN CAÑA FLECHA DE CÓRDOBA
<u>ACTORES</u>	Departamento de Córdoba, artesanos de productos de caña flecha, Instituciones estatales y privadas.	

<u>PRODUCTOS</u>	La gama de productos elaborados con la palma de caña flecha: sombreros, sandalias, bisutería, porta celulares, porta documentos, porta agendas, individuales, etc.	
<u>8. OBJETIVO</u>	INVESTIGAR EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO EN EL CUAL SE VA A COMERCIALIZAR LAS ARTESANÍAS EN CAÑA FLECHA DEL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA.	8.1 TOTAL DE COMPRADORES DE ARTESANÍAS DE CAÑA FLECHA EN EL PERIODO x / NUMERO DE EXPORTACIONES DE PRODUCTOS DE CAÑA FLECHA DEL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA EN EL PERIODO x. 8.2 NUMERO DE VENTAS PROYECTADAS DE ARTESANÍAS EN CAÑA FLECHA/ NUMERO DE VENTAS REALES DE ARTESANÍAS EN CAÑA FLECHA.
<u>PROGRAMA</u>	Consolidación de las artesanías en caña flecha del departamento de Córdoba por medio de la innovación en materiales, diseños y tecnología.	
<u>PROYECTO</u>	Investigación y análisis del comportamiento en el mercado al cual va a entrar las artesanías de caña flecha del departamento de Córdoba.	
	Conocimiento legal, político, económico y social de los mercados en los cuales se van a incursionar las artesanías de caña flecha del departamento de Córdoba.	
	Implementación de herramientas estadísticas para realizar proyecciones con respecto a la comercialización de las artesanías de caña flecha del departamento de Córdoba.	
<u>ACTORES</u>	Departamento de Córdoba, artesanos de productos de caña flecha, Ministerio de Comercio, Instituciones estatales y privadas.	9.1 NUMERO DE EMPLEOS NUEVOS PARA ARTESANOS DEL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA / NUMERO TOTAL DE ARTESANOS
<u>PRODUCTOS</u>	La gama de productos elaborados con la palma de caña flecha: sombreros, sandalias, bisutería, porta celulares, porta documentos, porta agendas, individuales, etc.	
<u>9. OBJETIVO</u>	ESTABLECER EL IMPACTO QUE GENERA EL CRECIMIENTO DE LAS APUESTAS PRODUCTIVAS CON RESPECTO A LA ECONOMÍA NACIONAL.	
<u>PROGRAMA</u>	Conocimiento del papel que juega las apuestas productivas en el sector artesanal del departamento de Córdoba, por medio de acompañamiento Estatal.	

<u>PROYECTO</u>	Importancia del desarrollo de las apuestas productivas como fuente de ingreso y generación de empleo en el departamento de Córdoba.	9.2 NUMERO DE PROYECTOS APROBADOS DE CADENAS PRODUCTIVAS/ NUMERO TOTAL DE PROYECTOS PROPUESTOS.
	Creación de métodos de medición para evaluar el comportamiento de las apuestas productivas de las artesanías de caña flecha en el departamento de Córdoba.	
	Incentivos para el apoyo de las apuestas productivas por parte del sector artesanal del departamento de Córdoba.	
<u>ACTORES</u>	Departamento de Córdoba, artesanos de productos de caña flecha, Ministerio de Comercio, Instituciones estatales y privadas.	10.1 NIVELES DE PRECIOS DEL MERCADO
<u>PRODUCTOS</u>	La gama de productos elaborados con la palma de caña flecha: sombreros, sandalias, bisutería, porta celulares, porta documentos, porta agendas, individuales, etc.	
<u>10. OBJETIVO</u>	IMPLEMENTAR UN PLAN DE MERCADEO PARA IMPULSAR LA VENTA DE LAS ARTESANÍAS EN CAÑA FECHA DEL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA	
<u>PROGRAMA</u>	Análisis de herramientas de marketing para implementar en países con afinidad cultural, con apoyo de instituciones Universitarias y Estatales.	10.3 NUMERO DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS CON ÉXITO/ VENTAS DE ARTESANÍAS EN CAÑA FLECHA
<u>PROYECTO</u>	Ingreso de las artesanías en caña flecha del departamento de Córdoba por medio de estrategias para penetrar mercados nuevos.	
	Estudio de precios, competidores, productos sustitutos de las artesanías en caña flecha del departamento de Córdoba.	
	Implementación del proceso administrativo como medio de supervisión para garantizar el éxito de la venta de las artesanías en caña flecha del departamento de Córdoba	10.3 NUMERO DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS CON ÉXITO/ VENTAS DE ARTESANÍAS EN CAÑA FLECHA
<u>ACTORES</u>	Departamento de Córdoba, artesanos de productos de caña flecha, Ministerio de Comercio, Instituciones estatales y privadas.	

<u>PRODUCTOS</u>	La gama de productos elaborados con la palma de caña flecha: sombreros, sandalias, bisutería, porta celulares, porta documentos, porta agendas, individuales, etc.	
<u>11. OBJETIVO</u>	ESTABLECER EL APOYO LEGAL QUE PROPORCIONA EL ESTADO PARA PROMOVER LAS EXPORTACIONES DE LAS ARTESANÍAS EN CAÑA FLECHA DEL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA.	11.1 NUMERO DE EXPORTACIONES DE PRODUCTOS DE CAÑA FLECHA DEL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA/ NUMERO TOTAL DE EXPORTACIONES. 11.2 MEDICIÓN Y VALORACIÓN DE SALARIOS DE LOS ARTESANOS DE CAÑA FLECHA.
<u>PROGRAMA</u>	Conocimiento de los métodos que proporciona entidades como PROEXPORT para exportadores, con el fin de implementar una incursión en el mercado adecuada y provechosa.	
<u>PROYECTO</u>	Descripción de los acuerdos que se han llevado a cabo entre Colombia y los países latinoamericanos con afinidad cultural	
	Investigación de los aspectos legales que influyen en la comercialización de las artesanías en caña flecha del departamento de Córdoba en el momento de ingresar a mercados nuevos.	
	Establecimiento de políticas para la compensación equitativa a los indígenas que producen las artesanías en caña flecha en el departamento de Córdoba.	
<u>ACTORES</u>	Departamento de Córdoba, artesanos de productos de caña flecha, Ministerio de Comercio, Instituciones estatales y privadas.	12.1 N° DE COOPERATIVAS CON NORMAS DE CALIDAD IMPLEMENTADA EN SUS PROCESOS DE ARTESANÍAS DE CAÑA FLECHA /
<u>PRODUCTOS</u>	La gama de productos elaborados con la palma de caña flecha: sombreros, sandalias, bisutería, porta celulares, porta documentos, porta agendas, individuales, etc.	
<u>12. OBJETIVO</u>	ESTABLECER PROCEDIMIENTOS DE ESTANDARIZACIÓN A LAS ARTESANÍAS EN CAÑA FLECHA DEL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA PARA GENERAR COMPETITIVIDAD EN LA ENTRADA A NUEVOS MERCADOS	

<u>PROGRAMA</u>	Minimización de los tiempos de desarrollo de las artesanías en caña flecha para crear productividad en tiempos de entrega de pedidos, y con esto incentivar la integración de nuevos artesanos.	<i>TOTAL DE COOPERATIVAS DE PRODUCTORES DE CAÑA FLECHA DE CÓRDOBA.</i> <i>12.2 TOTAL DE TIEMPOS MUERTOS EN LA PRODUCCIÓN /TOTAL DE ARTESANÍAS EN CAÑA FLECHA TERMINADAS</i>
<u>PROYECTO</u>	Capacitación a los artesanos del departamento de Córdoba para la implementación de normas de calidad en las artesanías en caña flecha	
	Creación de métodos para la maximización de recursos necesarios en la producción de artesanías en caña flecha del departamento de Córdoba.	
	Capacitación para los artesanos enfocado a la eliminación de tiempo muertos durante el proceso de producción de las artesanías en caña flecha	
<u>ACTORES</u>	Departamento de Córdoba, artesanos de productos de caña flecha, Ministerio de Comercio, Instituciones estatales y privadas.	
<u>PRODUCTOS</u>	La gama de productos elaborados con la palma de caña flecha: sombreros, sandalias, bisutería, porta celulares, porta documentos, porta agendas, individuales, etc.	

Fuente: Realizado en el proceso de la investigación por Marcela Ayala y Lisset Peña. Investigadoras.

En la realización de la matriz se identificó un árbol de problemas, el cual se basó teniendo en cuenta el DOFA (véase Pág. 67) donde se recopiló diferentes aspectos del departamento y la Gobernación de Córdoba para así poder construir unos objetivos que den una estructura específica al desarrollo de la propuesta del plan de exportación.

Esta matriz contribuye a la puesta en marcha de la propuesta del plan de exportación, estos objetivos van enfocados a contribuir al desarrollo del lineamiento de Justicia Social del plan de desarrollo de la Gobernación de Córdoba y también apoya la gestión del Plan Nacional de Desarrollo; en el capítulo 4, donde se enfoca en la productividad y competitividad de los sectores económicos.

Con lo anterior, se quiere resaltar dos puntos básicos en los que se enfocó la definición de los objetivos: la importancia de establecer proyectos y planes alcanzables y de pensar en cómo realizarlos o lograrlos. La relación en la que se enfoca la investigación entre los diversos actores no es unidireccional, esta es de ambos sentidos, esto permite un proceso gradual de ajuste en cada uno de los objetivos.

