



**LA EXPORTACIÓN DE  
CERÁMICA NEGRA POR  
ARTESANOS DE LA  
CHAMBA TOLIMA**

**ISBN: 978-628-95053-4-4**



## **Editores**

Mario Fernando Díaz Pava  
Ruth Erika Morales Lugo  
Elizabeth Palma Cardoso  
Robert Alexander Guzmán  
Angie Vanessa Sandoval P.  
Orlando Varón Giraldo

## **Autores**

Shomer Liliana Montealegre Marroquín  
Luisa Fernanda Betancourt García  
Mario Fernando Díaz Pava  
Ruth Erika Morales Lugo  
Elizabeth Palma Cardoso  
Robert Alexander Guzmán  
Orlando Varón Giraldo

Montealegre, S., Betancourt, L., Díaz, M., Morales, R., Palma, E., Guzmán, R., & Varón O., 2023. **La Exportación de Cerámica Negra por Artesanos de la Chamba Tolima.** Edición 1. Espinal Tolima. Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional-ITFIP.  
Editorial: Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional-ITFIP  
Págs. 99  
ISBN: 978-628-95053-4-4  
Localización: Biblioteca ITFIP y Página Web: Investigación de la facultad de Economía, Administración y Contaduría  
Formato: 21 x 27

LIBRO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA: La Exportación de Cerámica Negra por Artesanos de la Chamba Tolima

Facultad de Economía Administración y  
Contaduría Pública

**ISBN:** 978-628-95053-4-4

**Rector**

Mario Fernando Díaz Pava

**Primera edición:** diciembre 2023

Impreso en Colombia

**Vicerrector Académico**

Orlando Varón Giraldo

**Editorial:** Instituto Tolimense de  
Formación Técnica Profesional- ITFIP

**Decana**

Ruth Erika Morales Lugo

Facultad Economía, Administración y  
Contaduría

**Diseño de portadas**

Ángel Santiago Sandoval

**Revisión y Estilo:**

Francisca Barragán Galindo

**Editores**

Mario Fernando Díaz Pava

Ruth Erika Morales Lugo

Elizabeth Palma Cardoso

Robert Alexander Guzmán

Angie Vanessa Sandoval P.

Orlando Varón Giraldo

INSTITUTO TOLIMENSE DE FORMACIÓN  
TÉCNICA

PROFESIONAL “ITFIP”

www.itfip.edu.co Carrera 1a. Calle 18.

Contiguo Barrio Arkabal-Tel: (8)

2483501 – 2480014

Apartado aéreo: 087 Espinal, Tolima,  
Colombia

Para citar este libro siguiendo las indicaciones de la séptima edición en español de APA: Montealegre, S., Betancourt, L., Díaz, M., Morales, R., Palma, E., Guzmán, R., & Varón O., 2023. *La Exportación de Cerámica Negra por Artesanos de la Chamba Tolima.* Edición 1. Editorial Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional ITFIP. Págs. 99.

Derechos reservados de autor  
Copyright



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

## Tabla de Contenido

<b>Capítulo 1 Problemática en artesanos de la chamba.</b>	<b>12</b>
<b>1.1 Problemática</b>	<b>13</b>
1.1.1. Pregunta de Investigación	14
<b>1.2 Objetivos</b>	<b>15</b>
1.2.1 Objetivo General	15
1.2.1.1 Objetivos Específicos	15
<b>1.3 Justificación</b>	<b>15</b>
<b>1.4 Hipótesis de Investigación</b>	<b>16</b>
<b>Capítulo 2. Antecedentes y teorías de La Exportación de Cerámica Negra por Artesanos de la Chamba, Tolima</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Marco Referencial</b>	<b>18</b>
2.1.1 Antecedentes de Investigación	18
<b>2.2 Marco Teórico</b>	<b>22</b>
2.2.1 Globalización	22
2.2.2 Las alternativas de la globalización	23
2.2.3 Exportación	24
2.2.4 Tipos de Exportación	24
2.2.5 Artesanías	25
2.2.6 Actividad Artesanal	27
2.2.7 Diseño y Artesanía	28
2.2.8 Comercio Internacional	28
2.2.9 Incoterms	30
2.2.10 Centro Poblado la Chamba Tolima	33
2.2.11 Artífices de una tradición	36
<b>3 Capítulo 3. Proceso metodológico</b>	<b>38</b>
<b>3.1 Metodología</b>	<b>39</b>
3.1.1 Enfoque de Investigación	39
3.1.2 Características del Enfoque Cualitativo	40
3.1.3 El Proceso de Investigación Cualitativo	41
<b>3.2 Diseño de investigación</b>	<b>43</b>
3.2.1 Investigación Descriptiva	43
3.2.2 Técnicas de recolección de datos	44
3.2.3 Instrumento para la Recolección de Datos	45
3.2.3.1 Entrevista	45
<b>3.3 Proceso de apropiación social del conocimiento para el fortalecimiento o solución de asuntos de interés social con artesanos fabricantes de cerámica negra del centro poblado la chamba en Guamo Tolima.</b>	<b>45</b>
3.3.1 Objetivo	45
3.3.2 Población	46
3.3.3 Muestra	46
<b>Capítulo 4. Hallazgos Importantes de la Investigación</b>	<b>48</b>
<b>4.1 Resultados</b>	<b>49</b>
4.1.1 Análisis la situación del mercado de la exportación de cerámicas en países como Estados unidos, Alemania, Francia, Europa.	56

4.1.1.1	Artesanías .....	56
4.1.1.2	Departamentos Exportadores .....	56
4.1.1.3	Países de Destino .....	57
4.1.1.4	Países con Oportunidades de Exportar Artesanías a Diferentes Países.....	58
4.1.2	Normatividad Aplicable del Proceso de Exportación de Cerámicas Negra en Colombia .....	60
4.1.3	Procesos que se Requieren para la Exportación de Cerámica Negra.....	60
4.1.3.1	Quiénes Pueden Exportar .....	61
4.1.3.2	Qué Costos se Tienen en Cuenta .....	61
4.1.3.3	Partida Arancelaria.....	61
4.1.3.4	Acceda al Mercado.....	61
4.1.3.5	Certificados de Origen.....	62
4.1.3.6	Transporte de la Mercancía .....	63
4.1.3.7	Trámite Aduanero.....	63
4.1.3.8	Medios de Pago y Contratos .....	63
4.1.3.9	Presentación .....	64
4.1.3.10	Glosario .....	65
4.1.3.11	Documentos Para Poder Exportar: .....	66
4.1.3.12	Estudios de Mercados .....	66
4.1.3.13	Remisión de la Factura.....	66
4.1.3.14	Aceptación de las Condiciones.....	67
4.1.3.15	Confirmación de Pago .....	67
4.1.3.16	Proceso Para el Certificado de Origen .....	67
4.1.3.17	Factura Comercial .....	67
4.1.3.18	Diligenciamiento del Documento de Exportación.....	67
4.1.3.19	Solicitud de Vistos Buenos .....	68
4.1.3.20	Lista de Empaque.....	68
4.1.3.21	Contratación del Transporte .....	68
4.1.3.22	Trámite Aduanero .....	68
4.1.3.23	Los INCONTERMS.....	69
4.1.3.24	Presentación de Documentos.....	69
4.1.3.25	Pago de la Exportación.....	70
4.1.3.26	Medios de Pago.....	70
<b>4.2</b>	<b>Discusión e Impacto de la Investigación .....</b>	<b>70</b>
<b>4.3</b>	<b>Reflexión de los autores.....</b>	<b>72</b>
<b>Capítulo 5. Las Artesanías Superando Fronteras .....</b>		<b>73</b>
<b>5.1</b>	<b>Presentación.....</b>	<b>74</b>
<b>5.2</b>	<b>Glosario.....</b>	<b>76</b>
<b>5.3</b>	<b>Documentos .....</b>	<b>77</b>
<b>5.4</b>	<b>Inscripción ante la Cámara de Comercio .....</b>	<b>78</b>
<b>5.5</b>	<b>RUT como Exportador .....</b>	<b>79</b>
<b>5.6</b>	<b>Facturación autorizada por la DIAN.....</b>	<b>80</b>
5.6.1	Estudio de Mercados.....	80

5.6.2	Remisión de la Factura.....	80
5.6.3	Aceptación de las Condiciones.....	81
5.6.4	Confirmación del Pago .....	81
5.6.5	Proceso para Certificado de Origen.....	81
5.6.6	Factura Comercial .....	83
5.6.7	Diligenciamiento del Documento de Exportación .....	84
<b>5.7</b>	<b>Solicitud de Vistos Buenos .....</b>	<b>84</b>
<b>5.8</b>	<b>Lista de Empaque.....</b>	<b>84</b>
<b>5.9</b>	<b>Formato lista de empaque .....</b>	<b>85</b>
<b>5.10</b>	<b>Contratación del Transporte .....</b>	<b>86</b>
<b>5.11</b>	<b>Trámite Aduanero.....</b>	<b>86</b>
<b>5.12</b>	<b>Incoterms .....</b>	<b>86</b>
<b>5.13</b>	<b>Presentación de Documentos .....</b>	<b>86</b>
5.13.1	Pago de La Exportación .....	88
5.13.2	Medios de Pago .....	88
<b>5.14</b>	<b>Recomendaciones.....</b>	<b>88</b>
<b>5.15</b>	<b>Anexos .....</b>	<b>89</b>
<b>5.16</b>	<b>Referencias.....</b>	<b>93</b>

