

Exportación de Cestería en Rollo: de Guacamayas, Boyacá (Colombia) al mercado italiano

Laura Vanessa Camacho Lizarazo
Angélica Paola Camacho Lizarazo*
Negocios Internacionales
Universitaria Agustiniana

Recibido: 29 de septiembre de 2020 | Aceptado: 23 de octubre de 2020

Resumen

Guacamayas es un municipio ubicado al norte de Boyacá, reconocido por el trabajo del tejido de cestería en rollo, que los menestrales practican para elaborar artesanías. Este oficio de creación de objetos utilitarios y decorativos ha mejorado a través del tiempo, manteniendo una Colombia artesanal que cuenta con artesanos llenos de amor y talento por su labor. Este artículo tiene como objetivo identificar oportunidades de comercialización y exportación de artesanías guacamayences al mercado italiano, aprovechando el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Colombia y la Unión Europea (UE). Para ello se describe el proceso de producción y comercialización de dichos productos, utilizando la información recolectada en salidas de campo a Guacamayas, visitas y entrevistas a productores. Se realiza un análisis de la dinámica del comercio internacional orientado, principalmente, al mercado europeo y, específicamente, al italiano entre los años 2015 y 2019. Finalmente, se presenta una guía de exportación de artesanías y se identifican las posibles barreras que han tenido los artífices para llevar su producto al exterior.

Palabras clave: artesanías, exportación, Colombia, Unión Europea.

* laura.camachol@uniagustiniana.edu.co; angelica.camachol@uniagustiniana.edu.co

¿Cómo citar en APA?

Camacho, L. y Camacho, A., (2020). Exportación de Cestería en Rollo: de Guacamayas, Boyacá (Colombia) al mercado italiano. *Expresiones, Revista Estudiantil de Investigación*, 7(14), 65-91.

Abstract

Guacamayas is a municipality located to the north of Boyacá, recognized by the work of the “weaving of basket rolls” that the *menestrales* practice to elaborate crafts. This office of creating utilitarian and decorative objects has improved through time, maintaining a handmade Colombia that counts on craftsmen full of love and talent for their work. This article aims to identify opportunities for marketing and export of handicrafts guacamayences to the Italian market, taking advantage of the Free Trade Agreement (FTA) between Colombia and the European Unión. In this sense, the process of production and commercialization of these products is described, with information collected in field trips to Guacamayas, visits and interviews with producers. An analysis of the dynamics of international trade is presented, mainly to the European market and, specifically, the Italian market between 2015 and 2019. Finally, a guide to exporting handicrafts is presented, as well as the possible barriers that the artists have had to take their product abroad.

Key words: handicrafts, export, Colombia, European Union

Introducción

Las artesanías colombianas se convierten hoy en una nueva alternativa de negocio para las familias colombianas, con la que se busca resaltar la cultura de las regiones y las costumbres de grupos étnicos y pueblos con una gran tradición. Es por esto que se desarrolla un estudio enfocado en la exportación de artesanías con la técnica de cestería en rollo hecha en fique y paja. Como lo declara la Superintendencia de Industria y Comercio (Resolución N° 30000, 2009), se trata de artesanías elaboradas por los pobladores de la región de Guacamayas, Boyacá, conforme a los métodos de tejidos heredados de sus antepasados, los indígenas laches.

Guacamayas es un municipio que tiene una extensión de 59.83 km² y se encuentra localizado en la provincia de Gutiérrez, al norte del departamento de Boyacá, sobre la cordillera oriental y en la microcuenca del río Nevado. Los orígenes de este municipio son indígenas ya que en sus tierras habitaron los indios laches; su nombre significa “cercado del sol”. A partir de esta referencia, la hueste española de Hernán Pérez de Quesada buscó en el norte la llamada “casa del sol”, que, según creían, era el lugar del más grande tesoro en estas tierras. Los españoles recorrieron estas tierras por Panqueba, Guacamayas, El Cocuy y Chita (Alcaldía Municipal de Guacamayas Boyacá, 2021).

Guacamayas produce artesanías que cuentan con una Denominación de Origen

otorgada a través de la Resolución N° 30000 de la Superintendencia de Industria y Comercio. Hoy en día, la cestería representa una gran parte de la economía de esta zona, puesto que 260 familias guacamayences trabajan como fabricantes de artesanías para su sostenimiento (Sistema de Información para la Artesanía, Siart, s.f. a). En este contexto, el propósito de esta investigación es identificar las oportunidades de comercialización de las artesanías desarrolladas con la técnica de cestería de rollo del municipio de Guacamayas. Estas oportunidades de comercialización se estudian en relación con el mercado italiano, teniendo como base el crecimiento del sector artesanal y el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (UE).

El análisis de la exportación de artesanías al mercado italiano se organiza en tres partes: en la primera, se describe el proceso de producción; en la segunda, se presenta el análisis de la dinámica comercial con la UE e Italia; y en la tercera, se plantea una guía de exportación de artesanías y se identifican las oportunidades de mejora para reducir las barreras en el proceso de exportación de objetos de cestería en rollo.

1. Revisión de la Literatura: Mundos de Producción

Los mundos de producción se dividen en cuatro: interpersonal, mercantil, industrial y de innovación. A continuación, se detallan las características más importantes de cada uno para diferenciarlos. En primer lugar, el

mundo interpersonal se corresponde con productos especializados y dedicados; se trata de productos personalizados que son fabricados a pequeña escala, por lo que su calidad tiene un peso fundamental (Salais y Storper, 1992; Murdoch et. al, 2009). En esta línea, las empresas utilizan tecnologías no estandarizadas, es decir, no siguen un modelo para realizar sus procesos; son empresas artesanales, no intensivas en capital porque no son exhaustivas en maquinaria ni en dinero, sino en mano de obra. Se destacan características como el hecho de tener diminutos patrimonios agrarios o las tiendas artesanales comercializadas por familias con mínimas posibilidades de cambio, desarrollo y progreso, porque el propósito es exclusivamente mantener sus finanzas y preservar la labor para sus descendientes (Salais y Storper, 1992).

Además, en el mundo interpersonal las empresas compiten en precio, lo que es bueno para los clientes ya que pueden beneficiarse de valores accesibles; en calidad, pueden llegar a nichos de mercados diferentes por la variedad de su gama. Ahora bien, este mundo es sometido a una fuerte tensión interna, teniendo en cuenta que las convenciones encajan con las del modelo de especialización flexible, ya que se apoya en la cualificación, polivalencia y versatilidad de los trabajadores, lo que proporciona un mejor uso de estos elementos en relación con las necesidades de la producción y los cambios acelerados en la elaboración de bienes, conforme a la variación de la demanda (Salais y Storper, 1992; Murdoch et. al, 2009). En

la producción interpersonal, el consumidor busca unas cualidades determinadas del producto, siendo estas el motivo principal de su elección, por encima del precio.

En segundo lugar, el mundo mercantil corresponde a los productos estandarizados y mercados dedicados; se trata de productos cuya elaboración implica economías de escala y que se orientan a un nicho de mercado reducido.

Existe, pues, cierta dualidad en este mundo de producción: por un lado las compañías deben cumplir con los requisitos de calidad y las cualidades que determina el nicho de mercado y, por otro lado, la tendencia hacia la automatización incide en una fuerte competencia en precios entre empresas. Salais y Storper (1992) ponen de manifiesto que la tensión entre estandarización y dedicación suele resolverse en otros sectores industriales reduciendo costes a través de la externalización y la deslocalización. Sin embargo, la naturaleza de la propia denominación de origen limita las posibilidades de realizar este tipo de ajustes, por lo que el número de denominaciones en este mundo de producción es escaso (Esteban, 2016). (Rodríguez, 2017, p. 489)

En tercer lugar, las convenciones que rigen el mundo industrial encajan con la economía clásica. En el mundo industrial

se producen artículos con tecnologías estandarizadas que se dirigen a mercados genéricos, se trata de artículos de gran consumo que tienen como destino un mercado grande y predecible. La fabricación de estos productos se encuentra generalizada y

cuenta con alto grado de automatización, se pueden producir en masa por parte de diferentes compañías. Sus cualidades están bien definidas y son alcanzables mediante estándares industriales, por lo que la competencia entre empresas se centra en el precio. (Rodríguez, 2017, pp. 489-490)

Finalmente, el mundo de la innovación se corresponde con productos especializados-genéricos. “Se trata de productos producidos por un reducido grupo de especialistas que se orientan a mercados de gran tamaño, en otros sectores se relaciona con el desarrollo de nuevos productos” (Rodríguez, 2017, p. 489). En este mundo se utilizan tecnologías especializadas que generan valor, disminuyen costos y simplifican procesos; las convenciones vigentes son propias del conocimiento científico-técnico; los expertos, a partir de sus propios criterios, determinan las tecnologías que van a usar y adelantan la aprobación futura de los nuevos productos; y la competencia entre empresas se establece entre conocimiento y capacidad de aprendizaje, cooperando con un mejor desempeño en el trabajo dentro de las organizaciones (Rodríguez y Climent, 2017).