De acuerdo al horizonte de la planeación, ésta puede inscribirse en el corto, el mediano y el largo plazo. En lo que se refiere al plan de desarrollo, tanto la Constitución como la Ley 152/94, rescatan su vocación de largo plazo: aprovechar las potencialidades de desarrollo, transformar o superar los factores que lo amenazan, no suelen ser cuestiones que puedan lograrse en períodos cortos de tiempo. Sin embargo, debe significar el inicio o énfasis de una administración para avanzar en su periodo de gobierno hacia una imagen de desarrollo de largo plazo.

Otro aspecto a resaltar en la investigación y por la cual se baso la misma es la flexibilidad del plan de desarrollo departamental, en el sentido de que los planes pueden ser modificados previo análisis y evaluación de los cambios que se produzcan en el entorno y de los que sean necesarios para articularse con el plan nacional de desarrollo.

Es por esta razón que la investigación se baso en los planes de desarrollo nacional y departamental, ya que se estructuraron en la identificación de problemas específicos, estableciendo así objetivos sectoriales y planteando programas y proyectos a un mediano y largo plazo.

La operación de los proyectos esta asociada a desarrollarse en un periodo de un mediano plazo, donde la primera parte consiste en un estudio de factibilidad, en el se determinan factores carentes en el desarrollo del programa, esto se realiza por medio de la plataforma establecida por al Gobernación de Córdoba para el establecimiento de proyectos productivos y empresariales. En la segunda fase se realiza la operación del proyecto, donde se determinan los beneficios y el objeto mismo del proyecto.

La propuesta de la oferta exportable se desarrolla teniendo en cuenta en lineamiento de Justicia Social el sector artesanal y turístico; resaltando que los planes de desarrollo, tienen un enfoque político y estratégico de largo plazo que indica la existencia de un proyecto de desarrollo deseable y factible y que garantiza la continuidad de la planificación y gestión regional más allá de los cuatro años del período de una administración. En este caso es importante darle continuidad a los proyectos que se consideren importantes adelantar para la puesta en marcha de un plan de exportación, con esto se aclara que la propuesta va enfocada principalmente a apoyar la gestión de la Gobernación de Córdoba a un mediano y largo plazo, teniendo en cuenta los parámetros establecidos por el

Estado, con el fin de incrementar las posibilidades de éxito del plan de exportación.

El Marco lógico es esencialmente estratégico, ya que se determinaron objetivos para el desarrollo del sector artesanal del departamento de Córdoba y se busco una integración de los diferentes actores del proceso productivo y de los diferentes proyectos establecidos en el mismo. En la investigación se hizo necesaria una planificación coordinada, posibilitando que todas las acciones dirigidas al sector artesanal del departamento de Córdoba, puedan asociarse de manera integral, teniendo como elemento principal, los objetivos enfocados en el progreso económico y social del departamento y contribuyendo al mejoramiento del nivel de vida de los pobladores.

Una de las mayores debilidades identificadas durante el proceso de investigación tiene que ver con la falta de interrelación entre departamentos y sus municipios, es por esta razón que se trabaja una relación directa de Nación-departamento–municipio, lo que indica un esquema de representación de cada uno de los delegados o actores, donde se indica la representación de la Nación ante el departamento de Córdoba y de este frente a la Nación y la capacidad del municipio de San Andrés de Sotavento y su disponibilidad para integrar esfuerzos y recursos para la puesta en marcha del plan de exportación.

Con frecuencia, los problemas relativos a una baja capacidad institucional están relacionados con la ausencia de reglas de juego claras y conocidas, para el cumplimiento de ciertas tareas o funciones claves de la administración, es por esta razón que la investigación planteo por cada objetivo, los actores involucrados en cada uno de los proyectos relacionados, con esto se pretende una participación

activa de cada actor, para así obtener una relación directa y activa en la oferta exportable de productos en caña flecha.

Como se mencionaba anteriormente, la Gobernación de Córdoba cuenta con un espacio para la elaboración de proyectos productivos y administrativos, donde se estructura los objetivos, alcances y responsables de los proyectos; para así comprometer a los actores involucrados en los procesos y puesta en marcha de los diferentes proyectos, contribuyendo también a la adecuada asignación de los recursos.

En la investigación se planteo mecanismos precisos para el seguimiento y evaluación (indicadores), los cuales pueden evitar errores y ayudaran a actuar de manera mas eficiente en la etapa de ejecución de los diferentes proyectos para la puesta en marcha del plan de exportación. Estos indicadores permiten comprobar los alcances de las acciones realizadas y sustentar la toma de decisiones acerca de la conveniencia de darles o no continuidad, de redireccionar o ajustar los proyectos planteados en el marco lógico.

Con respecto a los indicadores, numeral 1.1. Y 1.2. estos se encuentran relacionados ya que tienen que ver con la producción de artículos de caña flecha, se espera que con la implementación de la oferta exportable se obtengan un crecimiento del 20% de las ventas de productos en caña flecha aproximadamente en un plazo de dos años.

En el indicador numero 2.1, tiene que ver con la productividad en la realización de artículos en caña flecha, se quiere aumentar la productividad en un 30% en un periodo de dos años con respecto a la producción actual para satisfacer la demanda de nuevos mercados. En 2.2 con este indicador se pretende mantener la

tradición de los artesanos y de las futuras generaciones, por esta razón se quiere aumentar la capacitaciones en un 5% trimestralmente. Para el 2.3. Se quiere incrementar un 4% la integración de artesanos que se dedican a la producción de artesanías en caña flecha en un año para enfrentar la demanda.

En el numeral 3.1 se pretende disminuir en un 5% el total de empaques rotos con el fin de crear eficiencia dentro de los procesos de producción de artesanías en caña flecha, esto va con mayor explicación en el numeral 7.3.4 del presente proyecto.

Para el indicador 4.1 se pretende que un 1.5% de las asociaciones se dedique a la exportación de productos en caña flecha a comparación de los actuales, este porcentaje se observara de manera anual.

En el numeral 5.1 se quiere analizar que un 3% de estilos de los productos en caña flecha sean nuevos o con nuevos materiales, para acaparar un porcentaje mas amplio del nuestro segmentos y cubrir un mayor nivel de necesidades de los consumidores y se observara semestralmente. En el indicador 5.2 se pretende un crecimiento de 2% sobre el total de las exportaciones de manera anual con respecto a los datos de los últimos años.

En el numeral 6.1 se quiere que un 4% se incremente la gestión de análisis de mercados por parte de los actores involucrados en las cadenas.

Para el numeral 7.1 se quiere analizar las ventas totales de las artesanías en caña flecha y se espera incrementar un 1% de forma mensual con respecto a los datos actuales. En el numeral 7.2 se quiere disminuir en un 25% de manera semestral los desperdicios que existe después de la producción de los productos de caña flecha. Y con el porcentaje restante del desperdicio crear programas para la

reutilización en otra clase de procesos. En el numeral 7.3 se pretende con la implementación de la oferta exportable detectar y disipar los cuellos de botella en un 10% para incrementar los niveles de productividad en un lapso de 12 meses.

Con respecto a los indicadores 8.1, 8.2 y 8.3 se quiere analizar el comportamiento de los compradores, la elasticidad de demanda y oferta y las proyecciones realizadas con respecto a las ventas de las artesanías en caña flecha si son las esperadas. Este indicador analizara con un crecimiento en los compradores de 40% anual, y reportando mensualmente los diferentes datos de ventas que se realizan, en caso de que se deba tomar un plan de contingencia si las proyecciones no salen como lo planeado.

Con el indicador numeral 9.1 se pretende analizar el aporte de empleos nuevos que en el proceso de la implementación de un plan de exportación, se espera que sea 3 empleos mensuales. En cuanto al numeral 9.2 se quiere analizar la iniciativa y creatividad de las cadenas productivas con respecto a la propuesta de nuevos proyectos, con respecto a este indicador se espera que los proyectos aprobados alcancen un 40% con respecto al porcentaje que existe en la actualidad en un periodo de un año.

Para el indicador 10.1 se pretende incrementar en un 25% las estrategias de marketing en la comercialización que se haga con respecto a los productos en caña flecha en nuevos mercados en un lapso de un año. Esto con el fin de garantizar que se realiza un análisis profundo con respecto al consumidor, sus necesidades. En el numeral 10.2 se quiere analizar los diferentes niveles de precios que tienen los competidores por medio de la implementación del plan de exportación, se espera puntear la lista de precios más asequibles para el consumidor y el mejor pago para el artesano, se realizara este análisis de forma mensual. En el indicador 10.3 se pretende incrementar el número de actividades

desarrolladas con éxito en un 10% en un lapso de un año, mientras los artesanos enfrentan el comportamiento de las ventas en mercados nuevos.

En el indicador numeral 11.1 se quiere observar la participación dentro de las exportaciones totales, con un crecimiento de 2% en un periodo de un año. Para contribuir con la reactivación económica. Para el indicador numero 11.2 cuando se realice la implementación de la oferta exportable se espera como resultado la adecuada remuneración de los salarios para los artesanos, este indicador se pretende analizar de forma semestral con un incremento de 2.5% del salario actual.