### Tabla de Ilustración

<b>Ilustración 1.</b>	Hace cuantos años fabrica productos en barro en el centro poblado de la chamba .....	49
<b>Ilustración 2.</b>	Tiene formalizada su microempresa. ....	50
<b>Ilustración 3.</b>	La comercialización de sus productos los hace .....	50
<b>Ilustración 4.</b>	Cuantos son los ingresos promedios que generan mensualmente con las ventas de sus productos artesanales. ....	51
<b>Ilustración 5.</b>	Cuenta con otras fuentes de ingresos diferentes a la venta de artesanías. ....	51
<b>Ilustración 6.</b>	Para el proceso de fabricación de artesanías su mano de obra vinculada es .....	52
<b>Ilustración 7.</b>	Cuantos puestos de trabajo genera su microempresa .....	52
<b>Ilustración 8.</b>	¿Usted ya ha tenido la oportunidad de exportar? Mediante de qué forma .....	53
<b>Ilustración 9.</b>	Le gustaría exportar los productos que elabora en su microempresa.....	53
<b>Ilustración 10.</b>	Tiene claro el proceso de exportación para las artesanías. ....	54
<b>Ilustración 11.</b>	Está interesado en iniciar proceso de exportación de las artesanías.....	55
<b>Ilustración 12.</b>	Tiene acceso a alguna asesoría para realizar proceso de exportación de las artesanías.....	55
<b>Ilustración 13.</b>	Está interesado en recibir capacitación para el proceso de exportación de artesanías .....	56
<b>Ilustración 14.</b>	Municipio La Chamba.....	74
<b>Ilustración 15.</b>	Olla de Barro .....	74
<b>Ilustración 16.</b>	Formulario de Registros de Marcas y Lemas para Microempresas .....	78
<b>Ilustración 17.</b>	Registro Único Tributario.....	79
<b>Ilustración 18.</b>	Facturación Autorizada .....	80
<b>Ilustración 19.</b>	Salsera tricolor negro .....	82

<b>Ilustración 20.</b> Formulario 010 .....	83
<b>Ilustración 21.</b> Formulario 600 Declaración de Exportación. ....	87
Ilustración 22. Entrevista .....	89
<b>Ilustración 23.</b> Registro de firmas .....	89
<b>Ilustración 24.</b> Lista de firmas .....	92

### Tabla de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Tipos de exportación.....	24
<b>Tabla 2.</b> Incoterms vigentes .....	32
<b>Tabla 3.</b> Datos .....	47
<b>Tabla 4.</b> Muestra.....	47
<b>Tabla 5.</b> Exportaciones colombianas de artesanías por departamento de origen USD millones 2018-2022.....	57
<b>Tabla 6.</b> Exportaciones colombianas de artesanías por países de destino USD millones 2018-2022.....	57
<b>Tabla 7.</b> Exportaciones promedio 2016-2020 .....	58
<b>Tabla 8.</b> Marco legal para las exportaciones .....	60

## Prólogo

El objetivo de este libro es la planificación de una estrategia para consolidar el trámite de exportación de cerámica negra fabricada del Guamo Tolima, centro poblado la chamba. Se realizó la entrevista Con el objetivo de compilar la información requerida como diario de campo para el desarrollo de la problemática que se obtuvo en la localidad de La Chamba.

De acuerdo a la entrevista realizada en la Chamba, ubicada en el suroriente del municipio de El Guamo, en el departamento del Tolima se dio como resultado que cada artesano está interesado en obtener información sobre cómo pueden exportar su loza artesanal a diferentes mercados internacionales, se dejó como observación que no todos los artesanos están registrados en Cámara de Comercio y Rut por tanto tienen dificultades a la hora de vender sus artesanías , por tal motivo buscan intermediarios para vender y transportar su loza a otras mercados diferentes a un precio no razonable. Cada uno de los artesanos tienen sus talleres en su hogar, donde realizan su trabajo en compañía de familiares y personas externas además los que tiene almacenes dependen de la entrada de turistas de ciudades diferentes para poder subsistir de lo que hacen, los ingresos que ellos obtienen mensualmente varían por temporadas debido a que no todos los días ni todos los meses no se venden lo mismo.

Es importante anotar que el Análisis del mercado actual de la exportación de cerámicas en países como Estados unidos, Alemania, Francia, Europa. Muestra que Europa no tuvo participación en orígenes de exportación de artesanías se dio a conocer que hay 26 países en los cuales hay una gran participación para poder distribuir los artículos de artesanías. Dentro del análisis expuesto por cada normatividad aplicable trámite de exportación de cerámicas negras colombianas se muestra la aplicación de cada decreto del proceso para exportar y la descripción de la posición arancelaria.

La Exportación de Cerámica Negra por Artesanos de la Chamba Tolima, es un libro resultado de investigación que hace referencia a 5 capítulos con producción científica de investigadores, docentes y estudiantes del programa Contaduría Pública del Instituto Tolimense de Formación Tecina Profesional- ITFIP: de igual manera, es arbitrado por pares de doble ciego, con temáticas de las ciencias sociales con acceso abierto a las comunidades científicas nacionales e internacionales.

*Autores*

## Introducción

Desde tiempos inmemoriales, los artesanos han dedicado su vida a perfeccionar un oficio particular para atender a una variedad de necesidades, generalmente para su propio uso. Las artesanías han atravesado por un proceso de constante transformación, adoptando y ajustándose a los progresos tecnológicos de cada era. El auge de la exportación de artesanías de cerámica negra se fundamenta en factores como la coyuntura medioambiental actual y la imperiosa necesidad de disminuir el consumo de productos cuyos desechos causen daño al planeta y a sus habitantes.

A pesar de todos los esfuerzos no es muy suficiente toda la información necesaria para acudir a una estrategia de exportación efectiva imposibilitaba a los artesanos la incursión de sus creaciones en el mercado global. Ante esta realidad, se veían obligados a depender de intermediarios que comercializaban las artesanías finalizadas en mercados externos. Esta coyuntura ha generado un perjuicio económico sostenido en el sector artesanal durante años, a la par que se ha menospreciado la calidad y el valor artesanal de sus productos.

El Proceso de exportación de cerámica negra fabricada por artesanos del Guamo Tolima, En el corazón de Colombia, en un enclave donde el tiempo parece haberse detenido, reside una comunidad que ha sabido preservar su legado cultural a través de la artesanía su economía se nutre en un 85% de la creación artesanal de piezas únicas e irrepetibles., impregnadas de la identidad y la cosmovisión de sus ancestros. Agregando a lo anterior la investigación reside en la meticulosa encuesta, el profundo análisis de los datos adquiridos y el estudio exhaustivo de la comunidad artesanal de la vereda La Chamba. Para obtener y determinar con exactitud cuáles son los artesanos de manera natural o jurídica puedan exportar sus artesanías eficientemente con la guía presentada que van a obtener cada uno.

Las estrategias más comunes para recopilar esta información involucran entrevistas abiertas, dinámicas de grupos focales y observación de grupos. En la etapa de recolección de datos, cada investigador generalmente se encarga de analizar y observar la información obtenida con el propósito de determinar el porcentaje de artesanos que tienen un amplio mercado de exportación para sus artesanías. La recolección de la investigación se realiza de manera personalizada, en medio físico se analizará cada uno de los datos suministrados a través de las encuestas, Para alcanzar los objetivos de investigación y resolver el problema planteado, con el fin de conocer y determinar los pasos para exportar a un mercado mundial.

El fin del proyecto consiste es, registrar, recoger, analizar, y obtener información relacionada con la exportación de las artesanías suministrando lo establecido de manera adecuada los recursos para la elaboración de la guía para exportar.



# CAPÍTULO I

Problemática en artesanos  
de la Chamba

## 1.1 Problemática

Las artesanías de cerámica en barro se encuentran íntimamente ligadas a las actividades diarias de las personas, quienes han dado vida a un sinnúmero de usos y aplicaciones para estas creaciones, desde las más sencillas hasta las más elaboradas, posicionándolas como herramientas indispensables en el progreso humano. En la población la chamba lleva más de 300 años de tradición, es una práctica que ha evolucionado con el tiempo.

Las artesanías de cerámica en barro encierran en cada una de sus formas, materiales, colores y usos una expresión viva de los aspectos culturales que les dan origen. Anteriormente su comercialización era por medio del río Magdalena por canoas, después ya implementaron vías de acceso y así mismo llegó la entrada de turistas al mercado se empezó a expandir por medios de ferias artesanales como en Manizales, Bogotá, Cartagena Medellín después de ser reconocidos por diferentes ciudades crearon para los artesanos las ferias de expo artesanías, expo artesano fue donde los artesanos empezaron a salir más y dar a conocer sus productos.

Hace 3 años se dio una denominación de origen lo que hizo que los productos se destacaran por sus fuertes procesos de calidad, así mismo se da a conocer más internacionalmente.

Se decide tomar el Centro poblado la Chamba de Guamo Tolima como punto estratégico para la investigación y la elaboración de una guía para las exportaciones de cerámicas de barro negro debido a que los artesanos no cuentan con la información adecuada para realizar el proceso y acuden a intermediarios para poder realizar la comercialización de los productos.

El proyecto conduce a demostrar que, en el centro poblado de la Chamba, Posee los recursos necesarios para satisfacer la demanda del mercado internacional donde cuenta con unos estándares de calidad altos y alta demanda con los tipos de productos

artesanales de cerámicas negra Con ventajas competitivas y un fuerte reconocimiento de marca, bien posicionado para los mercados de exportación.