Los productos que son objetos de estudio, es decir, las artesanías de cestería en rollo, cumplen con las condiciones del modo de producción de innovación y el interpersonal. Se trata de productos especializados y dedicados, producidos por empresas artesanales que no son intensivas en maquinaria y equipos, sino en la elaboración artesanal de mano de obra. A continuación, en la tabla 1, se presenta una síntesis de las características de los mundos de producción:

Tabla 1.

Mundos de producción

Interpersonal	Industrial
<ul style="list-style-type: none"> • Autores representativos: Piore y Sabel (1984) • Productos especializados y dedicados • Tecnologías no estandarizadas • Mercados de pequeño tamaño • Las convenciones encajan con las del modelo de especialización flexible. • Empresas artesanales no intensivas en capital • Estandarización de los procesos mediante inversiones de bienes de equipo • Las empresas compiten en precio. • La estandarización permite obtener economías de escala. • En calidad, los productos pueden llegar a nichos de mercado diferentes, por la variedad de su gama. • Es un mundo sometido a una fuerte tensión interna. 	<ul style="list-style-type: none"> • Autores representativos: Salais y Storper (1933) • Productos estandarizados y genéricos • Tecnologías ampliamente difundidas para consumidores indiferenciados • Las convenciones que rigen este mundo encajan con la economía clásica.
Innovación	Mercantil
<ul style="list-style-type: none"> • Autores representativos: Salais y Storper (1933) • Productos genéricos y especializados • Se diseñan, elaboran y lanzan al mercado nuevos productos. • Tecnologías especializadas • Las convenciones vigentes son propias del conocimiento científico-técnico. • La competencia entre empresas se establece entre conocimiento y capacidad de aprendizaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • Autores representativos: Murdoch y Miele (1999) • Productos dedicados y estandarizados • Se puede llegar desde dos puntos de partida diferentes: mundo industrial o interpersonal: en el mundo industrial se encuentran las empresas con un fuerte equipamiento en bienes de capital; en el mundo interpersonal, las empresas compiten en calidad.

Nota. Fuente: elaboración propia a partir de la información tomada de Rodríguez y Climent (2017).

2. Antecedentes

2.1. Protección Legal de las Denominaciones de Origen y las Marcas frente a los Tratados de Libre Comercio suscritos por Colombia

La Denominación de Origen es un atributo distintivo de protección otorgado a artículos que se caracterizan por provenir de un

territorio especial y por sus tradiciones de elaboración única y con calidad que se han transmitido y perfeccionado de generación en generación por sus habitantes. Algunos de los acuerdos y tratados que asumen la protección y regulación de dichos atributos distintivos son los siguientes, de acuerdo con Ceballos y García (2013): el Convenio de París (1883), el Arreglo de Madrid (1891), el Arreglo de Lisboa (1958), la Convención Interamericana de Protección Marcaria y

Comercial (1929), firmada en Washington, la Convención sobre Propiedad Industrial suscrita entre Colombia y Francia (1901), los tratados de libre comercio entre México, Colombia y Venezuela (G-3, luego, G-2 por el retiro de Venezuela); entre Estados Unidos y Colombia; y el Acuerdo Comercial de Colombia con la Unión Europea. En Colombia, por otro lado, la normativa jurídica que se le impone a las denominaciones de origen compete

a la regulación de la propiedad industrial contenida en las Decisiones de la Comunidad Andina de Naciones, especialmente en la Decisión 486/ 2000, reglamentada por el Decreto 2591/2000 y la Resolución 210/2001, el Decreto Reglamentario núm. 3081 de 2005, la Resolución núm. 57530 de 2012 y lo dispuesto en el Código de Comercio.

Eléjimmenn aplicable de las DO se consagra expresamente en los artículos 203 y 208 de la Decisión Andina 486/2000 que comprende lo referido al tratamiento que debe dársele a las DO en cada país miembro, y es el que rige en nuestro ordenamiento. En esta normativa los elementos a tener en cuenta para solicitar el registro de uso de una DO por personas naturales o jurídicas, conforme a la Decisión Andina 486/2000, que es la aplicable en el contexto nacional y comunitario andino.

También, en Colombia se protegen las DO bajo un sistema legal indirecto que consiste en reprimir el uso falso o engañoso a través de figuras legales como la represión a la competencia desleal por el uso de información falsa o engaños o por el uso indebido

de los signos distintivos (Ley 256 de 1996 de competencia desleal y artículos 258 y s.s.), y de la prohibición de registrar como marcas los signos que reproduzcan o imiten indicaciones geográficas y/o denominaciones de origen (literales i), j) y k) del artículo 135 de la Decisión 486), protegidas a través de los procesos de cancelación o nulidad; y mediante la reciente normatividad de protección al consumidor. (Ceballos y García, 2013, pp. 179-180)

2.2. Solicitud de Declaración de Protección de Denominación de Origen de las Artesanías de Guacamayas (Boyacá) y Concepto sobre Productos Artesanales de Guacamayas

Es por medio de la Resolución N° 30000 que la Superintendencia de Industria y Comercio, entidad delegada por el Estado colombiano, le otorgó la Denominación de Origen a las artesanías con técnica de cestería en rollo, elaboradas a base de paja y fique, del municipio de Guacamayas, considerando la solicitud y el documento de concepto tramitado por los artesanos, las asociaciones y el municipio. Este documento presenta una argumentación en relación con la cultura, historia y geografía del municipio, y también desarrolla la descripción del proceso de producción para la comercialización de los objetos artesanales. Adicionalmente, para el reconocimiento de dichos objetos, contiene una transcripción del reglamento de uso de la Denominación de Origen de la cestería en rollo aplicable a este sector (Barón y Artesanías de Colombia, 2008).

2.3. Diagnóstico Cualitativo en torno a la Cadena de Valor de Guacamayas

En la década del ochenta, una comisión del Museo de Artes y Tradiciones Populares llegó a Guacamayas para reforzar el oficio con la ayuda de diseñadores y profesionales. Paralelamente, se creó la cooperativa de artesanos de Guacamayas, actualmente Creatividad Artística Cooperativa de Guacamayas (Crearcoop), que asoció a muchos artífices del territorio. Posteriormente, Omaira Manrique, primera líder de esta corporación, adquirió relaciones comerciales que restablecieron de manera significativa la Cooperativa. Además, desde hace 10 años, la Cooperativa tiene una sede propia en la que se exhiben artesanías sobresalientes del municipio y se hacen discursos, debates, eventos de desarrollo social y actividades de comercialización. En el año 2009, Artesanías de Colombia le otorgó la Denominación de Origen a las artesanías de Guacamayas, lo que posicionó a los artesanos del municipio como una de las más grandes comunidades artesanales del país. En el año 2010, la Cooperativa alcanzó el galardón Bavaria “Recuperar el Orgullo Perdido”, otorgado por las alparbatas de fique. Este producto nuevo en la región le permitió a la Cooperativa proyectar una buena imagen internacional, por medio de la asistencia a eventos en Ecuador y Estados Unidos y la participación en Expoartesanías; feria realizada anualmente en Corferias, el lugar más grande de ferias

y exposiciones en Suramérica, localizado en Bogotá D.C. (Artesanías de Colombia y Cedavida, 2014).

2.4. Memoria hecha a Mano. Artesanías de Colombia

Los artesanos aún conservan su oficio relacionado con la producción de artesanías; por medio de este plasman en cada pieza creencias, pensamientos y su cultura como pueblo o comunidad, a pesar de las dificultades, incentivando nuevas narrativas que abren paso a la reconciliación. Por ejemplo, Arcenio Mora Ortiz es un artesano nacido en el Chocó, que, desde hace 14 años, llegó a Bogotá huyendo de la guerrilla. Actualmente, trabaja con la comunidad wounaan de Vista Hermosa, en Ciudad Bolívar, y se convirtió en un artesano líder del comité de mujeres. Para Arcenio, los canastos de werregue que elabora le han permitido identificarse como wounaan, y preservar su cultura, lengua, historia y simbología, aun estando lejos de su territorio. A través de sus creaciones, Arcenio le enseña a los más jóvenes sobre sus ancestros para que mantengan una conexión con su origen (Artesanías de Colombia, 2019).