En el 12.1 se intenta que el 10% de las cooperativas implementen en un lapso de un año normas de calidad para estimular la comercialización a otros países, ya que se generara la competitividad dentro de este sector. Con el numeral 12.2. Se pretende disminuir en un 40% los tiempos muertos o aquel tiempo que generen perdidas de la producción de las artesanías en caña flecha en un periodo de un año.

Cabe resaltar que estos indicadores se realizaron basados en los objetivos planteados en el marco lógico, los cuales se estructuraron teniendo en cuenta las especificaciones del lineamiento de Justicia Social del plan de desarrollo departamental, el análisis de la Matriz DOFA y las descripciones de la metodología de un plan de exportación propuesto por PROEXPORT.

Los resultados esperados como primera medida, es el mejoramiento de nivel de vida del artesano, esto hace que se incentive la productividad del sector y de la región. Como segunda medida, es la contribución que se hace en la parte económica al departamento fortaleciendo su estructura económica y

encaminándolo a un manejo y desarrollo competitivo tanto en el mercado nacional como en el internacional.

Se espera que esta propuesta sea puesta en marcha a un mediano plazo, ya la estructura del Plan Departamental es basada en programas que se trabajan de una Administración a otra, se espera que antes del 2010 la propuesta de la oferta exportable sea puesta en marcha.

7.3 PROPUESTA DE PUBLICIDAD PARA LA OFERTA EXPORTABLE DE PRODUCTOS EN CAÑA FLECHA DE LA GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA.

El enfoque más importante de esta investigación fue dado más que todo a contribuir a nivel social en el Departamento de Córdoba, donde la economía de la mayoría de población es fundamentada en el sector artesanal y agrícola. Estos sectores en los últimos años han sufrido turbulencia importantes a nivel tanto departamental como nacional, lo que ha hecho que el nivel de vida del artesano indígena se desmejore y cada vez sea más difícil acrecentar la cultura y las raíces autóctonas de estos grupos indígenas, lo que indicaría un bajo nivel cultural en las próximas generaciones. Es por esta razón y por muchas más analizadas durante el transcurso de la investigación, las cuales hacen parte del fundamento social, económico y cultural del trabajo en mención.

7.3.1 Producto. Los productos que la Gobernación de Córdoba, Municipio de San Andrés de Sotavento, Corregimiento de Tuchin exportara a países latinoamericanos son:

Sombreros, bolsos, tapetes, pie de cama, porta documentos, billeteras, pavas, pulsera, aretes, brazaletes, individuales, anillos, porta celular, diademas, porta vasos, servilleteros y collares.

7.3.1.1 Historia. Realmente el desarrollo económico del Departamento de Córdoba y de la mayoría de sus habitantes esta ligado a la costumbre originada hace muchos siglos en las labores de cestería aborígen, que consiste en combinar de manera armónica las fibras negras y blancas para formar figuras geométricas o pintas. Estos dibujos simbolizan elementos totémicos o religiosos de la cultura Zenú.

Con fibras de iraca, enea, cepa de plátano, caña flecha, junco y bejuco, las manos ágiles de los artesanos, expertos en diversas técnicas de trenzado, elaboran incontables productos de cestería como hermosas canastas, petacas, balayes, cestos, hamacas, petates, esteras y muebles que a su vez son utilizados en el hogar. La planta de caña flecha tiene varias utilidades para el campesino que la cultiva, entre algunas de los beneficios de la planta se puede utilizar el tallo después de florecer la planta, se emplea para cercar las casas; la espiga de la inflorescencia para flechas de pescar; la panoja como elemento ornamental casero al natural o teñida de vivos colores; de las hojas se aprovecha la nervadura central para obtener la fibra para la trenza del sombrero, y su bagazo se da como forraje a las bestias cuando escasea el pasto. Algunos le atribuyen insospechadas cualidades medicinales diuréticas.

La principal materia prima de los productos que se quieren exportar es la palma de caña flecha, la cual es una gramínea tropical aborígen, se cultiva principalmente en terrenos de composición arcillosa y arenosa, ya que esta composición hace que la planta adquiera su mayor crecimiento, desarrollo y propagación. La planta de caña se cultiva con sistemas tradicionales y empíricos en su gran mayoría, sobre todo en la zona noroeste del país, en las veredas de Roma, Costa Rica y el delirio, juntas cubren un área de aproximadamente de 250 hectáreas.

La confección del sombrero es una labor muy apreciada por que parte de los artesanos, esto se deja ver de manera clara, hasta el punto treinta mil indígenas en mas de 72 veredas del resguardo de Tuchin tejen incesantemente, la mayor parte del día, la trenza del sombrero vueltiao.

Luego de un complejo proceso de raspado, pulimento, clasificación, deshidratación, cocción y coloración de la fibra de caña flecha, los artesanos proceden al trenzado, costumbre originada hace muchos siglos en las labores de cestería aborígen, que consiste en combinar de manera armónica las fibras negras y blancas para formar figuras geométricas o pintas. Estos dibujos simbolizan elementos totémicos o religiosos de la cultura zenú

Hoy en día se fabrican además de sombreros, bolsos, manillas, aretes, tapetes entre otros.

La trenza se forma con un número impar de conjuntos de pencas blancas y negras llamadas "pares" o "píes". Esta trama es fundamental para identificar y denominar las diferentes trenzas y calidades de los productos: **7** pares, "**Lica**"; de **11**, "**Pacotilla**"; de **15**, "**Quinciana**"; de **19**, de **21**, de **23**, de **27**... Siendo más fina la de mayor número de pares de pencas.

Es difícil distinguir y caracterizar con acierto una trenza de otra. La **quinciana** se hace con penquitas más anchas y más gruesas y su tejido es uniforme y continuo en su anchura.

Para las trenzas finas se requiere que la fibra o "**palma**" sea procesada por segunda vez: se mete en agua limpia durante media hora y se vuelve a raspar; luego se "ripian" lo más delgada posible (un milímetro aproximadamente) y se trenza igualmente fino.

7.3.2 Ciclo de vida y estrategia de marketing. Teniendo en cuenta el ciclo de vida del mercado, los productos en caña flecha, se encuentran en etapa de crecimiento gracias al reconocimiento del Sombrero Vueltiao como patrimonio cultural de Colombia y teniendo como punto de partida que el Departamento de Córdoba es la cuna del artesano de caña flecha se propone una estrategia de construcción de imagen y marca para esta etapa del ciclo de vida del producto desarrollando publicidad por medio de material POP, crear empaques, etiquetas, desarrollar publicidad virtual y material de exhibición para utilizarlo en diferentes Feria Artesanales.

7.3.3 Características, Usos y funcionalidad. Los productos elaborados en caña flecha son bienes tangibles, que según esta clasificación se encuentran dentro de los bienes de comparación, a los cuales el consumidor quiere comparar con otros, respecto a la calidad, precio. Las características de los productos en caña flecha son elaborados 100% artesanal, producción de piezas únicas, calidad técnica y valor estético, legado cultural, tradicionalidad además la denominación de origen que es reconocida y valorada por el consumidor tanto nacional como extranjero por su valor cultural.

Los consumidores tienen unas ciertas expectativas sobre los productos. Los consumidores esperan que el producto tenga una serie de características mínimas. Por ser productos elaborados a mano cuentan con un manejo de calidad suficiente para satisfacer las necesidades de los consumidores finales.

A continuación se presenta un cuadro que ilustra las características usos y funcionalidades de los productos en caña flecha según línea de producción.

Tabla 39. Características, uso y funcionalidad de los productos en caña flecha.⁴⁶

PRODUCTOS	Bolsos, monederos, porta celulares.	Sombreros, Pavas	Bisutería	Lencería
CARACTERÍSTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Bolso: En forma de mochila, canasto, manos libres, cilindro, en diferentes colores y dimensiones. • Billeteras: Billeteras de 6 X 8 cm. y de 18 cm. x 10 cm. • Porta celular: De 11 cm. de largo por 5 cm. de ancho. • Porta Documentos: tamaño carta 32 x 52 y oficio 37 x 53. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sombreros: De quince, de diecinueve y de veintiuno. • Pava: De 18 cm, de diámetro x 10 cm. de ala. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pulsera: 0.5 cm., de 1,00 cm. y 2.5 cm., pulsera espiral 2,5 cm., pulsera con plata en espiral 0.5 cm., 1 cm. y 2.5 cm. en varios colores. • Aretes: Pequeño de 0.8 cm., arete mediano de 1.00 cm. Arete grande de 1.2 cm., candonga pequeña de 1.00 cm. Candonga mediana de 1.5 cm., candonga grande de 2.00 cm. y arete cilindro de 1.50 cm., en varios colores. • Anillos en diferentes tallas y diferentes colores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cojines: En diferentes estilos de tejido de 50 X 50 cm., 80 X 80 cm. y redondo de 38 cms de diámetro. • Individuales: Juego de individuales ovalado de 44 X 30 cm., redondos de 30 cm. o rectangular de 44 X 30 cm. en diferentes estilos de tejido. • Tapetes: rectangulares, redondos de diferentes dimensiones, diferentes colores y estilos de tejido.