Este documento tiene como objetivo establecer una guía para el Comercio exterior de artesanías en cerámica de La Chamba, Tolima. Se han detectado mercados con un alto potencial de crecimiento enfocándose principalmente en mercados europeos como Alemania, Italia, Francia, Reino Unido y Holanda, y en el mercado estadounidense.

En el universo de los regalos y la ornamentación, la cerámica artesanal de La Chamba se alza como una estrella resplandeciente. Este análisis estratégico se adentra en el panorama actual de los artesanos, examinando tanto los factores internos como externos que modulan su trayectoria en el mercado. Tras escudriñar las exportaciones colombianas de estas piezas a mercados de gran interés, se ahonda en sus características y relevancia para los artesanos de La Chamba. En los países de destino, resulta fundamental comprender las particularidades de los canales de distribución, por lo que presentamos un estudio exhaustivo de los diversos componentes que intervienen en un proceso de comercialización.

“Las artesanías colombianas se posicionan en el mercado internacional gracias a su alta calidad, respaldada por los certificados que ostentan los artesanos colombianos. Un claro ejemplo de ello es el sello "HECHO A MANO" otorgado por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas (ICONTEC). Este distintivo, junto a la amplia diversidad de productos artesanales colombianos, fruto del dominio de materiales y técnicas únicas, hacen de estas piezas un tesoro cultural apetecido por compradores de todo el mundo.”

### **1.1.1. Pregunta de Investigación**

¿Cómo fortalecer proceso de exportación de la cerámica negra fabricada por artesanos del Guamo Tolima, centro poblado la chamba, que permitan ampliar el mercado y facilitar el conocimiento de los trámites para el proceso por parte de los artesanos?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Realizar una estrategia para fortalecer el proceso de exportación de cerámica negra fabricada del guamo Tolima, centro poblado la chamba.

#### **1.2.1.1 Objetivos Específicos**

- Analizar la situación del mercado de la exportación de cerámicas en países como Estados Unidos, Alemania, Francia, Europa
- Describir la normatividad aplicable del proceso de exportación de cerámicas negra en Colombia
- Establecer los procesos que se requieren para la exportación de cerámica negra
- Elaborar una guía didáctica para el proceso de exportación de cerámica negra en Colombia.

## **1.3 Justificación**

El proyecto se lleva a cabo con el objetivo de comprender las necesidades del artesano frente a los procesos de exportación y diseñar una guía para el proceso de los productos artesanales en específico “cerámica negra” incluyendo las personas que deseen exportar, haciendo su proceso más fácil y así poder expandir el mercado en otros países.

El análisis está realizado por la necesidad que se está presentando actualmente en el centro poblado la chamba Tolima en la comercialización debido a la ausencia de conocimiento sobre los procedimientos de exportación limita las oportunidades de los artesanos para ingresar al mercado global.

En este proceso, es fundamental incluir a los artesanos en el flujo de información. Es crucial comprender sus necesidades para atenderlas adecuadamente. La información

debe fluir hacia ellos de manera clara y accesible, a través de capacitaciones e informes de resultados en un lenguaje que ellos puedan entender.

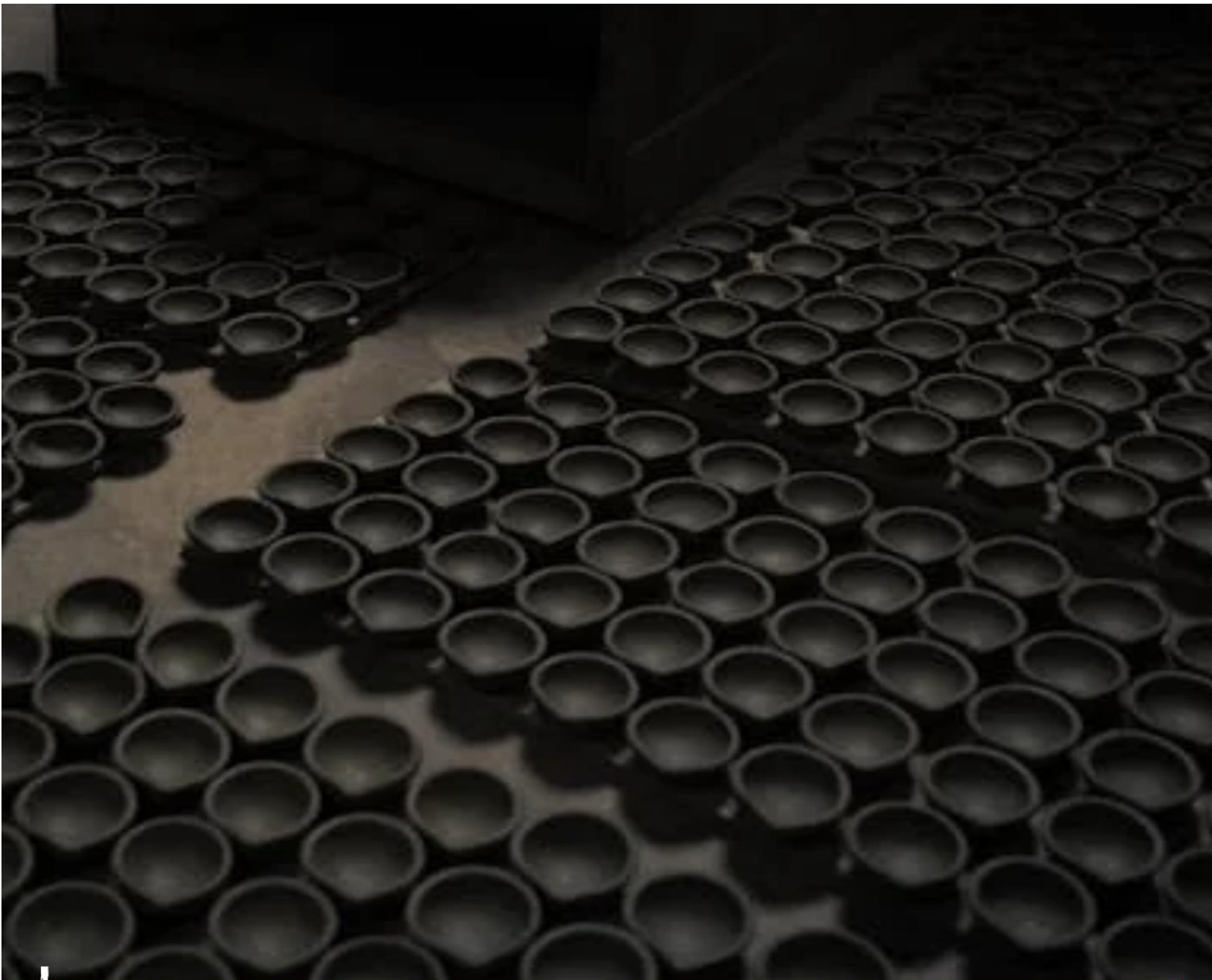
La propuesta investigativa aportara a cada uno de los artesanos información clara, concreta, y una guía de capacitación que aportara conocimientos con el objetivo de optimizar el proceso de exportación y potenciar el impacto positivo en la vida de los artesanos, se propone una estrategia integral que abarca desde la mejora de las técnicas de producción y comercialización hasta el fortalecimiento de las capacidades y el bienestar de los creadores.

La estrategia para fortalecer el proceso de exportación de cerámica negra fabricada por artesanos del centro poblado La Chamba del Guamo, Tolima, se basa en la necesidad actual de la comunidad de comercializar sus productos artesanales a nivel internacional.

De igual forma se busca como impacto: Fortalecer la incursión a mercados internacionales, con un adecuado conocimiento del proceso de exportación que puedan hacer directamente el artesano, Esta iniciativa encarna los principios de la apropiación social del conocimiento, empoderando a las comunidades para abordar y resolver desafíos sociales apremiantes

#### **1.4 Hipótesis de Investigación**

Los procesos de exportación ayudan a los artesanos de la vereda la chamaba a participar en procesos de globalización permitiendo generar crecimiento en la región por lo cual se hace necesario contar con un proceso detallado de la manera que gestione el proceso de exportación a países como como Europa, Alemania, Italia, Francia, Reino Unido, Holanda y Estados Unidos en cumplimiento de la normatividad exigida en Colombia para el proceso de exportación de la cerámica negra en el centro poblado la chamba Tolima.



# CAPÍTULO II

Antecedentes y teorías de La  
Exportación de Cerámica  
Negra por Artesanos de la  
Chamba, Tolima

## **2.1 Marco Referencial**

### **2.1.1 Antecedentes de Investigación**

En el primer trabajo de Garzón (2017), se denominado “Guía de Exportación de Artesanías Colombianas Hacia la Unión Europea” de la universidad ICESI de Cali. Se trata de una investigación que desarrolló este estudio se adentra en el sector artesanal colombiano este estudio se centró en las estrategias para integrar con éxito las artesanías colombianas en el mercado global, haciendo especial hincapié en el cumplimiento de rigurosas medidas de control de calidad. La investigación se dio lugar al nacimiento de una estrategia global, diseñada para empoderar a los productores artesanales colombianos para comercializar sus productos de manera efectiva desde Colombia hacia los mercados internacionales.