2.5. Guacamayas: Tradición que se niega a desaparecer

Este municipio del norte de Boyacá, abrazado por hermosos bosques, conserva una de las técnicas de artesanía más distinguidas de Colombia: la cestería en rollo de fique con

alma de paja. En el país, las primeras artesanías con Denominación de Origen son el destello de una tradición que se transfiere generacionalmente. Además, este oficio se complementa con los quehaceres del campo. Ahora bien, el desafío de los habitantes es la comercialización de artesanías en una economía cada vez más fuerte, ya que una gran parte vive de la venta de estos productos. Paja y fique son las materias primas necesarias para la elaboración de estos objetos, referentes de las artesanías en el país desde 1991, que se mostraron por primera vez en Expoartesanías. Antes, las materias primas para la elaboración de la cestería en rollo se conseguían con facilidad en el territorio; actualmente, estos materiales se adquieren en los municipios cercanos.

La técnica de cestería en rollo ha ido mejorando con el tiempo y, hoy en día, tiene un reconocimiento cultural que la ha posicionado en el mercado nacional. Aunque Artesanías de Colombia buscó la manera de sustituir el alma de paja por cabuya y manguera, ya que estos son materiales más livianos, afortunadamente este reemplazo no funcionó, lo que permitió conservar los materiales originales. Esta situación expresa el orgullo de los artesanos guacamayences, pese a los inconvenientes que han tenido, y contribuyó a la adquisición de la Denominación de Origen (Delgado, 2017).

2.6. Referencial Nacional de Cestería, Capítulo Fique, Comunidad Artesanal de Guacamayas (Boyacá)

“De acuerdo a la antropóloga Yolanda Mora de Jaramillo (1970), la cestería del continente americano es resultado de una tradición aborígen muy desarrollada y fuerte” (Artesanías de Colombia, 2014, p. 5). A los pobladores del municipio de Guacamayas, principalmente a los aborígenes laches, se les reconoce el intelecto de la cestería en rollo, puesto que mostraron un importante avance empleando algodón, fique y cabello humano como elementos fundamentales. “Juan de Castellanos alude a la habilidad de los habitantes de esta región (Solano, s.f), tanto las mantas como la sal eran producto de las industrias lache” (Artesanías de Colombia, 2014, p. 6). Además, los abuelos guardaban granos en grandes contenedores tejidos y pesaban el queso en soportes circulares tejidos.

Conforme a la opinión de Víctor Gómez, instructor artífice de la comunidad, junto con otros menestrales, los canastos elaborados para conservar los granos también eran usados para guardar una persona. Estos se hacían en fique con colores naturales; sin embargo, cuando los canastos se empezaron a ajustar para fines decorativos, se incorporó la paja para su interior, lo que les restó peso y les dio mayor resistencia. Por otro lado,

“otras fuentes (Kuoni, 1981), también denominan la cestería en rollo como cestería en espiral, en la que se emplean dos elementos, uno pasivo que se llamaría “*alma*” [hecha de paja] y un elemento activo con el cual se cose” (Artesanías de Colombia, 2014, p. 6); el fique que se cruza por una aguja de manera perpendicular en el rollo.

3. Metodología

Para esta investigación se adoptó un enfoque mixto, en el que se tienen en cuenta tanto variables cualitativas como cuantitativas. De acuerdo con Bernal (2010), el método cuantitativo, o método tradicional, se fundamenta en

la *medición* de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados. (p. 60)

Por otro lado, el método cualitativo, o método no tradicional,

se orienta a *profundizar* casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada. (Bernal, 2010, p. 60)

Ahora bien, la recolección de la información se realizó en los desplazamientos y recorridos en el municipio de Guacamayas, Boyacá, en donde se interactuó con artesanos que tienen una robusta experiencia en el oficio. El trabajo de campo consistió en el desarrollo de entrevistas y el registro de videos y fotos para conocer las tradiciones, la cultura, la historia y el arte alrededor de la producción de las artesanías con identidad colombiana.

3.1. Recolección de Datos

Este artículo cuenta con cuatro secciones para ofrecer un amplio conocimiento de la información recolectada durante la investigación. En la primera, se presentan datos acerca de las condiciones del artesano, la división del trabajo, las costumbres y tradiciones, y el proceso de producción de las artesanías en el municipio de Guacamayas, a partir de la información proveniente de las fuentes primarias. Se realizaron entrevistas semiestructuradas en las casas de artífices y miembros de la asociación Crearcoop (Custodia Zambrano, Mercedes Díaz, Luz Dary García, Wilson Torres) y se recopiló material fotográfico. Además, se desarrolló una labor de reconocimiento de la población con el propósito de construir relaciones de familiaridad. Mediante la observación, se registraron técnicas utilizadas por los artesanos para la fabricación de diseños geométricos en los productos, con el fin de dar a conocer los múltiples diseños presentes en la cestería. A su vez, se recolectaron datos

de fuentes secundarias que describen el contexto de Guacamayas y la Denominación Origen (artículos, libros y páginas web).

En la segunda sección, se describe el proceso de producción de las artesanías de cestería de Guacamayas, a partir de los datos obtenidos de las fuentes primarias; por medio de fotografías, la artesana Custodia Zambrano muestra todos los pasos para la elaboración de los productos, transmitiendo conocimientos propios para la fabricación de la cestería. Igualmente, se recolectaron datos de fuentes secundarias (artículos y páginas web) que identifican el catálogo de productos y las fases de transformación.

En la tercera sección, se presenta el análisis de la dinámica comercial de los productos de cestería en rollo en el marco del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (UE), a partir de la información disponible en fuentes secundarias, que especifican la entrada a un nuevo mercado y la reglamentación de procedimientos vinculados con el comercio como la propiedad industrial, los negocios, las políticas de competencia, las condiciones ambientales, las ventajas y desventajas, las importaciones y exportaciones y las telecomunicaciones. Además, se recopiló información proveniente de la base de datos Trade Map (<https://www.trademap.org/Index.aspx>). En esta parte también se describe el perfil del consumidor de la UE y de Italia, específicamente, para lograr clientes potenciales.

En la cuarta sección, se contempla el proceso de exportación de productos de cestería en rollo y sus principales obstáculos,

teniendo en cuenta los datos obtenidos de fuentes primarias, específicamente, de una encuesta telefónica realizada a Francisco Silva, Luz Dary García y Wilson Torres. Se determina que la intermediación es lo que les permite a los artesanos mostrar sus productos fuera del país, ya que por la falta de conocimiento acerca de los procedimientos para exportar no es posible realizar los trámites por sí mismos. La información recolectada de las fuentes secundarias, por otro lado, permiten conocer los documentos y requisitos necesarios para la exportación, por lo que también se presenta una guía de exportación de artesanías.

4. Análisis de Datos

De acuerdo con la estructura propuesta para el análisis, la información correspondiente a la primera sección se organiza en un esquema teniendo en cuenta los mundos de producción. Se determina que la producción de objetos de cestería en rollo pertenece al mundo interpersonal y de innovación por las características que presenta. Como ya se indicó, en esta parte se emplean artículos relacionados con la Denominación de Origen y el oficio para describir la actividad económica del municipio de Guacamayas asociada a las artesanías.

La información obtenida para la segunda sección se organiza y sintetiza en un esquema detallado, teniendo en cuenta el proceso de producción de la cestería en rollo; su historia, origen y características. Además, se presenta una descripción del paso a paso,

desde la adquisición de las materias primas hasta el producto terminado, lo que se complementa con un catálogo de productos que muestra, de manera ordenada, clara y atractiva, las artesanías con las que cuenta la cooperativa Crearcoop; esto permite un acercamiento a los clientes.

Con respecto a la tercera sección, la información sobre las exportaciones e importaciones se presenta en gráficos de tendencia, que muestran el comportamiento de variables entre los años 2015 y 2019, calculando la tasa de crecimiento anual. Finalmente, como se mencionó anteriormente, la cuarta sección expone el proceso de exportación de artesanías y los principales obstáculos que se presentan para comercializarlas en el exterior.

4.1. Descripción del Municipio de Guacamayas y su Actividad Económica

El municipio de Guacamayas, patrimonio artesanal de la cestería en rollo, tiene una población de 2.042 habitantes y se encuentra localizado al norte del departamento de Boyacá, sobre la cordillera oriental, en la microcuenca del río Nevado. Además, hace parte de la provincia de Gutiérrez (conformada por los municipios de Chiscas, El Cocuy, El Espino, Guacamayas y Panqueaba); limita específicamente con Panqueaba, El Espino y San Mateo, y se ubica a una distancia de 108 km de Tunja (Resolución N° 30000, 2009). Además, Guacamayas tiene una extensión total de

59.83 km², con un área urbana de 0.71 km² y un área rural de 59.12 km². La cabecera municipal está georreferenciada a 16°28' de latitud norte y 72°30' de longitud al oeste de Greenwich (Alcaldía Municipal de Guacamayas Boyacá, 2021). De acuerdo con la Superintendencia de Industria y Comercio (Resolución N° 30000, 2009), la "altitud de la cabecera municipal es de 2.296 metros sobre el nivel del mar, su temperatura media es de 17°C" (p. 4).