⁴⁶ Tomado de la Pagina Web. <http://www.talleresdearte.com/?p=83>. Talleres de Arte, Información Artesana.2005

<p style="text-align: center;">USOS FUNCIONALIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trasladar los objetos personales de un lugar a otro. • Son utilizados para trasladar los documentos personales de un lugar a otro. • Son utilizados para guardar los documentos y el dinero. • Se utiliza para proteger el celular de caídas y rayones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se utiliza para cubrir la cabeza. 	<ul style="list-style-type: none"> •Elemento decorativo que se suelen poner en las muñecas de las manos. •Elemento decorativo que se suele poner en las orejas. •Elemento decorativo que se utiliza como adorno de los dedos de las manos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proporciona comodidad. • Proteger el comedor en el momento de la cena. • Utilizados por lo común para cubrir suelos y cuyo cometido es preservar éstos del frío. • Utilizados para cubrir suelos al costado de una cama para preservar estos del frío.
--	--	---	---	---

Fuente: Realizado en el proceso de la investigación por Lisset Peña. Investigadora.

7.3.4 Producto Incrementado. Las líneas de productos de bisutería y Lencería se presentaran en cajas decorativas según especificaciones y exigencias de empaque para exportar, además todos los productos, llevaran su etiqueta que describa brevemente el mismo, su origen, cuidados y donde se muestre el logo del proyecto desarrollado por la Gobernación de Córdoba. Los productos tendrán garantía de 1 año por daños en el tejido.

Los productos de caña flecha además de ser 100% a mano son utilitarios por esta razón pueden satisfacer de necesidades de seguridad ya que los productos como sombreros, pavas, cojines, pie de camas, porta documentos, porta celular, porta vasos, proporcionan alojamiento y protección del bienestar físico, también en algunos productos se satisfacen necesidades sociales como es el caso de los aretes, anillos, brazaletes y pulseras ya que estos elementos corresponden a

elementos utilizados por la sociedad, por esta razón son elementos que ayudan a ser parte de un grupo y sentirse aceptado dentro de él.⁴⁷

Los productos artesanales con más aceptación en el mercado nacional e internacional son las artesanías contemporáneas realizadas por los grupos indígenas puesto que son aquellas que se han adaptado a las condiciones de vida, donde la aplicación de principios estéticos se mezcla con elementos originarios para su elaboración. Dentro de los productos de interés para los compradores se encuentran bisutería, artesanías de algodón y decoración, cerámica, caña flecha, arte contemporáneo, marroquinería, carteras, cuero, artesanías de decoración en general, y textiles, entre otros.⁴⁸

Se propone que los productos sean empacados en las cajas de cartón que puesto que este tipo de embalaje ha arroja un beneficio en cuanto a la protección de los productos.

7.3.5 Propuesta del nombre. Es importante aclarar que esta propuesta esta ligado a contribuir con la gestión de la Gobernación de Córdoba, es por esta razón que este proyecto abarca la gestión social y la económica del departamento y de sus pobladores. Este constituye el pilar principal para la propuesta del nombre el cual se denominara: TEJEDORES DE ESPERANZA.

Es por esta razón que se utilizara este nombre para identificar los productos que integren la oferta exportable y el posible Plan de Exportación, lo que indica un mayor reconocimiento al momento de comercializar los productos en mercados internacionales. Además este tipo de estrategias tienden a ser de bajos costos ya

⁴⁷ Tomado de la Pagina Web.www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/18/jerarquia.htm Jerarquía de las necesidades de Maslow. 2005.

⁴⁸ Tomado de la Pagina Web.http://www.gorrión.com/acerca_de_las_artesanias.htm#clasificacion-artesanal. Gorrión Artesanías. 2005.

que se trabajara con una sola marca para las diferentes líneas de productos y facilita la gestión de posicionamiento en los mercados internacionales.

7.3.5.1 Nombre. TEJEDORES DE ESPERANZA abarca connotaciones de índole social, cultural que intervienen directamente en el desarrollo de los planteamientos del plan de desarrollo nacional y departamental. Es por esta razón que el nombre simboliza el surgir de un pueblo ancestral que no se deja vencer de los obstáculos actuales y que con su perseverancia, identidad transmiten de generación en generación los secretos de un arte que cada vez se convierte en identidad patriótica.

7.3.6 Propuesta del logotipo. En el logotipo se manejan dos aspectos importantes de la elaboración de los productos artesanales en caña flecha, el primero y el más importante el artesano, el cual en el logotipo esta tejiendo el nombre con sus manos utilizando la palma de caña flecha y como segundo factor la palma de caña flecha. Otro factor importante en la elaboración de la propuesta del logotipo es el principal producto elaborado en caña flecha, el sombrero vueltiao y el acompañamiento de los colores de la bandera de Colombia lo que trasmite el patriotismo y la imagen del país.

Figura 18. Marca y Logotipo propuestos para la oferta exportable de productos en caña flecha.



Fuente: Diseño realizado por Mario Coronado. Publicista. Agencia, Evis Publicidad.

7.3.7 Diseño. Como se mencionaba anteriormente el diseño de los productos es parte fundamental en el proceso de venta de los artículos. El diseño de los productos en caña flecha es heredado culturalmente de generación en generación, lo que permite mejorar e innovar según las circunstancias pero sin perder la esencia del trenzado, cabe resaltar que en este momento existen instituciones que buscan la diversificación del tejido para así generar mas competitividad y valor.

7.3.8 Propuesta de diseño de etiqueta. En este caso uno de los factores más importantes para la construcción de imagen en el exterior y como un valor agregado en la propuesta es la etiqueta que acompañara el empaque del producto lo que permitirá de antemano identificar a los productores, usos y cuidados que se deben tener en el manejo de esta clase de productos artesanales.

Figura 19. Etiqueta propuesta para la oferta exportable de productos en caña flecha.



Fuente: Diseño realizado por Lisset Peña. Investigadora.

7.3.9 Propuesta de Catalogo de productos. Este tipo de medios son los más factibles para dar a conocer un negocio además ayuda a potencializar y fidelizar a los clientes, mas que todo en nuevos mercado, en este caso se presenta a continuación una estructura del esquema del catalogo que se puede realizar para dar a conocer los productos y su significado cultural.

Figura 20. Catalogo propuesto para la oferta exportable de productos en caña flecha.



Tabla de contenido

Pág.



Origen del tejido de la caña flecha.	3
La palma de caña flecha.	4
Líneas de productos de caña flecha.	5
• Sombreros y pavas.	5
• Bolsos y billeteras.	6
• Porta documentos y porta celulares.	7
• Bisutería.	8
Recomendaciones de uso.	9

TEJEDORES DE ESPERANZA

Trabajando por TUCHIN



Origen del tejido de la caña flecha.



Tuchin, tierra de los indígenas zenues.

La agricultura y el artesanado son las actividades de mayor beneficio económico e incidencia social en el resguardo, que alberga la comunidad que guarda con mayor celo y persistencia la tradición de los Zenues.

Mas de 30.000 indígenas en mas de 7 2 veredas del resguardo tejen incesantemente la trenza del sombrero vultiao, teniendo como materia prima la caña flecha, paralelo a la tejedura se dedican a la cestería.

Desde los tiempos precolombinos los Zenues se han destacado por dinámicos y hábiles comerciantes.

TEJEDORES DE ESPERANZA

Trabajando por TUCHIN



La palma de caña flecha.

La caña flecha es una planta la cual se convierte en materia prima para la elaboración de productos principalmente artesanales y de gran acogida en el exterior.

El nombre científico de esta planta es Gynierium Sagittatum, es una gramínea que se reproduce en el tallo de la planta, se cultiva en su mayoría en la costa Atlántica Colombiana, entre algunos de los corregimientos en los que la caña se cultiva están Escobar y Huertas Chicas, ubicadas en Sampués.

Con la caña flecha se pueden hacer productos tales como sombreros, sandalias, alfombras, cinturones, aretes entre otros

TEJEDORES DE ESPERANZA

Trabajando por TUCHIN



Línea de productos de caña flecha.

Sombreros y pavas



SOBRERO VUELTITO TRADICIONAL.

Ref. 0101: 7

Ref. 0101 11 / 15 / 19

Ref. 0101 21 / 23 / 27



SOBRERO VUELTITO RAYADO.

Ref. 0102: 15



SOBRERO GRANO DE ARROZ.

Ref. 0103: 7

EXISTEN GRAN VARIEDAD DE DISEÑOS



PARA PEDIDOS LLAME AL:

PÁG. 6



PAVAS.
Ref. 0104: 7
Ref. 0104: 15

Bolsos y Billeteras



BOLSO CILINDRO.
Ref. 0201: 7
Ref. 0201: 15



BOLSO MANOS.
Ref. 0202: 7
Ref. 0202: 15

EXISTEN GRAN VARIEDAD DE DISEÑOS, TAMAÑOS Y COLORES

PARA PEDIDOS LLAME AL:

PÁG. 7



BOLSO MANOS.
Ref. 0203: 7
Ref. 0203: 15



BILLETERAS.
Ref. 0204: 7 / 15 / 19 / 23

Porta documentos y porta celulares



PORTA CELULARES.
Ref. 0301: 7 / 15 / 19 / 23



PORTA AGENDAS.
Ref. 0302: 7 / 15 / 19 / 23

EXISTEN GRAN VARIEDAD DE DISEÑOS, TAMAÑOS Y COLORES

PARA PEDIDOS LLAME AL:

PÁG: 8

Bisuteria



ARETES. (CORTOS Y LARGOS)

Ref. 0401: 7 / 15 / 19 / 23



CANDONGA. (ANCHA Y DELGADA)

Ref. 0402: 7 / 15 / 19 / 23



PULSERA. (ANCHA Y DELGADA)

Ref. 0403: 7 / 15 / 19 / 23



PULSERA ESPIRAL(ANCHA Y DELGADA)

Ref. 0404: 7 / 15 / 19 / 23

EXISTEN GRAN VARIEDAD DE DISEÑOS, TAMAÑOS Y COLORES

PARA PEDIDOS LLAME AL:

PÁG: 9



Recomendaciones de uso.