La investigación se llevó a cabo de manera meticulosa, empleando una metodología sólida que abarcaba técnicas de entrevistas, recopilación bibliográfica exhaustiva y consultas profundas con actores clave del sector. Además, la invaluable colaboración de la consultoría de la Universidad ICESI, ICECOMEX y Artesanías de Colombia, la entidad líder responsable de los estudios orientados al sector artesanal colombiano, resultó fundamental para obtener acceso a información crítica que enriqueció esta investigación.

En efecto, Un esquema detallado fue elaborado, describiendo minuciosamente los procedimientos logísticos y de preparación necesarios para la exportación de artesanías. En paralelo, se identificaron factores socioeconómicos pertinentes que deben ser tomados en cuenta en Colombia al formular iniciativas para el fomento de la artesanía, con el propósito de impulsar el desarrollo socio-económico de esta comunidad. La investigación cumple con la investigación de Unesco (citado por Garzón, 2017)” Para comprender a cabalidad el sector artesanal en Colombia, es imprescindible reconocer al artesano como un profesional creativo que desarrolla un oficio principalmente manual, impregnado de las tradiciones y conocimientos acumulados a través De los métodos utilizados en la creación de productos propios de una región o grupo social”.

Este proyecto de Garzón (2017), está relacionada con la investigación planteada, porque muestra los sectores de artesanías de Colombia y principales países exportadores. Además, Colombia se enorgullece de una vasta gama de productos artesanales, cada uno portador del dominio de materiales y técnicas singulares. Estas características distintivas se plasman en los diseños de estas creaciones artesanales, donde se entretajan armoniosamente elementos de las tradiciones precolombinas, afroamericanas y españolas.

Así mismo el trabajo de Echegaray (2005), el cual desarrollo una “Investigación de Mercados Aplicada en la Chamba Tolima”. “La principal dificultad que enfrentan los artesanos de La Chamba es su desconocimiento de los procesos de comercialización, tanto a nivel nacional como internacional. Esta falta de conocimiento ha sido aprovechada por intermediarios colombianos y extranjeros, quienes adquieren artesanías de La Chamba de alta calidad a precios sumamente bajos. Para comprender mejor la situación y sus causas, se realizaron dos visitas preliminares. Posteriormente, se elaboró una propuesta de investigación de mercado que incluía a todos los consumidores finales de las artesanías de La Chamba. El estudio de mercado, llevado a cabo en la comunidad de La Chamba, tuvo como objetivo recopilar datos primarios, complementados con información secundaria proveniente de otros estudios y trabajos universitarios. Este enfoque integral permitió obtener datos claros, precisos y relevantes, sentando las bases para formular recomendaciones sólidas en materia de estrategias de marketing. “

Es fundamental capacitar a los artesanos para fomentar una cultura de búsqueda incesante por la excelencia en la calidad de los productos, esto les permitirá alcanzar los estándares necesarios para una comercialización exitosa.

Este trabajo está relacionado con la investigación planteada, porque contiene cómo está la investigación de los mercados permanentes para la exportación internacional y nacional de las artesanías de la chamba es importante para tener en cuenta y Adoptar un enfoque de marketing que priorice la capacitación de los artesanos

para la elaboración de productos artesanales de excelencia.

Así mismo el proyecto de Quintero, Cardona, Marzan (2010), se denominó “Exportación de Productos Artesanales Colombianos” Institución Universitaria E Sumer de Medellín. “Un examen exhaustivo de bases de datos sobre producción artesanal, tesis, investigaciones y un documento de agenda interna sobre productividad y competitividad en el sector artesanal evidenció una disparidad en el conocimiento y la experiencia administrativa entre los artesanos y sus pares en turismo, industria y servicios. Esta deficiencia limita la capacidad de los artesanos para transformar su oficio en actividades competitivas, restringiendo su acceso a nuevos mercados con las mismas oportunidades que otros sectores económicos. Para abordar esta problemática, se ofreció un servicio de comercialización y exportación a empresas Fami y Mi pymes dedicadas a la producción artesanal en los departamentos de Antioquia y Cundinamarca, facilitándoles la incursión en mercados europeos”.

El proyecto está relacionado con la investigación planteada, debido a la problemática que actualmente tiene los artesanos del centro poblado la chamba al no saber la información concreta de cómo es la manera de exportar y sus costos en los procesos.

Por otro lado, el trabajo Anda, Landeta (2016), el cual desarrollo “Plan Estratégico para la Exportación de artesanías de barro desde la Pila-Manabí A Miami-Estados Unidos” de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) del Ecuador. “Adoptando el marco de las estrategias genéricas de Porter, el proyecto evaluó meticulosamente la estrategia más efectiva para garantizar la entrada exitosa y la presencia duradera de las figurillas de arcilla manabitas en el lucrativo mercado estadounidense. Es crucial reconocer la creciente apreciación por la cultura, la innovación y la artesanía latinoamericana en varios países, lo que amplía el mercado potencial más allá de Estados Unidos para incluir a las naciones de la Unión Europea. Los artesanos de este gremio enfrentan una brecha de conocimiento significativa con respecto a las ciudades donde se fabrican sus productos, los segmentos potenciales del mercado de exportación

y los canales de distribución empleados para vender sus creaciones. Para abordar estos desafíos, el proyecto se centró en la exportación de artesanías de barro producidas en la parroquia La Pila, Manabí, a Miami, Estados Unidos. Esto involucró un análisis exhaustivo del mercado externo, que abarca los desarrollos ambientales y las tendencias predominantes, para identificar las oportunidades y amenazas que presenta este mercado”.

El proyecto esta relaciona investigación planteada, porque da importancia a la relación que tiene las artesanías en barro en otros países y como se podrían manejar canales de distribución entre países para las ventas de dichos productos artesanales.

Por último, la tesis de Acuña (2022), el cual desarrollo “Fortalecimiento de las Oportunidades de Exportación para la Cerámica Utilitaria Decorativa Producida por la Asociación de Artesanos Keramic Makka: Un Enfoque Estratégico para el Mercado Estadounidense. “La cerámica artesanal ha tenido un gran impacto global debido a su variedad, diseño, color y tamaño. Artesanos de todo el mundo la crean, mostrando su cultura y creatividad en cada pieza. Esto ha dado lugar a diversos nichos de mercado en diferentes países, aumentando la competencia y mejorando la calidad con el tiempo.

Un estudio sobre la comercialización de la Asociación de Artesanos Ceramistas Keramic Makkas identificó los factores y requisitos para exportar cerámica decorativa utilitaria desde la región de Cajamarca. Se analizaron estrategias comerciales adecuadas para lograrlo. La investigación, de tipo descriptivo y cuantitativo, permitió detallar la autenticidad empresarial de la Asociación. Se llevó a cabo un análisis de la situación de la misma, Se recopiló información crucial sobre la situación actual, El desempeño y la eficiencia del proceso productivo y el público objetivo a través de entrevistas con cinco artesanos expertos en cerámica decorativa utilitaria vidriada.”

La tesis está relacionada con la investigación planteada, porque habla de las estrategias para la exportación de artesanías a países como Estados Unidos y los costos que conllevan a su misma exportación.

## **2.2 Marco Teórico**

### **2.2.1 Globalización**

Moneta (1996), señala “El secretario Permanente del Sistema Económico Latinoamericano (SELA) subraya la tendencia errónea de equiparar la globalización únicamente con aspectos económicos, descuidando sus ramificaciones políticas, culturales y sociales más amplias. Propone que, en el ámbito cultural, la globalización puede interpretarse como un cambio de las identidades culturales tradicionales y modernas arraigadas en territorios específicos a identidades modernas y posmodernas que trascienden las fronteras geográficas”

De acuerdo con Mittelman (1996), “Bajo la óptica del capital, la globalización emerge como una fase histórica ha conectado a diversas sociedades en una red único. Su naturaleza dialéctica entrelaza elementos persistentes con rupturas significativas. En el plano económico, se la puede considerar como una utopía de mercado, plasmando condiciones óptimas que nunca han sido tangibles”.

Cerdas (1997) En el escenario global, se observa un proceso vertiginoso de interconexión e interdependencia que abarca todos los ámbitos de la vida humana. Esta transformación, conocida como globalización, ha cimentado una red compleja de relaciones que trasciende fronteras y redefine los parámetros de diversos sectores, incluyendo el militar, económico, comercial, financiero, informativo, científico, tecnológico, artístico y cultural. L”.

En el panorama internacional actual, la globalización se erige como un fenómeno de profunda trascendencia que ha transformado radicalmente la dinámica comercial y económica entre las naciones. Este proceso se caracteriza por actividad económica y servicios en un país y su posterior distribución y comercialización en otros, eliminando o reduciendo significativamente las barreras y restricciones comerciales que anteriormente obstaculizaban el intercambio.

En el contexto actual, la globalización se manifiesta con mayor intensidad en Europa Occidental, particularmente bajo el amparo de la Unión Europea. Este bloque no solo facilita la distribución y comercialización de productos entre sus países miembros, sino que también otorga a sus ciudadanos una identidad única: la ciudadanía europea. Esta les permite disfrutar de la libre circulación, permitiéndoles estudiar, trabajar y residir en cualquier país miembro sin restricciones.

La apertura económica y la interconexión global han propiciado cambios significativos en las brechas económicas entre países. En este contexto, resulta innegable la influencia de los avances tecnológicos y la apertura de nuevas economías en las empresas locales. Estas han adoptado nuevas prácticas de nivel mundial, tanto en el ámbito comercial como administrativo, para adaptarse a las nuevas tendencias económicas que surgen a nivel continental y nacional.