Entre las actividades comerciales del municipio, la producción de artesanías de cestería en rollo es la característica principal del trabajo de las familias de Guacamayas (ver figura 1). Estas son elaboradas conforme a los métodos del tejido trenzable; técnica heredada de sus antepasados, los indígenas laches. Hoy en día, aproximadamente 400 artesanos trabajan por un mejor reconocimiento de sus artesanías, a nivel nacional e internacional (Siart, 2021, 27 de mayo). Esta actividad es realizada por jóvenes, adolescentes, adultos y abuelos, quienes lograron, junto con la Alcaldía municipal y las diferentes asociaciones de artesanos –Creatividad Artística Cooperativa de Guacamayas (Crearcoop), la Asociación de Artesanos del Municipio de Guacamayas Boyacá y la Asociación Grupo Artesanal de Guacamayas– obtener la protección de la Denominación de Origen, mediante la Resolución N° 30000 de 2009 de la Superintendencia de Industria y Comercio (expediente No. 06-85475). Cabe añadir que la partida arancelaria de los productos de cestería corresponde al código 4602900000.



Figura 1. Tienda artesanal de Guacamayas
Nota. Fuente: elaboración propia

4.2. Proceso de Producción de las Artesanías de Cestería en Rollo de Guacamayas

La cestería producida por la comunidad campesina de Guacamayas data de épocas prehispánicas; fue el grupo indígena de los laches el que le heredó a esta región el oficio de pueblo tejedor. Cada pieza elaborada es un documento que manifiesta conocimientos ancestrales de una técnica, una percepción estética y un manejo utilitario. La cestería en rollo “se caracteriza por configurarse a partir de un tejido en espiral con alma de paja, cubierta por hilos de fique que previamente han sido tinturados de fuertes colores con los que se generan, mediante el tejido, composiciones de altos contrastes” (Barón, 2017, 19 de abril, párr. 2). Para que esta fibra adquiriera las características óptimas que permiten su manipulación, se requiere de un proceso que se explica en detalle en la figura 2:

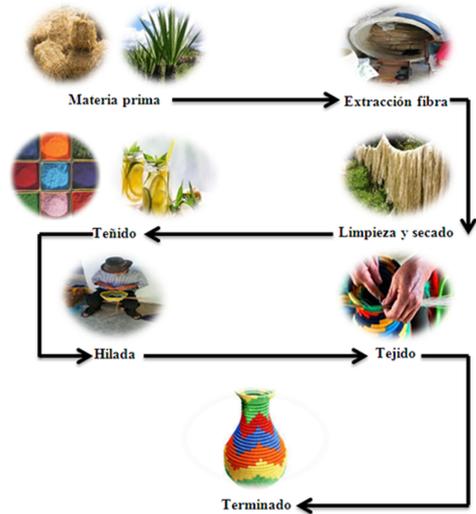


Figura 2. Proceso de producción de artesanías con técnica de cestería en rollo
Nota. Fuente: elaboración propia.

4.2.1. Descripción del Proceso de Producción. A continuación, se muestra el proceso de producción a partir de la información recopilada (Artesanías de Colombia, 2014; Barón y Artesanías de Colombia, 2008; Siart, s.f. b):

1. Obtención de la materia prima: el proceso se inicia al cortar las pencas ya maduras de las plantas de fique, una a una con un solo golpe; luego, cada penca se sostiene verticalmente para retirar el borde espinoso con dos cortes paralelos.
2. Extracción de la fibra: enseguida, estando frescas las pencas, se extrae la fibra mediante técnicas aborígenes como la talla y el sacador.

3. Limpieza y secado: más tarde, se mojan las fibras por un largo período para limpiarlas de las resinas que posee la planta; después, se dejan secar y, paralelamente, se van sacudiendo para ablandarlas y separar las fibras.
4. Teñido: este proceso se realiza con anilinas industriales que se mezclan con sábila, naranja, limón y otros productos naturales, que favorecen la obtención de una gran variedad de colores vivos y contrastantes (morados, verdes, rojos, naranjas, etc.) y ayudan a una mejor fijación y calidad en el tinturado, según técnicas heredadas de sus antepasados.
5. Hilada: se realiza para poder empezar el proceso de tejido. Los campesinos denominan este proceso como “sacar punta”. Se comienza separando las fibras por colores en unas varas largas para evitar enredos; después, se soban suavemente sobre las piernas para volver más finos los conjuntos de coloridas hebras.
6. Tejido: usando una aguja gruesa, se hace un tejido en espiral con el alma, o interior de paja, que es cubierta con hilos de fique tinturados. Dependiendo de la forma, el diseño y los colores, cada artesano procura elaborar su obra y desarrollar la técnica para lograr que el producto se ajuste al mercado.
7. Terminado: vigilando que la altura de la pieza sea la misma en todos los lados (dependiendo el diseño), se hace un corte diagonal en el alma con la tijera grande, lo que constituye el final de la obra, y se sigue cosiendo de la misma manera que se hizo con los rollos, haciendo el remate

de la obra lo más uniforme posible.

4.2.2. Catálogo de Productos. En la figura 3, a continuación, se muestran algunos de los productos más representativos de la comunidad artesanal de Guacamayas. Como accesorios, se destacan los aretes, las manillas, las pinzas para el cabello, los collares, los anillos y los llaveros. Con respecto a los objetos tradicionales para el hogar y la oficina, se producen cestos, porta lápiz, canastos, bandejas, individuales de mesa, cuencos, floreros, cofres y demás piezas en diferentes formas y tamaños que tienen funciones utilitarias y decorativas.

4.3. Análisis Dinámico Comercial de los Productos de Cestería en Rollo en el marco del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (UE)

4.3.1. Tratado de Libre Comercio (TLC): Colombia-UE. Este acuerdo comercial bilateral entró en vigencia en el año 2013, con el fin de expandir el mercado de bienes y servicios entre Colombia y los países de la UE. De esta manera, se fomenta la colaboración entre estos países, lo que incrementa las posibilidades de inversión a partir de la eliminación y reducción representativa de los aranceles de productos que se importan o exportan. Dichas dinámicas comerciales están reguladas por la Organización Mundial del Comercio (OMC), a fin de hacer cumplir las cláusulas, normas y leyes comerciales internacionales que promueven una

competencia justa. El análisis comercial que se realiza en este texto toma como base el TLC entre Colombia y la UE, para adentrarse al mercado italiano.

Italia es una de las grandes economías de la UE que, como otros países, tiene por moneda el euro. Este país tiene una población de 60.483.973 habitantes y una superficie

			
<p>Nombre: aretes y manilla Diseño: espiral Color: verde, rosado, blanco y negro</p>	<p>Nombre: anillos Diseño: espiral Color: naranja, verde, negro y gris</p>	<p>Nombre: llaveros Diseño: espiral Color: morado, verde, azul, amarillo y rojo</p>	<p>Nombre: papelera Diseño: emes Color: verde, rojo, azul y naranja</p>
			
<p>Nombre: frutero Diseño: espiral Color: gris, naranja, café oscuro y café claro</p>	<p>Nombre: centro de mesa. Diseño: espiral Color: azul claro, rosado y azul oscuro</p>	<p>Nombre: individuales y portavasos Diseño: espiral Color: azul oscuro y amarillo</p>	<p>Nombre: dulceras Diseño: espiral Color: amarillo y azul</p>
			
<p>Nombre: jarrón Diseño: espiral Color: rosado, amarillo, verde y azul</p>	<p>Nombre: joyero Diseño: espiral Color: amarillo y azul</p>	<p>Nombre: bandeja Diseño: espiral Color: amarillo, rosado y café.</p>	<p>Nombre: canasto Diseño: espiral Color: azul, aguamarina y naranja</p>

Figura 3. Catálogo de artesanías de Guacamayas, Boyacá

Nota. Fuente: imágenes tomadas de ArGuas Artesanías Guacamayas (s.f) [página de Facebook] y del Sistema de Información para la Artesanía (Siart) (2016, 1 de abril) de Artesanías de Colombia.

de 301.230 km² (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2020). Italia es una república situada al sur de Europa que limita, al sur, con los mares del Mediterráneo, Tirreno, Jónico, al sur y el este; al norte, con el mar Adriático, Eslovenia y Austria; y al noroeste, con Francia, Suiza y el mar de Liguria, en el Mediterráneo (*Italia*, s.f.). Este país es reconocido por su arte, cultura, monumentos, gastronomía, pintura, literatura y música (ópera), así como por la religión católica romana que predomina.