Por ser productos netamente artesanales tejidos a mano tienen un cuidado especial para su uso y manejo adecuado.

A continuación presentamos los principales cuidados con esta clase de productos.

- *No exponer a líquidos directamente.*
- *No acercar al fuego.*
- *Limpiar con paño húmedo.*

TEJEDORES DE ESPERANZA



7.3.10 Calidad. Este tipo de productos cuenta con niveles de calidad que dependen directamente del tejido y el tipo de palma de caña flecha que se emplee para el trenzado, en la mayoría de corregimientos la palma de calidad cultivada es la criolla, la cual ofrece mayor resistencia, fija mejor el color, mas flexibilidad y es mas suave la tacto, esto hace que se mas fácil de manejar y mas suave la tacto. Cabe resaltar que en el certificado de calidad “*HECHO AMAÑO* “(véase anexo A) certifica y reconoce los procesos óptimos del trenzado, la materia prima utilizada en la elaboración de los productos en caña flecha.

7.3.11 Estrategia de Promoción. El objetivo que tiene el proyecto para establecer la estrategia de promoción es dar a conocer los artículos artesanales en mercados latinoamericanos con similitud socio- cultura, económica, de diferentes maneras para que el nivel de compradores aumenten y así establecer una imagen comercial. La estrategia de promoción sería tener un personal adecuado con capacitación exacta con respecto a los productos artesanales, precios, saber que segmento se maneja para cubrir las necesidades del cliente de la forma mas adecuada y elocuente. Además participar dentro de las feria artesanales que se lleven acabo dentro del país el cual se esta exportando, desfiles de moda, programas de decoración con el fin de entrar a otros segmentos y establecer las artesanías en caña flecha como una opción en el momento de decorar la casa, de comprar un detalle en fechas especiales.

7.3.12 Estrategia de Publicidad. El objetivo de la estrategia de publicidad es establecer una marca y logo que impacte a los clientes de una manera elegante y con el cual se identifiquen los artesanos de Tuchin. La estrategia que se desarrollara para dar a conocer los productos artesanales es aprovechar los diferentes medios de tenemos en el mercado, para esto el primer paso que tomamos es el diseño de un logo el cual contamos con la colaboración y asesoramiento de la Agencia Evis Publicidad y donde labora el Señor Mario

Coronado diseñador del logo propuesto para la oferta exportable (véase numeral 7.3.6). Establecer una página Web en la cual se tenga que productos se tienen para la venta, las novedades con respecto al Departamento o plataforma para el ingreso de nuevos proyectos que tengan como finalidad el desarrollo y crecimiento del grupo de artesanos de Tuchin.

7.3.13 Estrategia de Ventas. El objetivo de la estrategia de venta es incrementar el porcentaje de exportación de productos de caña flecha para crear empleos de artesanos del Departamento de Córdoba con el fin de fortalecer el sector artesanal y la participación dentro de la balanza comercial. La estrategia que se va a desarrollar se divide en dos fase la primera es la preventa en la cual se dividirá en la presentación en cuanto a los empaques que no vaya a ser cargada de colores sino que sea elegante y llame la atención, los diferentes estilos para dar opción al cliente en el instante de la venta, la atención al cliente es lo fundamental ya que un cliente que este conforme con el trato que le proporcionaron en el momento de la compra de los artículos artesanales va a volver y posiblemente recomendará con otras personas y la segunda es la post venta, en la primera en la segunda se tendrá en cuenta la garantía que se le dan a los productos que salgan con algún tipo de defecto de producción en el, por lo tanto se le proporcionará seguridad al cliente en el momento de la compra.

7.3.14 Estrategia de Relaciones Públicas. El objetivo de la estrategia de relaciones publicas es dar a conocer a los actores principales de la producción de artesanías de caña flecha y que sea valorado el trabajo el cual han desempeñado por años. La estrategia de relación publicas que se llevara acabo es el manejo de los medios (televisión, radio, Internet, prensa) de tal forma que se de a conocer el producto consiguiendo el apoyo del mayor numero de artesanos, de instituciones que tengan experiencia de entrar en mercados nuevos, del Estado, de los compradores interesados en adquirir productos artesanales.

8. CONCLUSIONES

Concluida la oferta exportadora de productos en caña flecha para la Gobernación de Córdoba, nos permitimos relacionar las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- La estructura planteada en la investigación contribuye a la ejecución de una Oferta Exportable ya que esta completamente relacionada con los diferentes parámetros y lineamientos establecidos por los Planes de Desarrollo Nacional y Departamental, lo que permitirá sustentar su viabilidad y puesta en marcha.
- Se plantearon 12 objetivos principales que apoyan la gestión de la Oferta Exportable con sus respectivos programas y planes para la mejor ejecución y organización del mismo.
- Se plantearon diferentes países como posibles clientes de los productos artesanales del Departamento de Córdoba, enfocando el estudio en unos de los países de mayor Cultura artesanal en este caso México.
- Con esta investigación también se quiso dar a conocer la verdadera situación del artesano del municipio de San Andrés de Sotavento, y con esto proponer una base para el mejoramiento de su nivel de vida, fortalecimiento salarial y desarrollo económico.
- Al analizar los diferentes actores involucrados con la oferta exportable de la Gobernación de Córdoba, se concluyó que la puesta en marcha de este tipo de proyectos cuenta con beneficios tanto económicos, sociales y culturales.

- Los beneficios económicos de este tipo de proyectos se ve reflejado en el desarrollo del sector artesanal colombiano lo que implica un incremento en el valor agregado de los productos artesanales por su trabajo hecho a mano y la utilización controlada de materia prima natural.
- Otro beneficio económico para el departamento de Córdoba es la participación activamente en la productividad del sector artesanal colombiano compitiendo eficazmente frente a otros departamentos con mayor trayectoria comercial artesanal (Sucre).
- También se creo una ventaja competitiva frente a otros municipios que trabajen la misma producción artesanal ya que basara sus proyectos en apertura a nuevos mercados internacionales, lo que permitirá también un sostenimiento en el mercado artesanal.
- Los beneficios sociales es la contribución a la generación de empleo y el mejoramiento del nivel de vida de los artesanos del municipio de San Andrés de Sotavento y del departamento de Córdoba.
- En cuanto a los beneficios culturales de este proyecto, contribuirá al fortalecimiento de las herencias artesanales de los jóvenes del departamento especialmente en el oficio de la tejedura y la participación de cadenas productivas artesanales.
- Por medio de la implementación de la oferta exportable se creo programas para la capacitación y actualización de los artesanos del Departamento de

Córdoba con el fin de que tengan herramientas para enfrentarse a los cambios de la globalización y acuerdos como el TLC.

- Al realizar esta investigación se presentó la oportunidad de aplicar las herramientas adquiridas durante la carrera, especialmente el de estructurar una oferta exportable como un medio de apoyo a los artesanos del departamento de Córdoba para su crecimiento en la entrada de nuevos mercados.
- Con esta propuesta se organiza las actividades de exportación de productos de caña flecha de la Gobernación de Córdoba, Municipio de San Andrés de Sotavento corregimiento de Tuchin.
- Implementar la propuesta en la plataforma de proyectos de investigación productiva y empresarial de la gobernación de Córdoba para así apoyar la gestión del Plan de desarrollo departamental.

9. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que se evalúe lo realizado en la oferta exportadora y que esta en primera medida sea implementada en países con similitudes Económicas, Culturales y Políticas, ya que esto garantizara que se cumplan con los objetivos del mismo.
- Buscar la participación activa del artesano, para con esto incentivar la participación de los diferentes actores involucrados en el proceso de exportación de un bien o servicio.
- Involucrar la participación de Instituciones públicas y privadas, para fomentar la capacitación entre los involucrados en el proyecto.
- Transmitir cultura artesanal a las nuevas generaciones, haciéndoles partícipes de los diferentes programas y proyectos estructurados en la investigación.
- La principal recomendación para el éxito de la oferta exportable es un control periódico de los diferentes actores que comprometen la gestión del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR, Rosa. Proceso de comercialización; En: <http://www.monografias.com>; 28 h; Fecha: 30 - 11 - 2006.

ARTESANÍAS DE COLOMBIA. Censo Económico Nacional Artesanal. Bogotá: Artesanías de Colombia.2001. p.27. Catalogo ExpoArtesanías 2005. Bogotá: Artesanías de Colombia. p.36.

ARTESANÍAS DE COLOMBIA en:
www.artesantiasdecolombia.gov.co/documentos/documentos_pub/Diagnostico_del_sector_artesanal.pdf. 2005.

ARTESANÍAS DE COLOMBIA en:
www.artesantiasdecolombia.com.co/publicaciones.jsp?secNivel1_id=751&secPublicar_id=751.2005.

ARTESANÍAS DE COLOMBIA en:
www.zenuzones.com/zenu2005/catalog/vuelve_feria.php. Zenuzones.2005.

BERNAL TORRES, Cesar Augusto. Metodología de la investigación para la administración y la economía. Santa Fe de Bogota: Pe arzón educación Colombia Ltda., 2000. 259 P.