Este proceso de desarrollo competitivo ha intensificado la competencia entre empresas nacionales, locales e internacionales. Todas ellas buscan obtener ventajas competitivas y comparativas para acceder a mercados más fructíferos y evitar pérdidas ante las grandes empresas globales, que cuentan con estándares superiores a los de los países emergentes.

### **2.2.2 Las alternativas de la globalización**

Según Otto (1996) “Los partidarios de la globalización la postulan como la panacea para el lento crecimiento de países de renta media, enfatizando la necesidad de la competencia externa. No obstante, advierten que esta debe ir acompañada de ajustes económicos y sociales, como el desmantelamiento del sector estatal y la reducción del gasto social. Sin embargo, la fuerza arrolladora de la globalización ha impuesto su realidad, La búsqueda de una mayor competitividad y bienestar social no se logra ni con la apertura total de las economías a mercados externos ni con el aislamiento proteccionista”.

### 2.2.3 Exportación

Bancomext (2003). La exportación consiste en el traslado legal de bienes nacionales o nacionalizados. La Ley Aduanera define dos tipos de exportación: definitiva y temporal. La exportación definitiva permite que los bienes se queden en el país para ser utilizados o consumidos

También se tiene la definición que Sawyer (2006) da en su libro “Internacional Economics”, la cual dice: “La exportación implica la comercialización de productos y servicios de un país a otro. Este término abarca comúnmente los ingresos de un país se generan a partir de las transacciones comerciales abarcan tanto bienes materiales como servicios, los cuales pueden ser tangibles o intangibles. Entre los servicios tangibles se encuentran actividades no relacionadas con la manufactura, como la transformación, el transporte, los fletes y los seguros. Por su parte, los servicios intangibles incluyen actividades financieras como la obtención de utilidades, intereses y comisiones, junto con algunos servicios no financieros.”

### 2.2.4 Tipos de Exportación

En su “Guía Básica del Exportador”, Bancomext clasifica las exportaciones en distintas categorías, las cuales se detallan a continuación:

**Tabla 1.** Tipos de exportación

Tipos de exportación	Normativa
Exportación Definitiva	Envío permanente de bienes desde el territorio nacional hacia otro país, sin intención de retorno.
Exportación Temporal.	Envío temporal de mercancías al extranjero con un propósito específico (reparación, exhibición, sustitución) y con la obligación de reimportarlas dentro de un plazo determinado.
Exportación Indirecta	Modalidad de exportación utilizada por empresas con poca experiencia o en sus inicios en el comercio internacional, donde un intermediario se encarga de la logística y trámites.
Exportación Directa	Envío de mercancías al extranjero por iniciativa propia de la empresa, motivado por factores como La exploración de nuevos horizontes comerciales, la mitigación de incertidumbres o la reducción de la demanda dentro del país.

**Nota:** “Guía Básica del Exportador” Bancomext

### 2.2.5 Artesanías

Según Navarro (2007) "La artesanía, como manifestación cultural vivaz, ha configurado elementos distintivos de nuestra identidad, tanto individual como colectiva. Este proceso, moldeado por el entorno y las realidades culturales, sociales y económicas, ha dado lugar a un tesoro ancestral que se conserva y enriquece con el paso de las generaciones, englobando creencias, artes, valores, prácticas y tradiciones que se heredan y comparten. En este sentido, la artesanía se erige como una memoria viva que enaltece las experiencias ancestrales en el día a día del artesano.

Desde una perspectiva multifacética, la artesanía se puede concebir en tres dimensiones:

1. El artesano: Alma y motor de la creación cultural:

El artesano se posiciona como el artífice y constructor de cultura, imbuyendo cada pieza con su esencia y saberes. Su labor, cargada de pasión y maestría, da vida a objetos que trascienden lo meramente funcional, convirtiéndose en expresiones tangibles del patrimonio cultural.

2. La actividad artesanal: Un crisol de técnicas y tradiciones:

La actividad artesanal se configura como un proceso dinámico donde convergen técnicas y prácticas ancestrales con enfoques contemporáneos. Este diálogo entre lo tradicional y lo moderno da lugar a un proceso productivo que no solo genera piezas únicas, sino que también provee medios de vida al artesano.

3. El producto artesanal: Un lienzo donde se plasma la identidad:

El producto artesanal Un patrimonio cultural vivo que se perpetúa a través del tiempo, compuesto por creencias, artes, valores, prácticas y tradiciones que pasan de padres a hijos, y la riqueza cultural de una nación, región o localidad. Cada pieza, impregnada de simbolismo y significado, funciona como un embajador que transmite la esencia de un pueblo a través de formas, colores y texturas. UNESCO (1997).

En el ámbito internacional, la UNESCO ha establecido una definición precisa de la artesanía: "Las creaciones artesanales son fruto del trabajo manual de artesanos,

quienes las elaboran íntegramente a mano o bien La elaboración artesanal involucra el uso de herramientas manuales o incluso medios mecánicos, sin embargo, el aporte manual directo del artesano es esencial para definir el producto final."

Esta definición destaca la naturaleza artesanal como una actividad sin restricciones de cantidad, que utiliza la elaboración de artesanías implica el uso de materias primas de origen sostenible, y su valor especial radica en sus características distintivas, que abarcan desde la utilidad y la estética hasta el arte, la creatividad, la tradición, la cultura y el simbolismo y con un profundo significado religioso y social.

En el contexto colombiano, Artesanías de Colombia S.A. define la artesanía como una "actividad transformadora" que culmina en la creación de objetos únicos y funcionales, los cuales, en ocasiones, adquieren la categoría de obras de arte. la elaboración artesanal se caracteriza por una estructura ordenada e imprescindible de los oficios y sus líneas productivas. Se realiza en pequeños talleres donde la división del trabajo es mínima, y el factor principal es la habilidad física y mental del artesano, complementada por herramientas y máquinas relativamente simples. Cabe destacar que la artesanía está condicionada por el entorno geográfico, que proporciona las materias primas, y por el desarrollo histórico del marco sociocultural en el que se desenvuelve y al cual contribuye a definir.

Artesanías de Colombia S.A. se destaca por su robusto un Sistema de Gestión de Calidad perfectamente integrado a la estrategia y el contexto de la empresa, optimizando su desempeño y competitividad. Este sistema brinda un sólido soporte a la dirección estratégica, impulsando el logro de metas y la consolidación de la empresa en el mercado artesanal.

El compromiso de Artesanías de Colombia S.A. con la calidad se ve materializado en la obtención del Certificado SC2802-1, otorgado por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas (ICONTEC). Este reconocimiento, bajo los estrictos lineamientos de la norma internacional ISO 9001:2015, demuestra el compromiso de la empresa con la

calidad superior en sus procesos y productos. La política de calidad de Artesanías de Colombia S.A. no solo define objetivos de calidad ambiciosos, sino que también garantiza el cumplimiento estricto de todas las normas y regulaciones aplicables.

La empresa se dedica a optimizar continuamente su sistema de gestión, evaluando periódicamente su política para asegurar su relevancia y efectividad. Esta estrategia flexible permite a Artesanías de Colombia S.A. ajustarse a las dinámicas necesidades del mercado y elevar continuamente sus niveles de calidad.

En definitiva, Artesanías de Colombia S.A Destaca como referente en el ámbito artesanal, consagrada a la calidad, la excelencia y el perfeccionamiento constante. Su Sistema de Gestión de Calidad certificado y su política de calidad sólida y actualizada son un testimonio de su dedicación a la elaboración de productos artesanales de la más alta calidad, satisfaciendo las expectativas más exigentes de sus clientes.

#### **2.2.6 Actividad Artesanal**

Según Pacheco (2014) “En el ámbito local, la artesanía se manifiesta como una actividad doméstica que ha persistido a través del tiempo, conformando un entramado cultural vibrante. Esta actividad se nutre de cuatro elementos esenciales que interactúan de manera dinámica y constante: el artesano, la obra artesanal en sí misma, el oficio artesanal y los valores culturales que representan la identidad de un pueblo.

El sistema artesanal, lejos de ser una mera técnica de producción, se erige como una fuerza transformadora que integra los elementos propios de la comunidad local, moldeando permanentemente su realidad. Frente a las influencias externas y los cambios constantes, este sistema no solo se adapta, sino que también evoluciona, dando lugar a expresiones materiales cargadas de simbolismo y funcionalidad que enriquecen el patrimonio cultural de la comunidad.

Un ejemplo claro de este poder transformador se encuentra A través de la elaboración de productos artesanales a partir de materias primas naturales. Estos productos, imbuidos de simbolismo y funcionalidad, no solo fortalecen el patrimonio material de la comunidad, sino que también se convierten en motores de actividad productiva y económica. De esta manera, la artesanía se convierte en un pilar fundamental para el desarrollo sostenible de las comunidades locales, preservando su identidad cultural mientras genera oportunidades económicas.

### **2.2.7 Diseño y Artesanía**

Teniendo en cuenta, la Diseñadora Industrial Quiñones (2015) “La sinergia entre diseñadores y artesanos se convierte en un motor impulsor de la producción de objetos con identidad propia. Esta colaboración fructífera da lugar a piezas únicas que reflejan la esencia de una región, elaboradas con técnicas ancestrales y utilizando materias primas locales. A diferencia de los productos de consumo masivo, estas creaciones artesanales se alejan de la homogeneidad y se convierten en símbolos de identidad cultural.”