4.3.2. Perfil del Consumidor de la Unión Europea. El aumento del flujo mercantil entre América Latina y Europa ofrece muchas oportunidades de negocios al exportador latinoamericano. Ahora bien, el sector artesanal colombiano es un modelo de lo que es un mecanismo productivo fundamentado en el valor agregado y la innovación. Con el uso de técnicas propias y métodos ancestrales, el manejo de la autenticidad cultural y el aprovechamiento de los recursos físicos, humanos y financieros, las manos de los artífices transforman las materias primas en productos exclusivos. Esto ha propiciado oportunidades para la exportación de artesanías en 23 mercados potenciales, incluyendo a Estados Unidos y los países europeos como España, Francia y Alemania (ProColombia, 2016, 5 de diciembre).

Con respecto a las preferencias para este sector, ProColombia (2016, 5 de diciembre) indica que los objetos deben ser originales y exclusivos, sin omitir el concepto de tradición que acompaña un producto artesanal. Además, se deben tener en cuenta

las tendencias del consumo de los clientes, quienes pretenden que los productos sean útiles y, al mismo tiempo, estiman el diseño y la imaginación del artesano, así como los componentes empleados. Gran parte de los productos son usados como decoración en los hogares u hoteles. Por otra parte, es fundamental evidenciar el cumplimiento de los criterios de responsabilidad social y ambiental, por medio de sellos de certificación internacional. Ante el problema de la imitación de artesanías, se requiere incluir modernos diseños continuamente. Ahora bien, los principales competidores en el mundo son China, principal exportador de accesorios; Vietnam, país que brinda precios competitivos, calidad y tiempos de entrega; e India, fuerte productor de artesanías que se ha convertido en un valioso exportador de productos decorativos (ProColombia, 2016, 5 de diciembre).

4.3.3. Perfil del Consumidor Italiano. La mayoría de los consumidores en el mercado italiano son jóvenes y adultos entre 25 a 69 años, quienes forman parte de los habitantes económicamente activos de esta nación. Se destacan las ciudades de Roma (centro) y Milán (norte), que reúnen un gran número de habitantes. La industria le ofrece al consumidor varias alternativas de su preferencia, debido a que Italia posee una gran capacidad productiva; de ahí que las personas de este país sean consumidores fuertes que prefieren adquirir bienes de su economía nacional que comprar productos importados, además de preocuparse por obtener productos de calidad. Adicionalmente, el

consumidor italiano no tiene el hábito de ahorrar y, por otra parte, se siente protegido, ya que cuenta con la Constitución de la República Italiana, que vela por sus derechos (Salas, 2012).

Respecto al consumo de artesanías, en general, ropa, vestuario y decoraciones para la casa, la crisis económica mundial de 2008 planteó inconvenientes para el mercado italiano. En todo caso, los italianos propenden a comprar artesanías atractivas que tengan condiciones agradables y que sean competitivas en sus precios, lo que le agrada al mayorista importador. Además, el diseño es de gran importancia; se pueden encontrar dos tendencias opuestas: el diseño minimalista, con figuras geométricas claras y el uso de objetos o moldes que sean exclusivamente necesarios; y, por otra parte, el diseño floral barroco del siglo XVIII, con adornos delicados y muy bien elaborados y acabados, en combinación con otros componentes como telas de elementos florales.

Sobre las importaciones de lana y pieles, excepto bienes de moda, los censos indican que estas representaron 3,07 millones USD para el año 2014, mostrando un cambio de -44% con respecto al año anterior. Los principales proveedores fueron Francia, Lituania y España, que concentraron más del 50% de las importaciones; Europa y Pakistán muestran un aumento del 117% entre los años 2013 y 2014; y Brasil y Perú aportaron el 0,3% ubicándose entre el lugar 18 y 20 respectivamente.

4.3.4. Análisis de la Dinámica Comercial. Las exportaciones de artesanías de

Colombia al mundo, como las de cestería en rollo, pasaron de USD 1'495.068 en 2015 a USD 1'640.185 en 2019 (ver figura 4). Estos resultados evidencian que la tendencia ha sido creciente; en efecto, la tasa promedio anual de crecimiento fue de 2,43%. Cabe destacar que los años 2018 y 2019 tuvieron los niveles más altos en el valor del producto exportado. Esto puede explicarse porque la demanda relacionada con esta industria se ha incrementado, no solo a nivel nacional, sino también a nivel mundial. Así, los diferentes tratados de libre comercio han potencializado el sector artesanal, abriendo los mercados para lograr un mayor número de exportaciones y aumentar la productividad (Espinel, Aparicio y Mora, 2018).

Los principales importadores de artesanías son: Estados Unidos, Reino Unido, España, Bélgica, Brasil, Alemania, Italia, México, Islas Caimanes, El Salvador, Francia, Países Bajos, Israel, Japón, Zona Franca, Costa Rica, República Dominicana, Ecuador, Grecia, Panamá, Perú, Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos. Por otra parte, como se muestra en la figura 5, el valor de las importaciones de la industria artesanal (del mundo a Colombia) pasó de USD 1.180 en 2015 a USD 1.074 en 2019 (cifras expresadas en miles). Estos resultados demuestran una tendencia decreciente, aunque la tasa promedio anual de crecimiento fue de 4,34%. Es importante resaltar que los años 2015 y 2019 mantuvieron los niveles más elevados en el valor del producto importado. Esta tendencia puede explicarse por el incremento del suministro interno

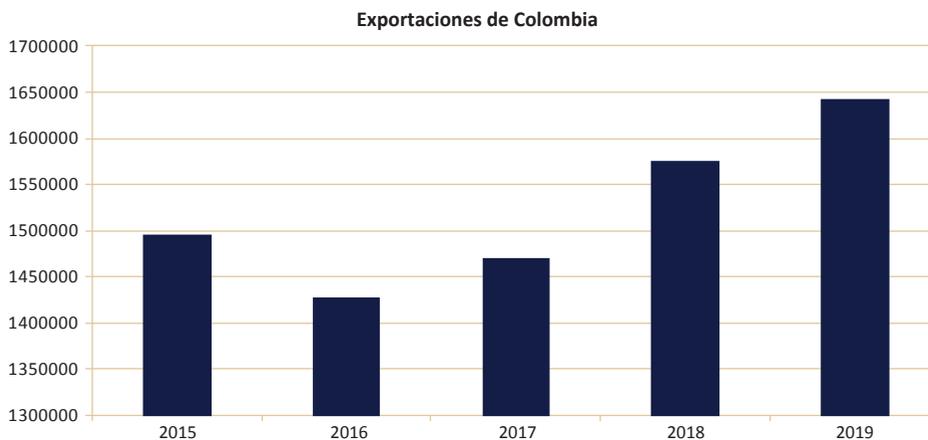


Figura 4. Exportaciones de la industria artesanal de Colombia al mundo entre 2015 a 2019

Nota. Fuente: elaboración propia con datos de Trade Map.

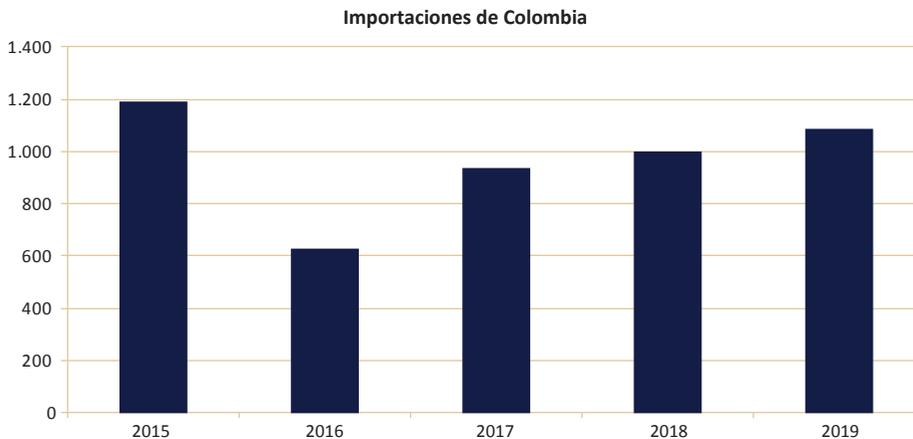


Figura 5. Importaciones de la industria artesanal del mundo a Colombia entre 2015 a 2019

Nota. Fuente: elaboración propia con datos de Trade Map.

por compañías del país y una mayor elaboración de productos en el departamento de Boyacá, el más representativo en la fabricación de artesanías del país.