CARDONA, Antonio Maria. Sinuanidad. Montería: Gobernación de Córdoba. 2002. p.45.

CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL. Desarrollo de las exportaciones de productos artesanales. Ginebra: Centro de comercio internacional, 1998. p.105.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS, Manuel de Gestión del Ciclo de un Proyecto “Enfoque Integral y Marco Lógico”, serie métodos e instrumentos para la gestión del ciclo de un proyecto, 1 Febrero 1.993. p.135.

DEPARTAMENTO DE PLANEACIÓN NACIONAL, MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. Guía para la formulación de los planes de desarrollo municipales; División de Inversiones y desarrollo territorial. Pág. 313. Bogota.

DELGADO C. La influencia de la cultura en la conducta del consumidor, S. N. Caracas 1990.

EL TIEMPO en: www.eltiempo.terra.com.co/naci/cari/2005-07-11/articulo-web-nota_interior-214_2043.html.. 2005.

GOBERNACIÓN DE CÓRDOBA en: www.cordoba.gov.co/cultura/vueltiao/. Gobernación de Córdoba. 2005

GUILTINAN, Joseph P. Gerencia de Marketing Estrategias y Programas. Colombia: MC Graw Hill, 1998. p.470.

GUIZAR M. Rafael. Desarrollo organizacional: Principios y aplicaciones. Colombia: Mc Graw Hill. 2000.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Tesis y Otros Trabajos de Grado. Bogotá: ICONTEC, 2007.p.112.

LA ENCICLOPEDIA LIBRE en:

www.es.wikipedia.org/wiki/Relaciones-Publicas..2005.

LONDOÑO FRESIA, Julio Cesar. Plan de Manejo Ambiental: Palma de Caña Flecha; Proyecto para el mejoramiento de la competitividad del sector artesanal. Convenio FIDUIFI- Artesanías de Colombia- FOMIPYME. Pág. 10-45. Bogota

MALHOTRA, K Naresh. Investigación de Mercados Un Enfoque Practico. México: Prentice Hall, 1998.p. 890.

MELO, Jorge Orlando, "De la nueva historia a la historia fragmentada: La producción histórica colombiana en la última década del siglo", Boletín cultural y bibliográfico, Biblioteca Luís Ángel Arango, Vol. XXXVI, Numero 50-51, 1999.

MÉNDEZ, Carlos Eduardo. Metodología. Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas. Colombia: MC Graw Hill Interamericana, 2001 p.246.

MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO .Ley del Artesano. Bogotá. Bogotá: Artes co, 1984. p.15.

MORALES PÁRAMO, Dagoberto. Monografía, culturas organizacionales orientadas al mercado. Bogotá. 1998

PARRA, Javier, Los Artesanos Colombianos;

En:http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2008868/lecciones/capitulo_2/cap2lecc2_3.htm

PLAN DE DESARROLLO NACIONAL 2006- 2010. Estado comunitario para todos; Gobierno Nacional; Capítulo 4; Crecimiento alto y sostenido: la condición para un desarrollo con equidad: consideraciones macroeconómicas. Pág. 242

PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA en:

www.presidencia.gov.co/sne/2004/septiembre/10/02102004.htm. 2006.

REVISTA DINERO en: www.dinero.com/ArticuloView.jsp?d=2192&&edicion=158.
Revista Dinero. 2005.

REVISTA DINERO:

www.dinero.com/dinero/ArticuloView.jsp?id=2192&&edición=158. 2005.

SERRANO, Humberto. Mercados y clientes pasó a paso. Colombia: Artesanías de Colombia, 2000.p.120.

SERPA ESPINOSA, Roger. Los Zenúes Córdoba Indígena Actual. Montería: Gobernación de Córdoba, 2000. p.147.

TORREGOSA, Rafael. Planeación: estructura en:

www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/comdotecnia.Gestiopolis.
2005.

VILLASMIL, Jonathan. Mercadeo Estratégico. Plan de Mercadeo en:
www.monografias.com.. Monografías.2005

ANEXOS

ANEXO A. SELLO DE CALIDAD HECHO A MANO



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia s.a.



CONVENIO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL
ARTESANÍAS DE COLOMBIA-ICONTEC
Subgerencia de Desarrollo
Centro de Diseño para la Artesanía y las Pymes

SELLO DE CALIDAD HECHO A MANO



REFERENCIAL
NACIONAL DE TEJEDURIA

Capítulo Tejeduría en Cañaflecha, Resguardo Zenú

REFERENCIAL NACIONAL DE TEJEDURIA

Capítulo Tejeduría en Caña flecha, Resguardo Zenú San Andrés de Sotavento¹

El proceso de producción en el oficio de la tejeduría en caña flecha se divide en tres partes:

- Extracción y preparación de la materia prima
- Tejeduría de la trenza
- Armado o cosido de los productos.

En el oficio de la sombrerería y tejidos en caña flecha las labores se han especializado: un grupo se dedica al cultivo, recolección y extracción de la fibra, otro grupo procesa y teje la trenza y un último grupo cose o construye las piezas; en su mayoría los artesanos conocen los procesos, pero es el costurero quien particularmente debe dominarlos pues su labor lo requiere.

I. Extracción y preparación de la materia prima

La fibra de caña flecha se extrae de la palma conocida con el mismo nombre (*Gyneryum sagittatum*). De esta palma se conocen tres variedades la cuales proporcionan diferentes calidades de fibra.

- La palma criolla, que se cultiva principalmente en las zonas de Córdoba y Sucre, de esta palma se extrae una fibra de aproximadamente 60 cm, de tacto suave y flexible, y permite un rpiado muy fino.
- La palma martinera, se cultiva en el departamento de Antioquia, la fibra que se obtiene de esta variedad es rígida quebradiza y es mas larga, no permite un rpiado fino, razón por la cual la trenza que se teje con esta fibra es mas ancha que la trenza que se teje con palma criolla.
- La palma costera: es la que crece en zonas de quebradas, ríos y orillas del mar, es muy quebradiza y no es resistente para el trenzado con temperaturas altas; este tipo de palma no es muy utilizada por los artesanos pues la calidad del producto final es deficiente.

Los pasos que se siguen en el procesamiento de la caña flecha son los siguientes:

1. Corte: después de 6 meses de sembrado el colino, la palma produce fibra adecuada para el trabajo artesanal, en la primera recolección se cortan 4 hojas, 2 de cada lado, después de 15 días se pueden recolectar nuevamente 4 hojas y así sucesivamente hasta que termina la vida útil de la palma, aproximadamente un año, en este tiempo la planta florece o "banderea".
2. Desvarite o despaje: proceso que consiste en retirar la nervadura central de las hojas.
3. Raspado: proceso con el cual se retira la capa vegetal de las hojas, empleando un cuchillo de filo medio se procede a retirar la capa superficial de las hojas, el procedimiento se realiza colocando una zapatilla en la pierna sobre la cual se coloca la fibra y con el cuchillo se hace el raspado de las hojas; este procedimiento se repite cuantas veces sea necesario hasta que la fibra quede completamente suave, este proceso es una determinante de la calidad de la fibra, si la trenza es muy gruesa y quebradiza se tejió con cinta mal raspada.

¹ Documento elaborado por los artesanos del Resguardo Zenú, Mayo 8, 9 y 10 de 2003



4. Selección de la fibra: antes de realizar el tejido se seleccionan las cintas, aquellas que presenten manchas son tinturadas, las que no se blanquean.
5. Blanqueado: se realiza con caña agria o con naranja agria. Se pila o tritura la caña agria, posteriormente se exprime en el agua y se sumerge en la misma, se introduce en el recipiente la caña flecha y se coloca más caña agria encima durante un período de 12 horas (una noche en promedio). Posteriormente la caña flecha se extiende al sol de 2 a 3 días.
6. Tinturado: para este proceso se selecciona barro cuyo color sea negro intenso y que no presente suciedad, una vez seleccionado el barro se refuerzan sus propiedades tintóreas agregando sustancias como: petróleo, divi-divi, concha de plátano y otros componentes, que pueden variar de acuerdo al conocimiento de los artesanos. Los artesanos normalmente tienen un recipiente especialmente destinado a la preparación del barro el cual es empleado durante largos períodos de tiempo. El proceso de tintura consiste en introducir la fibra dentro del barro por 24 horas, se saca y se cocina con bija durante 2 horas, el proceso se repite 2 o 3 veces para obtener un buen color negro. La fibra no puede permanecer por más de tres días en el barro porque se deteriora. El tinturado es ideal hacerlo sobre la fibra riplada, pero en muchos casos se hace sobre la trenza ya tejida, lo que arroja resultados aceptables, pues el color no registra bien y la trenza se deforma. El tinturado con bija y con otras plantas vegetales se realiza introduciendo la fibra en agua con la planta tintórea y llevando a ebullición durante 2 horas.

II. Tejeduría de la trenza

El trenzado es el entrecruzamiento de las fibras ripladas de caña flecha. La trenza que se realiza en esta fibra, es una trenza plana que varía en el número de cabos, cintas o "pies" en que se teja, de tal manera que a mayor número de pies mas fino el riplado y mas tupido el tejido. De la "pinta" o el dibujo que lleva la trenza depende el número de pies y la disposición de las fibras blancas y de color.



La fase del tejido de la trenza es una de las determinantes del tipo o la calidad del producto final. Al referirse al tipo se habla de el número de pares que tiene la trenza, que va desde 7 hasta 27, los productos comerciales generalmente se realizan en trenza "quinciana", es decir 15 pares.