El trabajo conjunto entre diseñadores y artesanos no solo enriquece el panorama artesanal, sino que también fortalece la formación de diseñadores comprometidos con la investigación. Estos profesionales, impulsados por su pasión por la identidad cultural, profundizan en las problemáticas de conservación y desarrollan estrategias innovadoras para afrontar los desafíos del mercado globalizado.

### **2.2.8 Comercio Internacional**

González (2009) primeramente habla “El intercambio de bienes y servicios entre naciones caracteriza al comercio internacional. A diferencia del comercio doméstico, que se limita a un mismo ámbito económico, monetario y legal, el comercio internacional involucra a entidades comerciales de distintos sistemas jurídicos, con marcadas disparidades económicas y sociales.”

El intercambio comercial a nivel internacional juega un papel fundamental en la dinámica económica a nivel local, regional y global. Cada transacción comercial impacta

positivamente en diversos sectores, generando un efecto multiplicador que abarca desde la producción y comercialización hasta el transporte, aseguramiento y nacionalización de las mercancías. En este proceso se involucra una amplia gama de actores económicos.

Desde otra perspectiva la apertura al comercio internacional facilita la obtención de avances tecnológicos que, de otro modo, serían inaccesibles para muchos países en un corto período de tiempo, ya sea por limitaciones geográficas o económicas.

Para los productores de bienes, el comercio internacional amplía su mercado, lo que genera un entorno competitivo que beneficia al consumidor final, quien ahora cuenta con una mayor variedad de opciones para satisfacer sus necesidades.

“El comercio internacional, consolidado como una red comercial en el siglo XVI, experimentó una importante transformación en el siglo XIX. El alto costo del transporte impuso limitaciones significativas a las transacciones, afectando tanto el volumen como la variedad de productos intercambiados y restringiendo considerablemente la competencia.

A partir de 1820, el comercio global experimentó un cambio radical, convirtiéndose en un pilar fundamental para proveer a las industrias con productos sin procesar. Geográficamente, el comercio se concentraba principalmente en las naciones de Europa Occidental, las cuales representaban cerca del 70% del valor total de las exportaciones a nivel mundial.”. Herrero, Jiménez (2021).

El comercio internacional, como un fenómeno complejo y dinámico, Ha sido analizado y debatido en profundidad por parte de diversos teóricos y economistas a lo largo de la historia. Cada una de estas perspectivas, enmarcadas en diferentes escuelas de pensamiento, ha aportado valiosas herramientas para comprender el funcionamiento de las estructuras económicas y los efectos del comercio internacional en las naciones.

Si bien la teoría del comercio internacional ha identificado numerosos beneficios asociados al intercambio comercial entre países, como el aumento del bienestar social, la especialización productiva y el crecimiento económico, también ha generado inquietudes y preocupaciones. Esta complejidad ha impulsado el trabajo de diversas generaciones de economistas, quienes han realizado importantes aportes científicos, generando a su vez afirmaciones y contradicciones sobre el comercio internacional.

La ausencia de un conocimiento universal que defienda un único interés en el ámbito del comercio internacional refleja la riqueza y diversidad de este campo de estudio. Las diferentes teorías y perspectivas ofrecen lentes valiosos para analizar los distintos aspectos del comercio internacional, permitiendo comprender sus complejidades y sus impactos en el mundo globalizado.

### **2.2.9 Incoterms**

Dentro del comercio internacional, la claridad y la exactitud son fundamentales para prevenir confusiones y desacuerdos entre las partes involucradas. Es por ello que los INCOTERMS (International Commercial Terms o Términos de Comercio Internacional) se erigen como un lenguaje universal que define las responsabilidades y obligaciones del comprador y del vendedor en cada transacción.

Tal y como lo señala Bancomext (2003), Los INCOTERMS definen con claridad y precisión las responsabilidades de cada parte en una transacción comercial internacional, detallando aspectos como la entrega de la mercancía, la transferencia de riesgos y los costos asociados. Estos términos se basan en las prácticas comerciales actuales y en las diversas modalidades de transporte, ajustándose a las exigencias de un mundo globalizado.

La importancia de los INCOTERMS radica en su capacidad para prevenir conflictos y facilitar la resolución de disputas. Al proporcionar una interpretación clara y precisa de los términos del acuerdo comercial, se minimizan las ambigüedades y se establece un marco común de referencia para ambas partes.

Cada INCOTERM se representa mediante un código de tres letras que identifica las obligaciones específicas de cada parte en cuanto a la entrega de la mercancía. Estos códigos son ampliamente reconocidos y utilizados por empresas y gobiernos de todo el mundo, convirtiéndose en una herramienta fundamental para el éxito en el comercio internacional.

Su uso en los contratos de venta ayuda a armonizar las operaciones comerciales internacionales y a facilitar la resolución de conflictos.

Los INCOTERMS definen las obligaciones de las partes en relación con:

- El lugar de entrega de la mercancía.
- El pago de los gastos de transporte (fletes), tanto locales como internacionales.
- El pago de las coberturas de seguro.
- El pago de las operaciones de carga y descarga (estiba).
- Los procedimientos aduaneros.
- El pago de aranceles e impuestos de importación, y si es necesario, de exportación.

El comercio internacional evoluciona constantemente y los Incoterms se adaptan a los nuevos requerimientos. Desde su primera publicación en 1919, han experimentado numerosas revisiones para reflejar las prácticas comerciales actuales. En 1936, se introdujeron cambios significativos, seguidos de una amplia aceptación en 1953. Las modificaciones continuaron en 1967 y 1976. A partir de 1980, se estableció un ciclo de actualizaciones cada 10 años, con revisiones en 1990 y 2000. En 2010, se realizó una nueva redacción de los términos y se reagruparon en dos categorías: Incoterms para transporte marítimo e Incoterms para cualquier otro modo de transporte. La versión más reciente, los Incoterms 2020, fue desarrollada por la Cámara de Comercio Internacional y permanecerá vigente hasta 2030.

Ahora mismo son 11 los Incoterms vigentes EXW, FCA, FAS, FOB, CFR, CIF, CPT, CIP, DPU, DAP y DDP.

La primera letra de cada Incoterms define el grupo al que está asignado ese Incoterms, y son 4 grupos:

**Tabla 2.** Incoterms vigentes

Grupo	Descripción	Incoterms	Contexto
Grupo "E"	Es el de menor obligación para el vendedor, obligándose a poner las mercancías a disposición del comprador en el lugar indicado	EXW EX Works (en fabrica)	El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en su ubicación (fábrica, almacén, etc.). El comprador asume todos los costos y riesgos desde ese punto
	Requiere que el vendedor entregue las mercancías para el transporte de acuerdo a las indicaciones del comprador	FCA Free CArrier (libre transportista)	El vendedor entrega la mercancía despachada para exportación al transportista designado por el comprador en el lugar acordado. El vendedor puede ser responsable de la carga si la entrega se realiza en sus instalaciones.
Grupo "F"		FAS - Free Alongside Ship (libre costado del buque)	El vendedor coloca la mercancía al costado del buque en el puerto convenido. El comprador asume los costos y riesgos desde ese momento. El vendedor despacha la mercancía para exportación.
		FOB - Free On Board (libre bordo)	La mercancía despachada para exportación sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El comprador asume todos los costos y riesgos a partir de ese momento.
Grupo "C".	Requiere que el vendedor contrate y pague el transporte principal, en tanto que los riesgos de pérdida o daño de la mercancía y los costos adicionales ocurridos después de la entrega corresponden al comprador.	CFR - Cost and Freight (costo y flete)	La mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido y se lleva al puerto de destino acordado. El vendedor paga el flete, pero el comprador corre con el costo del seguro. El vendedor despacha la mercancía para exportación.
		CIF - Cost, Insurance and Freight (costo, seguro, flete)	El vendedor entrega la mercancía al transportista designado, paga el flete y el seguro hasta el destino convenido. El comprador asume todos los riesgos desde la entrega al transportista.
		CIP - Carriage and Insurance Paid to (Transporte y Seguro pagado hasta)	Mismas obligaciones que CPT, pero el vendedor contrata y paga el seguro durante el transporte.

		CPT - Carriage Paid To (Transporte pagado hasta)	El vendedor entrega la mercancía al transportista designado, paga el flete hasta el destino convenido. El comprador asume todos los riesgos desde la entrega al transportista.
Grupo "D"	Se Caracteriza por que el vendedor incluye en el precio del producto los costos y asume los riesgos de la mercancía hasta que llegue al lugar de destino convenido y de acuerdo con el tipo de INCOTERM.	DAF - Delivery at border (entregada en frontera)	La mercancía se pone a disposición del comprador en la frontera acordada (importador o exportador), lista para su importación. El vendedor asume costos y riesgos hasta ese punto.
		DES - Delivery on the ship (entregado sobre el buque)	La mercancía se coloca a bordo del barco en el puerto de destino, sin trámites de importación. El vendedor asume costos y riesgos hasta ese momento.
		DDP - Delivery Duty Paid (entregado con impuesto pagado)	La mercancía se entrega en el lugar acordado en el país de importación, con todos los costos y riesgos asumidos por el vendedor, incluyendo aranceles, impuestos y trámites aduaneros..
		DEQ - Delivery on dock (entregada sobre muelle)	La mercancía se pone a disposición del comprador en el muelle del puerto de destino, descargada, pero sin despachar en aduana. El vendedor asume costos y riesgos hasta ese punto (aplicable a transporte marítimo).
		DDU - Delivered duties not paid (entregada derechos no pagados)	La mercancía se entrega en el lugar de destino final acordado, sin despachar en aduana ni descargar del medio de transporte. El vendedor asume costos y riesgos hasta ese punto (aplicable a cualquier modo de transporte, incluido multimodal)..