Los principales exportadores de productos artesanales son: China, Vietnam, Indonesia, Estados Unidos, India, Filipinas, Bangladesh, España, Italia, Portugal, Israel,

Perú, Canadá, Colombia, Francia, Alemania, Ghana, Grecia, Hong Kong China, Kenya, Corea República, México, Marruecos y Países Bajos. Ahora bien, las exportaciones de artesanías de Colombia a la UE pasaron de USD 29 en 2015 a USD 194 en 2019 (ver figura 6). Estos resultados muestran una tendencia creciente, con una tasa promedio anual de crecimiento de 69,51%. Fueron los años 2018 y 2019 los que presentaron los niveles más significativos en el valor del producto exportado. Esto coincide con el aumento de la producción de artículos de cestería en rollo en los últimos años; como lo explica el señor Francisco Silva, socio de la cooperativa Crearcoop, la producción pasó de 150 a 250 productos mensuales.

Con respecto al valor de las importaciones de la industria artesanal de la UE a Colombia (ver figura 7), se pasó de USD 7

en 2015 a USD 8 en 2019 (cifra expresada en miles). Esto indica una tendencia creciente, con una tasa promedio anual de crecimiento de 16,19%. Fueron los años 2015 y 2019 los que tuvieron los niveles más sobresalientes en el valor del producto importado. Cabe añadir que Colombia importa principalmente máquinas, aparatos mecánicos, productos farmacéuticos, aeronaves, vehículos, automóviles y aparatos eléctricos (Portafolio, 2016, 17 de octubre).

Ahora bien, las exportaciones de artesanías de Colombia a Italia, incluidos los productos de cestería en rollo, pasaron de USD 0 en 2015 a USD 7 en 2019 (ver figura 8). Estos resultados indican una tendencia creciente que se expresa en una tasa promedio anual de crecimiento de 2,65%. Los años 2018 y 2019 presentaron los mayores niveles del producto exportado. Esto puede obedecer a la Denominación de Origen



Figura 6. Exportaciones de la industria artesanal de Colombia a la UE entre 2015 a 2019

Nota. Fuente: elaboración propia con datos de Trade Map.

y el cumplimiento de los requisitos mínimos establecidos por Italia, logrando mostrar artesanías novedosas, idénticas y con una calidad que perdura a través de los años.

Por último, como se evidencia en la figura 9, las importaciones de artesanías de Italia a Colombia pasaron de USD 0 en 2015 a USD 2 en 2019. Estos resultados muestran

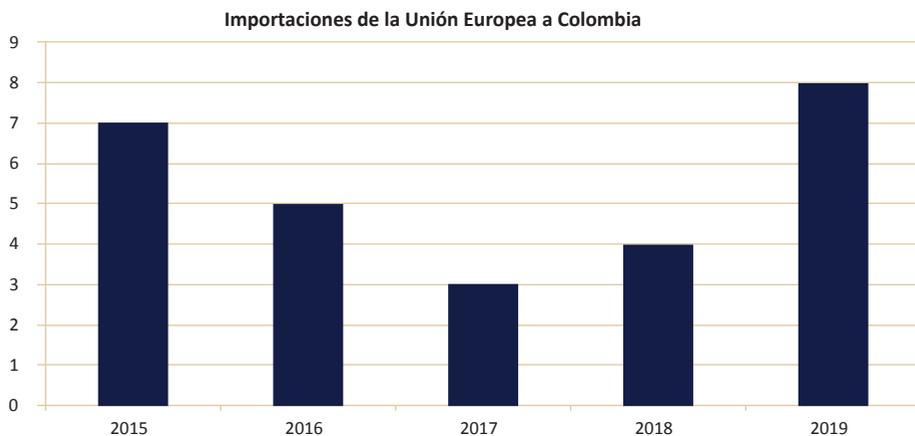


Figura 7. Importaciones de la industria artesanal de la UE a Colombia entre 2015 a 2019

Nota. Fuente: elaboración propia con datos de Trade Map.

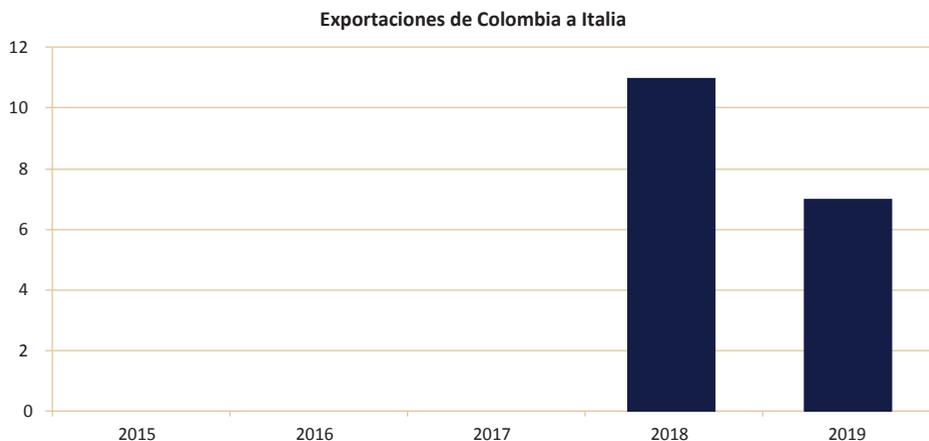


Figura 8. Exportaciones de la industria artesanal de Colombia a Italia entre 2015 a 2019

Nota. Fuente: elaboración propia con datos de Trade Map.

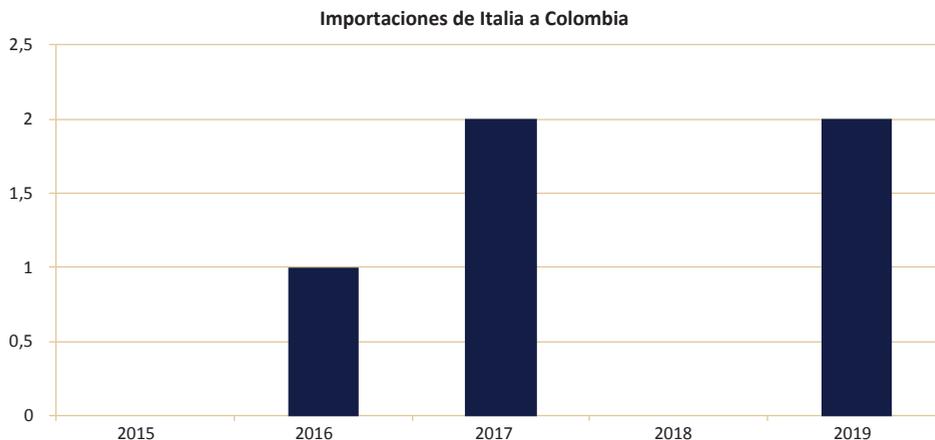


Figura 9. Importaciones de la industria artesanal de Italia a Colombia entre 2015 a 2019

Nota. Fuente: elaboración propia con datos de Trade Map.

una tendencia creciente, con una tasa promedio anual de crecimiento de 25,01%. Los años 2017 y 2019 registraron los mayores niveles del producto importado. Cabe añadir que Colombia importa principalmente calderas y máquinas (379.7 millones de US\$); productos farmacéuticos (123 millones de US\$); eléctricos (66 millones de US\$); instrumentos y aparatos de óptica y fotografía (57 millones de US\$); combustibles y aceites minerales (686.3 millones de US\$); frutas y verduras (104.2 millones de US\$); café, té y otras hierbas (63.4 millones de US\$) y pieles y cueros (56 millones de US\$) (Delgado, 2016).

4.4. Principales Obstáculos para la Exportación de Productos de Cestería en Rollo y Guía de Exportación

En esta parte, se enuncian algunas barreras que todavía tienen las asociaciones de

productores cuando persiguen la internacionalización. A partir de las entrevistas telefónicas realizadas a tres miembros de Crearcoop (Francisco Silva, Luz Dary García y Wilson Torres), se identifica que una de las barreras para exportar es la adquisición de permisos por el tipo de materiales que se usan para elaborar las artesanías, dependiendo del país de destino. Además, es difícil encontrar clientes serios; los entrevistados afirmaron que la mayoría solo engañan y, al final, no cumplen. A su vez, según el socio Francisco Silva, la mayoría de los procesos para exportar se realizan por medio de entidades o empresas intermediarias, porque los artífices no tienen información suficiente sobre los requisitos para obtener la certificación de origen, para evaluar el medio de transporte de la mercancía, según el Incoterm¹ pactado, para

¹ Términos o requisitos de una operación de compraventa internacional relacionados con el transporte de mercancías.

tramitar los vistos buenos o para elaborar la factura comercial, entre otras condiciones. En este sentido, el 95% de los integrantes y fabricantes desconocen totalmente el procedimiento para exportar.