Con las trenzas de número par de pies se realizan figuras geométricas como "M" y diagonales. Con las trenzas de número impar se realizan las pintas del sombrero tradicional.

1. Ribete: Se considera ribete a las trenzas que van desde 7 hasta 13 pies que tradicionalmente se utilizaba para el remate del sombrero, se clasifica en ribete tradicional y comercial.



- 1.1. Ribete tradicional: Es aquel que lleva 11 **palmas** y se usa como remate en la parte final del ala del sombrero tradicional. Este ribete se realiza por encargo.
- 1.2. Ribete comercial: Es la trenza que se teje desde 7 hasta 13 pares de pies. Es la diversificación del ribete tradicional y se utiliza para elaborar desde monederos hasta tapetes; comercialmente se elabora en 11 pares.
2. Trenza quinciana: Es la trenza tradicional y comercial, se elabora con 15 pares de pies, es decir 30 fibras, existen dos calidades dependiendo del ancho de la cinta empleada, quinciano fino o quinciano basto.



3. Trenza 16 pares de pies: Trenza que se teje empleando 16 pares de fibra.



Trenza de 16 pares denominada "M"

4. Trenzas 17-19-21-23-27 páres de pies: se consideran tejidos especiales que son elaborados únicamente por encargo utilizando fibras finamente rípiadas; a mas pares de pies mas fino, tupido y flexible el tejido.

III. Costura

El proceso de la costura es aquel en el que se unen las trenzas para construir el producto. Las costuras del producto se hacen a máquina en puntada recta, con hilo del color de la trenza, el cual se debe cambiar y adecuar al color de esta, el hilo empleado debe ser de parejo, firme y con buena resistencia.

Antes de empezar la costura la trenza se debe someter al planchado que es el proceso que aplan y brinda flexibilidad y brillo la trenza. Se realiza sobando varias veces la trenza con una piedra lisa o una botella. Este proceso en algunas oportunidades también se hace después de armada la pieza para darle forma y estructura.

Se encuentran tres tipos de costura:

- 3.1 Costura Plana: proceso en el cual las trenzas se cosen paralelamente de acuerdo a las dimensiones de la pieza. Para la elaboración de las piezas, en algunos casos, es necesario hacer molde con las medidas y características del producto.



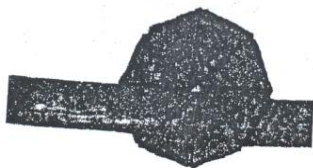
3.2 Costura en Espiral: proceso en el cual se cose una trenza continua y se construye desde el centro hacia fuera. Este tipo de costura se elabora para piezas circulares como bolsos, sombreros, cojines y tapetes entre otros.

3.3 Costura sombrero vueltiao

El sombrero vueltiao requiere un proceso particular de producción, el cual inicia desde el trenzado siendo el principal requerimiento que la trenza es continua

3.1 Costura Sombrero vueltiao: existen dos clases de sombrero vueltiao. El denominado de "uso" y el sombrero especial. Los sombreros de uso se elaboran con trenza hasta de 15 pares de pies, los sombreros especiales se hacen sobre pedido y son de 19 pies o pares en adelante. El sombrero vueltiao consta de 3 partes:

3.1.1. Plantilla: El proceso de costura del sombrero vueltiao inicia en la plantilla, con el armado a mano de la horma, que es una figura geométrica que tiene de 6 a 10 lados (puede ser de un solo color o combinada). Luego se inicia el proceso de costura en espiral, cosiendo una vuelta negra, una blanca, una vuelta de peine o pinta, una vuelta negra, una blanca, en la sexta vuelta, que debe ser negra, se quiebra el tejido, para iniciar la encopadura.



Detalle de la horma con que se inicia la plantilla del sombrero, en este caso se trata de una figura geométrica de 8 lados y un solo color.

3.1.2. Encopadura: una vez quebrada la vuelta negra de la plantilla se inicia a coser las vueltas de la encopadura así:

- 1 vuelta blanca
- 4 o 5 vueltas con pintas
- 1 vuelta blanca
- 1 vuelta negra en donde nuevamente se quiebra para empezar a coser el ala del sombrero

3.1.3. Ala: una vez quebrada la última vuelta de la encopadura, se procede a coser el ala, que consta de 10 u 11 vueltas de la siguiente forma:

- 2 vueltas negras
- 2 vueltas blancas
- 1 vuelta negra
- 1 vuelta blanca
- 1 vuelta en medio peine
- 1 vuelta negra
- 1 vuelta blanca
- 1 vuelta en peine cierre

Se cierra el sombrero con ribete negro no empinado.

La anterior es la disposición de las trenzas y las pintas que tradicionalmente caracteriza al sombrero vueltiao, otro tipo de combinaciones no se denominarán de esta manera.



El “sombrero veltiao” es el producto tradicional que caracteriza el Resguardo Zenú, en el proceso de costura se debe tener en cuenta el encogimiento y “cotejao”: Al coser la trenza esta se va encogiendo para ir dando la forma, y a su vez se van cotejando las pintas de tal manera que estas y los pegues queden completamente alineados. El “sombrero veltiao” no se trenza por metros, sino por sombrero.

IV. Acabados

1.1 Acabados intermedios:

- 1.1.1 Planchado: Proceso anteriormente descrito, en el cual se aplana la trenza con la ayuda de una botella y se le saca brillo, este procedimiento es definitivo para la calidad final del producto, en el caso del sombrero veltiao la trenza debe ser planchada por ambos lados.
- 1.1.2 Descabado: Proceso que se debe realizar durante el cosido de los productos, y que consiste en retirar los “mochos” o sobrantes en la superficie de la trenza.

1.2 Acabados finales:

- 1.2.1 Doblado de la trenza: En el corte final, la trenza debe ir doblada, pues se ven las puntas y esto resta calidad al producto terminado. En el sombrero veltiao es común que no se realice este procedimiento sin que esto afecte la calidad, por tratarse de un producto con un proceso de elaboración particular.
- 1.2.2 Despeluzado: Proceso que consiste en retirar los hilos o restos de fibras sueltas en el producto terminado.

V. Determinantes de calidad

Para tener un buen control de calidad del producto artesanal de caña flecha se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

En el proceso de tejido de la trenza:

- ✓ La fibra de caña flecha debe estar bien ripeada y los pies o pares que componen la trenza deben ser parejos y los mismos a lo largo del todo el tejido.
- ✓ Se debe tinturar la fibra antes de elaborar el tejido para que el color sea parejo
- ✓ La superficie de la trenza debe ser lisa y pareja, sin fibras sueltas o saltos en el tejido.
- ✓ El ancho de la trenza debe ser parejo, no debe tener partes más anchas o angostas.
- ✓ El tejido debe ser compacto no debe permitir estirarse ni ensancharse con facilidad. Esto es determinado por la tensión del tejido y si esto se controla el ancho de la trenza será el mismo en toda su longitud.
- ✓ La trenza debe ser flexible y suave y tener un brillo, características que se obtienen después de un procedimiento adecuado de blanqueado, tintura y planchado o sobado
- ✓ Los empalmes de fibras no deben ser notorios.
- ✓ El color de la trenza debe ser el mismo en toda su longitud
- ✓ Los diseños de la trenza deben ser homogéneos.
- ✓ No se admiten trenzas irregulares, con huecos o que presenten superficies abombadas.

En el cosido:

- ✓ La puntada debe ser uniforme en toda la extensión de la costura, no se deben observar saltos en la misma
- ✓ El color del hilo debe ser el mismo del color de la trenza que se está cosiendo, aunque el "sombrero vueltiao" lo cosen con hilo blanco, pero no debe haber trenza blanca cocida con hilo negro o viceversa.
- ✓ Las costuras deben ser parejas tanto por el derecho como por el revés del producto, no deben haber nudos de hilo por ninguno de los lados.
- ✓ La costura debe ser apretada, pues si esta está suelta el producto se puede descoser.
- ✓ La superficie de la tranza, así como la superficie del producto después de cosido, deben ser completamente planas.
- ✓ No se debe observar doble costura o costura repisada

El producto:

- ✓ Las dimensiones del producto deben ser exactas, si es un rectángulo o un cuadrado la medida de un lado debe ser igual a la de su opuesto.
- ✓ Las líneas de sus lados son rectas, no deben estar curvas ni onduladas.
- ✓ En el caso de las alfombras estas deben ser planas, no se deben encocar o embombar. Las alfombras se contraen un poco cuando son empacadas pero al tenderlas en el piso se deben ir aplanando poco a poco
- ✓ El producto, la trenza ni la fibra de caña flecha se debe almacenar en calor húmedo, ni expuesto directamente a la luz del sol
- ✓ El "pegue" o unión de trenzas cuando son de un mismo color no debe ser notorio
- ✓ No se debe observar fibras sueltas o flojas.
- ✓ En la unión de dos colores diferentes, se observa el entrecruzamiento, lo cual no constituye un defecto sino una característica del producto.

Para los productos que tienen forro se debe tener en cuenta:

- ✓ El forro no debe estar fruncido o arrugado
- ✓ El color empleado para el forro debe adecuarse al color de la trenza.