**Nota:** cámara de comercio

## 2.2.10 Centro Poblado la Chamba Tolima

En el corazón del Tolima, donde el barro se transforma en arte y la tradición cobra vida, se encuentra La Chamba, un territorio mágico donde la cerámica ancestral se ha convertido en un símbolo de identidad y legado cultural.

Luego de recorrer la riqueza artesanal de Ráquira y El Carmen de Viboral, Colombia Artesanal nos embarca en un viaje al departamento del Tolima para descubrir un lugar donde la pasión por la cerámica corre por las venas de sus habitantes. La Chamba, ubicada a tan solo 10 km del casco urbano de El Guamo y a 14 km de El Espinal, se erige como uno de los centros cerámicos más reconocidos del país, donde la artesanía no solo es un oficio, sino una forma de vida que se transmite de generación en generación.

Más del 85% de la población de La Chamba encuentra su sustento en la elaboración de piezas únicas, impregnadas de historia y cultura. Desde hace más de tres siglos, este corregimiento ha sido el hogar de hábiles alfareros que han moldeado el barro con maestría, dando vida a obras que reflejan la esencia de una región típicamente artesanal.

Las raíces de la cerámica de La Chamba se remontan a los pueblos ancestrales que habitaron el valle del río Magdalena, como los Poinco o Yaporogo de la cultura Pijao. Sus manos moldeaban la arcilla creando múcuras, recipientes y piezas utilitarias y ceremoniales que hoy en día son testimonio de su legado. A principios del siglo XX, la cerámica de La Chamba conservaba aún las características distintivas de esta cultura indígena.

A lo largo de su historia, la cerámica de La Chamba ha navegado por un fascinante viaje de transformación, moldeada por el paso del tiempo y la influencia de eventos históricos como la conquista española. Aunque algunos elementos simbólicos indígenas se desvanecieron en este proceso, la esencia de este arte ancestral pervive en las formas de las piezas y la técnica del engobe con barro rojo, elementos que se han convertido en el sello distintivo de la cerámica Chamba.

En 1937, la cerámica de La Chamba despegó hacia un nuevo horizonte, alcanzando un reconocimiento a nivel nacional. Las ollas, platos y demás piezas

elaboradas por los hábiles artesanos de la región emprendieron un viaje por todo el país, conquistando paladares y hogares con su encanto y funcionalidad.

Este auge se vio impulsado por la apertura de la carretera entre el corregimiento de La Chamba y la ciudad de El Espinal, una arteria que facilitó la comercialización de las artesanías y abrió un abanico de posibilidades para los artistas. Inspirados por esta nueva era de conectividad, los artesanos se embarcaron en una aventura creativa, explorando nuevas técnicas como el ahumado y dando vida a piezas innovadoras que reflejaban la riqueza cultural de su región.

La cerámica de La Chamba se convirtió en un símbolo de identidad, impregnando las mesas con sus colores y formas únicas. Los platos se transformaron en escenarios donde se desplegaban sabores tradicionales, mientras que las ollas conservaban el calor y aroma de las recetas ancestrales.

El compromiso de los artesanos con su oficio y el deseo de diferenciarse a nivel nacional impulsaron la creación de la Institución Educativa Técnica La Chamba en 1972. Esta institución ofrece a las nuevas generaciones la oportunidad de recibir formación especializada en producción artesanal, garantizando la continuidad de este legado ancestral.

Adicionalmente, el Centro Artesanal de La Chamba, creado por Artesanías de Colombia en 1970, y la Cooperativa Artesanal de la Chamba han brindado un apoyo invaluable a los artesanos, permitiéndoles fortalecer sus habilidades, mejorar sus procesos de producción y posicionar su arte como un tesoro único del patrimonio cultural colombiano.

La Chamba es un ejemplo inspirador de cómo la tradición y la pasión por un oficio pueden transformarse en un motor de desarrollo económico y cultural. La cerámica de este corregimiento no solo representa un producto artesanal, sino también un símbolo

de identidad, memoria colectiva y un puente que conecta al pasado con el presente y el futuro.

### **2.2.11 Artífices de una tradición**

Detrás de cada pieza artesanal de La Chamba late el corazón y el alma de sus creadores, artistas anónimos que con sus manos dan vida a una tradición ancestral que ha traspasado fronteras y llenado de orgullo a todo un país.

Las mujeres son las guardianas de la cerámica en La Chamba. Sus manos, moldeadoras del barro, son las encargadas de transformar una materia prima simple en obras de arte únicas. Cabe destacar que, aunque los hombres también participan en la elaboración de piezas, son las mujeres quienes llevan la batuta en este oficio.

Entre las figuras más destacadas de la cerámica de La Chamba encontramos a Ana María Cabezas, Gilma Barreto y Rosa Barreto, quienes han guiado el desarrollo de la producción artesanal en la región. El maestro Eduardo Sandoval Valdés, por su parte, plasma en sus obras la cultura y la tradición del Tolima, mientras que artesanos como Luz Mariel, Óscar Uriel Rodríguez y Astrid Betancourt han llevado el nombre de La Chamba a escenarios internacionales gracias a la calidad y belleza de sus creaciones.

Más de 1300 artesanos y habitantes de La Chamba son los artífices detrás de las cazuelas, múcuras, ollas y demás objetos que adornan hogares colombianos y que, por su historia y valor cultural, se han convertido en emblemas de esta tierra. Entre ellos se encuentran nombres como Fanny Torrijos, Aminta Méndez de Avilés, Gloria Inés García, María Nelly Guzmán, Iván Avilés y Consuelo Rodríguez, quienes representan solo una pequeña fracción del talento y la pasión que habita en este corregimiento.

Cada pieza de cerámica de La Chamba es un universo de historias, tradiciones y sueños. Es el reflejo del ingenio y la inspiración de sus creadores, quienes día a día se esfuerzan por mostrar al mundo la riqueza cultural de su tierra y la magia que se esconde detrás de cada moldeado del barro. La cerámica de La Chamba no es solo un producto

artesanal, es un símbolo de identidad, un legado ancestral y una ventana a un mundo donde la tradición y el talento se unen para crear obras de arte únicas e irrepetibles.



# **CAPÍTULO III**

**PROCESO METODOLÓGICO**

### **3.1 Metodología**

#### **3.1.1 Enfoque de Investigación**

El presente enfoque que se utilizo es cualitativo según Arnold, Spedding y Pereira (2013), acerca de la investigación cualitativa mencionan: la investigación cualitativa se enfoca en conceptos, símbolos, normas y otros temas que no pueden expresarse numérica o cuantitativamente. En el primer caso, la investigación apunta a establecer regularidades estadísticas, como promedios o porcentajes, y en algunos casos llega a establecer correlaciones que puedan expresar casualmente.

Si bien la naturaleza y la existencia de estas conexiones en sí mismas dependen de supuestos teóricos y metafísicos que van más allá del marco metodológico, la investigación cualitativa puede compartir la estructura y el significado.

Hernández, Fernández & Baptista (2006). Hablan de la razón por la que a menudo se dice que el límite entre El diseño cualitativo no existe realmente. Por ejemplo, la investigación orientada a la teoría fundamentada puede incluir elementos narrativos y fenomenológicos.

La investigación sistemática se define como un proceso riguroso, activo y metódico de búsqueda dirigida. Este proceso, como bien lo señala Hernández (1997), implica la adopción de marcos conceptuales y metodologías científicas que dan origen a nuevos lenguajes para la indagación. En palabras de Sandín (2003), el enfoque de investigación sistemática permite desarrollar una comprensión profunda y sistemática de los fenómenos sociales.

En esencia, la investigación sistemática se erige como una herramienta fundamental para la exploración y el análisis de diversos temas y problemáticas. A través de este proceso, se busca generar conocimiento nuevo, ampliar la comprensión existente y aportar soluciones a los desafíos que enfrentan las sociedades.

Teniendo en cuenta cada definición anteriormente podemos decir que la investigación del proyecto es cualitativa porque su enfoque esta en basado en la cantidad de artesanos que desean exportar y además por medio de indagaciones entrevistas y observaciones se comprobara cuantas personas desean saber la forma correcta de exportación para cada pieza artesanal.

### **3.1.2 Características del Enfoque Cualitativo**

Según Grinnell (1997), La investigación cualitativa se distingue por su enfoque naturalista, fenomenológico, interpretativo y etnográfico. A diferencia de la investigación cuantitativa, que se basa en números y estadísticas, este enfoque se sumerge en la riqueza de las experiencias humanas, explorando sus significados y simbolismos.

Bajo el paraguas de la investigación cualitativa se encuentran diversos marcos interpretativos, cada uno con sus propias lentes para observar el mundo. El interaccionismo, por ejemplo, se centra en la interacción social y cómo esta da forma a nuestra realidad. La etnometodología analiza cómo las personas dan sentido a sus vidas cotidianas, mientras que el constructivismo explora cómo el conocimiento se construye socialmente. El feminismo, por su parte, pone de relieve las desigualdades de género y busca dar voz a las mujeres marginadas. La fenomenología se centra en la experiencia subjetiva, buscando comprender cómo percibimos y vivimos el mundo. La psicología de los constructos personales estudia cómo los individuos construyen su propio sistema de significados, mientras que la teoría crítica analiza las estructuras de poder y cómo estas influyen en nuestras vidas.