Por otro lado, Artesanías de Colombia está trabajando junto con la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (Dian) para determinar una posición arancelaria única de artesanías, lo que es elemental para posicionar los productos manufacturados internacionalmente. De esta manera, se pueden asignar códigos para las artesanías, según su tipología, con el fin de potenciar este sector, generando indicadores que confirmen realmente cómo va la manufactura en Colombia y organizando un sector que es muy diverso cultural y medioambientalmente, así como en sus costumbres y hábitos (Portafolio, 2009, 26 de febrero).

4.4.1. Guía de Exportación de Artesanías Colombianas. En este apartado, se presenta una guía resumida para los procesos de exportación de artesanías en Colombia, a partir de la información de Artesanías de Colombia (1999) y el trabajo de Garzón (2017). El propósito es que esta información sea insumo para los productores y empresas comercializadoras, con el fin de dar a conocer los principales requisitos para exportar artesanías. Adicionalmente, se debe considerar que antes de tomar la decisión de internacionalizar sus productos, las asociaciones deben realizar estudios de prefactibilidad, que contengan análisis de mercado detallados, con información sobre ingresos, gastos, demanda interna, demanda externa,

y otros aspectos que puedan ser cruciales para aprovechar los mercados. De acuerdo con las fuentes consultadas, los requisitos para exportar son:

1. Inscribirse ante la Cámara de Comercio;
2. Tener el Registro Único Tributario (RUT) como exportador;
3. Poseer una facturación autorizada por la Dian;
4. Tener el producto a exportar e identificar la subpartida arancelaria para establecer un impuesto de importación y/o el gravamen arancelario que se ajuste al producto;
5. Determinar si el producto, y el mercado al que se dirige, requiere de un certificado de origen;
6. Diligenciar la inscripción en el Registro Nacional de Exportadores.

A continuación, se presentan los trece pasos para realizar el proceso de exportación de acuerdo con Garzón (2017):

- 1. Estudio de mercado y de la demanda potencial:** este estudio permite conocer las características de la demanda, como la definición del precio y el discernimiento de la demanda, los canales de distribución de los productos, las tendencias de los consumidores dentro de la zona escogida, los requisitos de ingreso, los impuestos, los vistos buenos, al igual de otras variables que se deben tener en cuenta en el proceso de exportación y comercialización del producto en el exterior.

2. **Entrega de factura proforma:** la persona y/o artesano que quiera exportar debe proveer una cotización que incluya la identificación del comprador, su ubicación, las cantidades, el precio unitario, el valor total, la forma de pago, la validez de la oferta y las condiciones de negociación. Esto facilita que el importador realice la solicitud de permisos o licencias de exportación, como también el pago del exportador.
3. **Certificado de origen:** las normas de origen preferenciales son estipuladas, previamente, por los Estados que suscriben tratados y acuerdos comerciales con Colombia. “Estas normas prevén un beneficio arancelario de productos originarios de aquellos países participantes del esquema comercial” (Garzón, 2017, p. 27). Para proceder con la certificación, se debe constatar si la posición arancelaria hace parte de la negociación; si existe un acuerdo comercial con el país meta para la exportación; y si, en concordancia con los acuerdos comerciales, se ejecuta la ley de origen. Así, se deben conocer las normas dictadas en los tratados comerciales, sobremanera en productos artesanales elaborados con materias primas, partes o complementos importados.

El Ministerio de Comercio Industria y Turismo expide estas certificaciones, diligenciando el formulario de Registro de Productores Nacionales, Oferta Exportable y Solicitud de Determinación de Origen (Forma 010^a), para productos de exportación que gocen de las preferencias arancelarias otorgadas en acuerdos comerciales y cuadros de preferencias.
4. **Vistos buenos:** algunos productos, como las artesanías, pueden requerir vistos buenos para ser exportados; por tanto, se hace necesario que el exportador se informe y, de acuerdo con lo establecido, trámite ante la autoridad competente el visto bueno. Esto debe hacerlo antes de presentar la Declaración de Exportación (DEX) ante la Dian.
5. **Regímenes de exportación:** el régimen de exportación más usado en el caso de las artesanías colombianas es el de “exportación definitiva”, que indica la salida de mercancías nacionales, competentes al territorio aduanero nacional, para el uso o consumo definitivo en otra nación y/o zona franca. Sin embargo, los nueve regímenes de exportación, según el Decreto 2685 de 1999 son:
 - Exportación definitiva;
 - Reembarque;
 - Reexportación;
 - Exportación de menajes;
 - Exportación temporal realizada por viajeros;
 - Exportación de muestras sin valor comercial;
 - Exportación por tráfico postal y envíos urgentes;
 - Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo;
 - Exportación temporal para reimportación en el mismo estado

- 6. Transporte de la mercancía:** dependiendo del término pactado (Incoterm) con el importador, que incluye el manejo logístico, los costos y riesgos, las responsabilidades del transporte de la mercancía, y la salida y recepción del país importador de la mercancía, se recomienda EXW, “en fábrica”; FCA, “transporte libre de porte”; y DDP, “entregada derechos pagados en lugar convenido”. Las modalidades de transporte con más uso a nivel internacional son la aérea y la marítima.
- 7. Aceptación de las condiciones:** la persona que va a importar debe ratificar al exportador colombiano (artesano) la compra de la mercancía y la aceptación de las condiciones del negocio, haciendo el pago de acuerdo con la forma estipulada en la factura y/o cotización (transferencia bancaria, apertura de carta de crédito o cheque certificado).
- 8. Ratificación del pago:** cuando el importador realiza el pago, el banco comercial colombiano recibe una copia de la transacción del banco corresponsal garante, y se comunica con el exportador para que inicie los trámites para despachar la mercancía.
- 9. Factura comercial:** esta factura cuenta con el precio por producto. Esta se envía al comprador en el exterior, y las autoridades aduaneras del país importador la usan como documento básico para identificar el valor en aduana de las mercancías; sobre ese valor, se aplican los derechos de importación.
- 10. Compra y Declaración de Exportación (DEX):** este documento, presentado a la Dian, es la declaración de la exportación que relaciona el embarque efectuado (productos, posiciones arancelarias, precio de venta, etc.).
- 11. Presentación del DEX:** una vez presentada la Declaración de Exportación, con sus anexos, la Dian acepta la solicitud de autorización de embarque, procediendo al aforo de la mercancía y autorizando su embarque. La declaración se presenta con los siguientes documentos:
- Documento de identidad del exportador
 - Documento de transporte (guía aérea, conocimiento de embarque o carta de porte)
 - Factura comercial y lista de empaque
- 12. Lista de empaque:** este documento detalla el contenido de cada uno de los objetos que contiene la carga. La lista acompaña la factura comercial, que proporciona el empaque y embalaje, peso y volumen, así como las condiciones de manejo y transporte de la mercancía.
- 13. Pago de la exportación:** las exportaciones generan la obligación de reintegrar las divisas recibidas, mediante la apertura de carta de crédito, una transferencia bancaria o un cheque certificado.
- Los artesanos exportadores residentes en el país pueden recibir el pago de sus exportaciones en moneda legal

colombiana, únicamente a través de los intermediarios del mercado cambiario, presentando la respectiva declaración de cambio.

- Créditos concedidos por exportadores
- Pagos anticipados

Teniendo en cuenta lo anterior, exportar es una opción sumamente viable para los artesanos colombianos, debido a que la comercialización internacional les permite mantener beneficios como un mayor margen de venta, seguridad en la constancia de ventas, contacto continuo con los cambios y avances mundiales en la actividad que la empresa desarrolle, incrementar el volumen de producción y hacer más eficiente la utilización de la capacidad productiva de la empresa, incrementar el volumen de producción para reducir los costos unitarios de fabricación y ganar competitividad en el mercado interno, entre otros beneficios (Garzon, 2017).

5. Conclusiones y recomendaciones

Las artesanías del municipio de Guacamayas, Boyacá, además de ser atractivas por sus formas y colores, cuentan con una Denominación de Origen, lo que les permite a los artesanos tener un atributo de diferenciación y protección respecto a la indicación de procedencia de sus productos. Además, se recomienda incentivar la producción de artesanías con técnica en cestería en rollo, aprovechando que más de

260 familias reciben su sustento de dicha actividad. Las costumbres y tradiciones del municipio de Guacamayas, por su parte, han sido heredadas de sus antepasados de generación en generación; de ahí que el proceso de producción sea netamente manufacturero y que las herramientas utilizadas en el proceso tengan un mínimo grado de tecnología. Al respecto, se recomienda innovar e invertir en tecnología para hacer más eficiente la producción.