Para el ribete o cierre de los productos:

- ✓ El ribete debe ser preferiblemente en trenza
- ✓ Al emplear otros materiales se debe tener en cuenta que éste sea adecuado al color y forma del producto
- ✓ Debe ser parejo a lo largo de la extensión del producto
- ✓ No se debe observar el inicio ni el remate del ribete
- ✓ El ribete es mas ancho en la parte de abajo a atrás de los productos
- ✓ El color empleado para el forro debe adecuarse al color de la trenza.



Glosario

- Banderea: Término empleado para describir el florecimiento de la palma de cañaflera, etapa en la cual culmina la vida productiva de la misma.
- Colino: término empleado para denominar los hijuelos o retoños de la palma.
- Zapatilla: Trozo de cuero que el artesano coloca sobre su pierna para realizar el raspado de las hojas de la palma
- Pinta: Figuras geométricas que se tejen tradicionalmente en las trenzas que caracterizan al sombrero vueltiao.
- Pies: Término empleado para denominar los cabos que conforman una trenza
- Horma: Figura geométrica que se elabora como inicio de los productos que se cosen en espiral.
- Plantilla: Parte plana de la copa del sombrero
- Encopadura: Parte vertical de la copa del sombrero
- Peine: Variedad de pinta empleada en el sombrero tradicional
- Metros: Término empleado para referirse a la trenza. Unidad de medida con la cual se comercializa la trenza.
- Granito: Trenza jaspeada, denominada “comercial” por los artesanos.

ANEXO B. FORMULARIOS DE ENCUESTAS

Encuesta N° _____

Formulario de encuestas

Tipo 1: Cultivadores-artesanos

Somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad de la Salle y estamos analizando la factibilidad de realizar un oferta exportable de productos artesanales en Caña Flecha para la Gobernación de Córdoba. La información que amablemente nos brinde usted, servirá para hacer de este un mejor proyecto.

1. ¿Cree usted que los productos artesanales tienen un bajo reconocimiento nacional?

Si_____ No_____

2. ¿Considera que la producción artesanal es mal recompensada?

Si_____ No_____

3. ¿Considera que el bajo nivel de comercialización de los productos artesanales se debe a la baja inversión en el cultivo de la palma de caña flecha?

Si_____ No_____

4. ¿Cree usted que existe apoyo para la comercialización de los productos artesanales en caña flecha en su departamento?

Si_____ No_____

5. ¿Ha realizado intercambio comercial de sus productos artesanales?

Si_____ No_____

6. ¿Conoce la existencia de programas de comercialización nacional e internacional de los productos de caña flecha en su departamento?

Si_____ No_____ Cuales?_____

7. ¿Cree usted que la Gobernación de Córdoba esta capacitada para implementar planes de comercialización internacional?

Si_____ No_____

8. ¿Cree usted que la implementación de una oferta exportable en la Gobernación contribuirá a mejorar el nivel de vida de su comunidad?

Si_____ No_____

9. ¿Estaría dispuesto a participar en el proyecto de la oferta exportable de la Gobernación?

Si_____ No_____

10. ¿En que país es más conveniente implementar la oferta exportable de la Gobernación de Córdoba?

Cual:_____

*GRACIAS POR SU COLABORACIÓN Y POR LA CONTRIBUCIÓN A LA
IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS INNOVADORES.*

Encuesta N° _____

Nombre Empresa: _____

Formulario de encuestas

Tipo 2: Empresarios (Productos caña flecha)

Somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad de la Salle y estamos analizando la factibilidad de realizar una oferta exportable de productos artesanales en Caña Flecha para la Gobernación de Córdoba. La información que amablemente nos brinde usted, servirá para hacer de este un mejor proyecto.

1. ¿Cree usted que los productos artesanales colombianos tienen reconocimiento internacional?

Si____ No____

2. ¿Cree que el sector artesanal colombiano es bien explotado nacionalmente?

Si____ No____ Por que?_____

3. ¿Considera usted que existe el apoyo suficiente para el crecimiento de las cadenas productivas artesanales?

Si____ No____

4. ¿Cree usted que los productos artesanales en caña flecha cuentan con la calidad suficiente para poder ser exportados?

Si____ No____

5. Califique de 1 a 5 los aspectos más importantes de los productos artesanales en caña flecha.

Diseño _____

Calidad _____

Innovación _____

Precio _____

Imagen _____

6. ¿Cree usted que los artesanos podrán cumplir con las expectativas exportadoras de los productos en caña flecha?

Si____ No____ Por que?_____

7. ¿Considera usted que la implementación de una oferta exportable en la Gobernación de Córdoba contribuirá a mejorar el sector artesanal colombiano?

Si_____ No_____

8. ¿Cree usted que existe el apoyo suficiente para la implementación de este tipo de proyectos?

Si_____ No_____

9. ¿Considera que este tipo de proyecto es viable para Gobernación de Córdoba?

Si_____ No_____

10. ¿En que país es más conveniente implementar la oferta exportable de la Gobernación de Córdoba?

Cual:_____

*GRACIAS POR SU COLABORACIÓN Y POR LA CONTRIBUCIÓN A LA
IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS INNOVADORES.*

Encuesta N° _____

Formulario de encuestas

Tipo 3: Posibles compradores y distribuidores (Productos caña flecha)

Somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad de la Salle y estamos analizando la factibilidad de realizar una oferta exportable productos artesanales en Caña Flecha para la Gobernación de Córdoba. La información que amablemente nos brinde usted, servirá para hacer de este un mejor proyecto.

1. ¿Conoce la existencia de las culturas indígenas en Colombia?

Si_____ No_____

2. ¿Alguna vez ha comprado y/o distribuido artesanías en caña flecha?

Si_____ No_____

3. ¿Le gusta comprar y/o distribuir artículos elaborados a mano tales como sombreros, bolsos, pulseras, tapetes, anillos y otros accesorios de la cultura Colombiana?

Si_____ No_____

4. ¿Cuáles son las características que busca en las artesanías en caña flecha?

Diseño. _____

Calidad. _____

Precio. _____

Utilidad. _____

Otro. _____ Cual _____

5. ¿Cuales son los productos elaborados en caña flecha creen que tendrían mas acogida en el mercado internacional? Elija más de una opción.

Sombrero _____

Bolso _____

Porta vasos _____

Aretes _____

Billeteras _____

Pulseras _____

Anillos _____

Individuales _____

Porta celulares _____

6. ¿Cree usted que existen acuerdos comerciales adecuadamente establecidos que incentiven las exportaciones artesanales?

Si_____ No_____

7. ¿Actualmente tiene acuerdos comerciales con alguna empresa artesanal de productos de caña flecha?

Si_____ No_____

*GRACIAS POR SU COLABORACIÓN Y POR LA CONTRIBUCIÓN A LA
IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS INNOVADORES.*

Encuesta N° _____

Formulario de encuestas

Tipo 4: Estado (Productos caña flecha)

Somos estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad de la Salle y estamos analizando la factibilidad de realizar una Oferta exportable de productos artesanales en Caña Flecha para la Gobernación de Córdoba. La información que amablemente nos brinde usted, servirá para hacer de este un mejor proyecto.

1. ¿Cree usted que falta apoyo en la creación de proyectos artesanales?

Si_____ No_____

2. ¿Considera usted que un medio de crecimiento del sector artesanal colombiano es la implementación de proyectos de cadenas productivas?

Si_____ No_____

3. ¿Considera viable que se apoye la implementación de cadenas productivas artesanales por medio de planes de exportación?

Si_____ No_____

4. ¿Cree usted que los artesanos cuentan con la capacidad productiva y competitiva para cumplir la demanda internacional de productos en caña flecha?

Si_____ No_____ Por que?_____

5. ¿Cree viable la implementación de una Oferta Exportable en la Gobernación de Córdoba para productos artesanales de caña flecha?

Si_____ No_____ Por que?_____

6. ¿Considera que el plan de exportación nacional contribuye a la implementación de la oferta exportable en la Gobernación de Córdoba?

Si_____ No_____

7. ¿Conoce usted algún proyecto de la misma envergadura de la oferta exportable para la Gobernación de Córdoba?

Si_____ No_____ Cual?_____

8. ¿En que país es más conveniente implementar la oferta exportable de la Gobernación de Córdoba?

Cual: _____

*GRACIAS POR SU COLABORACIÓN Y POR LA CONTRIBUCIÓN A LA
IMPLEMENTACIÓN DE PROYECTOS INNOVADORES.*

ANEXO C. FUENTES SECUNDARIAS

1. ESFUERZOS PARA GARANTIZAR OFERTA NATURAL DE LA CAÑA FLECHA.

Desde hace varios años, la disminución de la oferta natural de la caña flecha viene afectando las fuentes de empleo y el ingreso de las comunidades de la región de San Andrés de Sotavento del Resguardo Indígena Zenú, considerado el mayor productor artesanal del departamento de Córdoba. Para enfrentar esta situación, la Corporación de los Valles del Sinú y San Jorge, CVS, junto con el Fondo Financiero de Proyectos de Desarrollo FONADE y la Asociación de Grupos de Artesanos del Resguardo Zenú, con una inversión cercana a los trescientos cincuenta millones de pesos, ha liderado un proyecto de cultivos de caña flecha y especies tintóreas para fortalecer la oferta de la materia prima para el sector artesanal cordobés y continuar con la tradición cultural de estas comunidades.

Fuente: Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial; Boletín Mercados Verdes, Marzo de 2006. Corporación CVS, Manuel Horacio Coneo, Ingeniero Agrónomo. Teléfono 7829950 Ext.402