Ahora bien, el comportamiento de variables del mercado de artesanías entre los años 2015 y 2019 muestra una evolución y crecimiento de la comercialización de estos productos y, en especial, de aquellos que cuentan con respaldos nacionales. Por lo tanto, se evidencia una nueva oportunidad para la inserción a otros mercados, aprovechando las relaciones comerciales que tiene Colombia con otros países. Se recomienda, entonces, incentivar a las asociaciones de productores y de artesanos de cestería en rollo para que se vinculen más con el mercado europeo, ya que este ha mantenido un crecimiento significativo. Adicionalmente, se han desarrollado políticas desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y desde Procolombia para el acompañamiento de las exportaciones de artesanías.

Por último, se evidencian carencias de conocimiento e información a la hora de ejecutar el proceso de exportación por parte de los artesanos o asociados. Esta situación le ha abierto paso a la intermediación, lo que impide que el productor reciba lo que realmente se merece por su producto.

Al respecto, se sugiere capacitar a las nuevas y antiguas generaciones de artesanos y asociados, con el fin de generar crecimiento en este sector y en la economía del productor, aun más, cuando se vende identidad colombiana por medio de las artesanías. Estos productos pertenecen al mundo de producción interpersonal, porque se trata de empresas artesanales no intensivas en capital, que compiten en precio y que pueden llegar a nichos de mercado diferentes por la variedad de su gama.

Referencias

- Alcaldía Municipal de Guacamayas Boyacá (2021). *Nuestra Geografía*. Recuperado el 4 de noviembre de 2021 de: <http://www.guacamayas-boyaca.gov.co/municipio/nuestra-geografia>
- ArGuas Artesanías Guacamayas (s.f.). *Fotos* [página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 14 de noviembre de 2021 de: https://www.facebook.com/artesantiasdeguacamayasARGUAS/photos/?ref=page_internal
- Artesanías de Colombia (1999). Guía para Exportar Artesanías. Recuperado de: https://artesantiasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/24930_cartilla_paso_a_paso_de_exportacion.pdf
- Artesanías de Colombia (2014). Referencial Nacional de Cestería. Capítulo cestería en fique Comunidad artesanal de Guacamayas (Boyacá). Recuperado de: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/3337/1/INST-D%202014.%20117.pdf>
- Artesanías de Colombia y Fundación Social Colombiana (Cedavida) (2014). Diagnóstico cualitativo en torno a la cadena de valor municipio: Guacamayas. Recuperado de: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/2758>
- Barón, A y Artesanías de Colombia (2008). Solicitud de declaración de protección de denominación de origen de la artesanía de Guacamayas (Boyacá) y concepto sobre productos artesanales de Guacamayas. Recuperado de: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/434>
- Barón, A. (2017, 19 de abril). “Sistema artesanal de Guacamayas”. *Periódico El Sembrador*. Recuperado de: <http://www.periodicoelsembrador.com/2017/04/sistema-artesanal-de-guacamayas.html>
- Bernal, C. A. (2010) *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Bogotá: Pearson Educación de Colombia
- Ceballos Molano, R. y García, I. C. (2013). Protección legal de las denominaciones de origen y las marcas frente a los Tratados de Libre Comercio suscritos por Colombia. *Revista Prolegómenos. Derechos y Valores*, 16(32), 175-189. <https://doi.org/10.18359/dere.767>
- Decreto 2685 de 1999 [con fuerza de ley]. Por el cual se modifica la Legislación Aduanera. 30 de diciembre de 1999. D. O. 43.834
- Delgado, A. (2016). Importación de Italia a Colombia [Prezi]. Recuperado de: <https://prezi.com/x0hudjeeoqtp/importacion-de-italia-a-colombia/?fallback=1>

- Delgado Barón, M. (2017). Guacamayas: la tradición que se niega a desaparecer. Recuperado de: <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/14211/Guacamayas-%20la%20tradici%C3%B3n%20que%20se%20niega%20a%20desaparecer.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Espinel González, P.A., Aparicio Soto, D. M. y Mora A. J. (2018). Sector textil colombiano y su influencia en la economía del país. *Punto de Vista*, 9(13). <https://doi.org/10.15765/pdv.v9i13.1118>
- Garzón Martínez, V. (2017) *Guía de exportación de artesanías colombianas hacia la Unión Europea*. [Trabajo de grado]. Universidad Icesi, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Santiago de Cali. Recuperado de: https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/83706/1/TG01896.pdf
- Italia (s.f.). EcuRed. Recuperado de: <https://www.ecured.cu/Italia>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2020). *Italia*. Oficina de Estudios Económicos. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/perfiles-economicos-y-comerciales/en-este-espacio-encontrara-los-perfiles-economicos/europa/paises/italia/oee-espanol-perfil-italia-9-09-2020.pdf.aspx>
- Murdoch, J., Marsden, T. y Banks, J. (2009). Quality, nature and embeddedness: some theoretical considerations in the context of the food sector. *Economic Geo-graphy*, 76, 107-125. <https://doi.org/10.1111/j.1944-8287.2000.tb00136.x>
- Portafolio (2009, 26 de febrero). Artesanos buscan ventajas arancelarias para exportar. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/artesanos-buscan-ventajas-arancelarias-exportar-206770>
- Portafolio (2016, 17 de octubre) ¿Qué les compra Colombia a otros países en el mundo? Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/los-paises-y-productos-que-colombia-mas-importa-501040>
- ProColombia (2016, 5 de diciembre). Compradores internacionales buscan objetos con historia y técnicas ancestrales. Recuperado de: <https://procolombia.co/actualidad-internacional/compradores-internacionales-buscan-objetos-con-historia-y-tecnicas-ancestrales>
- Resolución N° 30000 de 2009 [Superintendencia de Industria y Comercio]. Por la cual se declara la protección de una Denominación de Origen. 19 de junio de 2009.
- Rodríguez, S. M. (2017). Cambios en las denominaciones de origen protegidas del sector del vino en España: movimientos entre mundos de producción. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 74, 483-513. DOI: 10.21138/bage.2463
- Rodríguez, S. E. y Climent López, E. (2017). Los mundos de producción de la denominación de origen protegidas del vino de España: disparidad de convenciones tecnológicas y comerciales. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 17(1), 101-125. <https://doi.org/10.7201/earn.2017.01.05>.
- Salais, R. y Storper, M. (1992). The four 'worlds' of contemporary industry. *Cambridge Journal of Economics*, 16, 169-193. Recu-

- perado de: <http://cje.oxfordjournals.org/content/16/2/169.citation>
- Salas Canales, H. J. (2012). *Investigación de mercado para la exportación de palta Hass al mercado de Italia* [Trabajo de grado]. Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Hugo-Salas-Canales/publication/328943692_Investigacion_de_mercado_para_la_exportacion_de_palta_Hass_al_mercado_de_Italia/links/5e2fb79992851c9af729e55a/Investigacion-de-mercado-para-la-exportacion-de-palta-Hass-al-mercado-de-Italia.pdf
- Sistema de Información para la Artesanía (Siart) (s.f.a). *Colombia Artesanal: Guacamayas, talento reflejado en oficio*. Colombia Artesanal. Artesanías de Colombia. Recuperado de: https://artesaniadescolombia.com.co/PortalAC/C_sector/colombia-artesanal-guacamayas-talento-artesanal-reflejado-en-un-oficio_7855
- Sistema de Información para la Artesanía (Siart) (s.f.b). *Colombia Artesanal: Guacamayas, técnica que enamora*. Colombia Artesanal. Artesanías de Colombia. Recuperado de: https://artesaniadescolombia.com.co/PortalAC/C_sector/colombia-artesanal-guacamayas-tecnica-que-enamora_7854
- Sistema de Información para la Artesanía (Siart) (2016, 1 de abril). *Colombia Artesanal: Guacamayas, una técnica artesanal que enamora*. Artesanías de Colombia. Recuperado de: https://artesaniadescolombia.com.co/PortalAC/Noticia/colombia-artesanal-guacamayasuna-tecnica-artesanal-que-enamora_7558
- Sistema de Información para la Artesanía (Siart) (2019, 4 de marzo). *Memoria hecha a mano*. Artesanías de Colombia. Recuperado de: https://artesaniadescolombia.com.co/PortalAC/Noticia/memoria-hecha-a-mano_12965
- Sistema de Información para la Artesanía (Siart) (2021, 27 de mayo). *Cestería poderosa*. Artesanías de Colombia. Recuperado de: https://artesaniadescolombia.com.co/PortalAC/Noticia/cesteria-poderosa_14773