A diferencia de la investigación cuantitativa, que se caracteriza por su rigidez metodológica y la definición precisa de hipótesis, la investigación cualitativa se embarca en un viaje flexible hacia el conocimiento. En este enfoque, el investigador no se ata a un plan preestablecido, sino que se abre a la posibilidad de descubrir y refinar preguntas de investigación a medida que avanza en el estudio (Grinnell, 1997).

Un ejemplo de la aplicación de la investigación cualitativa se encuentra en el estudio de las experiencias de los exportadores. Al realizar entrevistas a estas personas, se pueden identificar los problemas que han enfrentado a lo largo de su vida profesional debido a la falta de información y orientación sobre los procesos de exportación. Además, se pueden recopilar datos sobre las experiencias negativas que han tenido con intermediarios que cobran tarifas elevadas por sus servicios y reducen las ganancias de los exportadores.

La investigación cualitativa permite profundizar en la comprensión de las experiencias y perspectivas de los individuos y grupos sociales. A través de este enfoque, se pueden generar conocimientos valiosos que no podrían obtenerse mediante métodos cuantitativos.

### **3.1.3 El Proceso de Investigación Cualitativo**

La investigación cualitativa se caracteriza por ser un proceso dinámico y flexible que se desarrolla en forma de espiral, tal y como lo describe Hurtado (2008). Esta metáfora refleja la naturaleza cíclica de la investigación, donde cada etapa se interconecta y retroalimenta con las demás, permitiendo al investigador profundizar progresivamente en el tema de estudio.

El punto de partida de la investigación cualitativa es la concepción de una idea que despierta el interés del investigador. A partir de esta idea, se define el problema de investigación, el cual debe ser claramente formulado y delimitado. La justificación y viabilidad del estudio también son aspectos cruciales en esta etapa, ya que permiten evaluar la relevancia y la posibilidad de llevar a cabo la investigación.

Una vez definido el problema, el investigador se adentra en la exploración del mismo, buscando identificar las deficiencias en el conocimiento existente y contextualizar el fenómeno en estudio. Este proceso de exploración puede conducir a la reformulación del problema inicial, a medida que se profundiza en la comprensión del tema.

La recolección de datos es un elemento central en la investigación cualitativa. Esta etapa implica la utilización de diversas técnicas y herramientas para obtener información rica y detallada sobre el fenómeno de estudio. Las entrevistas, los grupos focales, la observación participante y el análisis de documentos son algunos ejemplos de estas técnicas.

El análisis de los datos recolectados es un proceso continuo e iterativo. A medida que se avanza en el análisis, el investigador puede regresar a etapas anteriores para recopilar información adicional o reformular las preguntas de investigación. La interpretación de los datos se realiza de manera inductiva, buscando identificar patrones, temas y categorías que emergen de la información recopilada.

Los resultados de la investigación cualitativa se presentan en forma narrativa, descriptiva y explicativa. El investigador debe comunicar de manera clara y precisa los hallazgos del estudio, así como las implicaciones y recomendaciones que se derivan de los mismos.

El fin del proyecto consiste en, registrar, recoger, analizar, y obtener información relacionada con la exportación de las artesanías, con la información suministrada decidir y establecer de manera adecuada los recursos para la elaboración de la guía para exportar.

La recolección de la información se realiza de manera personalizada, en medio físico. Se analizará cada uno de los datos suministrados a través de entrevistas, con el fin de obtener los resultados al problema planteado en la investigación, con el fin de conocer y determinar los pasos para exportar a un mercado mundial.

El proyecto se realizará con las siguientes etapas o fases durante la investigación:

- La primera etapa es analizar la situación de la exportación de cerámicas en países como Estados Unidos, Alemania, Francia, Europa.
- La segunda etapa es descubrir la normatividad aplicable del proceso de exportación de cerámica negra en Colombia.
- La tercera etapa es establecer los precios que se requieren para la exportación de cerámica negra

- La cuarta etapa es elaborar la guía didáctica para el proceso de exportaciones cerámica negra en Colombia.

## **3.2 Diseño de investigación**

### **3.2.1 Investigación Descriptiva**

En el mundo de la investigación, existen enfoques que se adentran en la esencia misma de los fenómenos, explorando sus características y detalles con minuciosidad. Uno de estos enfoques es la investigación descriptiva, un viaje que nos lleva a conocer a fondo cómo son y cómo se presentan las cosas en un contexto específico.

A diferencia de otros enfoques que buscan establecer relaciones causales o explicar por qué suceden las cosas, la investigación descriptiva se centra en el "qué" y el "cómo". No se trata de buscar la causa de un problema o la razón de un comportamiento, sino de comprender en profundidad las características, propiedades y perfiles de los elementos que se estudian.

Como bien lo señalan diversos autores, los estudios descriptivos se enfocan en detallar las características, propiedades y perfiles de diversos elementos, ya sean personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que sea objeto de análisis. Su objetivo principal no es establecer relaciones causales entre las variables estudiadas, sino más bien describirlas en profundidad y de manera precisa.

En palabras de Guevara (2020), la investigación descriptiva tiene como propósito fundamental "llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas". Esto significa que busca comprender a fondo cómo son y cómo se presentan estos elementos en el contexto específico de estudio.

Para lograr este objetivo, los estudios descriptivos emplean diversos métodos de recolección de datos, como encuestas, entrevistas, observación y análisis documental.

La información obtenida a través de estas técnicas se organiza, analiza y sintetiza con el fin de generar una descripción detallada y precisa del fenómeno en estudio.

De acuerdo con lo anterior se puede decir que el proyecto investigativo estaba basado en un diseño descriptivo se lleva a cabo con los procesos de exportación que ayudan a los artesanos de la vereda la chamaba a participar en procesos de globalización permitiendo generar crecimiento en la región por lo cual se hace necesario contar con un proceso detallado de la manera que gestione el proceso de exportación a países como Europa, Alemania, Italia, Francia, Reino Unido, Holanda y Estados Unidos en cumplimiento de la normatividad exigida en Colombia para el proceso de exportación de la cerámica negra en el centro poblado la chamba Tolima.

### **3.2.2 Técnicas de recolección de datos**

En el ámbito de la investigación, existen técnicas que nos permiten sumergirnos en la realidad y comprender a fondo las perspectivas de las personas. Dos de estas técnicas, la entrevista y la observación, se convierten en herramientas valiosas para desentrañar el mundo de los artesanos y conocer sus intereses en cuanto a la exportación de sus productos.

Taylor Bogan (1986) definen la entrevista como un conjunto de encuentros cara a cara entre el investigador y los artesanos, donde se busca comprender sus perspectivas sobre sus vidas, experiencias y, en este caso, su interés en la exportación. A través de preguntas cuidadosamente diseñadas, el investigador puede obtener información valiosa sobre las motivaciones, desafíos y expectativas de los artesanos en relación con la exportación de sus productos.

La observación, como bien lo señala Guevara (2020), se convierte en una herramienta para "llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes" en el contexto específico de los artesanos. Al observar cómo interactúan entre sí, cómo trabajan y cómo se relacionan con su entorno, el investigador puede

obtener información valiosa sobre sus prácticas, sus necesidades y sus perspectivas sobre la exportación.

El proyecto que se describe se basa en la aplicación de entrevistas y observación para conocer la cantidad de artesanos que están interesados en exportar sus productos. A través de estas técnicas, el investigador busca comprender las motivaciones, desafíos y expectativas de los artesanos en relación con la exportación, identificando aquellos que estén dispuestos a dar el paso hacia la internacionalización de su trabajo.

### **3.2.3 Instrumento para la Recolección de Datos**

#### **3.2.3.1 Entrevista**

Taylor y Bogan (1986) sostienen que la entrevista en profundidad consiste en una serie de encuentros cara a cara entre el investigador y los participantes, cuyo objetivo es comprender las perspectivas de estos últimos sobre sus vidas, experiencias o situaciones.

Alonso (1994), por su parte, plantea que la entrevista se configura como un discurso donde predomina la voz del entrevistado, pero que también incorpora las intervenciones del entrevistador. Cada intervención tiene un propósito específico y se enmarca en un "contrato de comunicación" previamente establecido, además de estar condicionada por el contexto social en el que se desarrolla la interacción.

Se realizó la entrevista con el fin de recolectar la información como diario de campo para desarrollar la problemática que se obtuvo en el centro poblado la chamba.

### **3.3 Proceso de apropiación social del conocimiento para el fortalecimiento o solución de asuntos de interés social con artesanos fabricantes de cerámica negra del centro poblado la chamba en Guamo Tolima.**

#### **3.3.1 Objetivo**

Obtener información de cada artesano de forma oral y personalizada sobre los acontecimientos, experiencias y opiniones acerca de las exportaciones de sus artesanías.

### **3.3.2 Población**

Según el autor Arias (2006), la población se define como un conjunto de elementos, ya sean finitos o infinitos, que comparten características comunes y sobre los cuales se extenderán las conclusiones de una investigación. Esta población se delimita por el problema de estudio y por los objetivos planteados.

En el caso de la chamba, nos encontramos ante un universo de cincuenta y cinco (55) artesanos, cada uno de ellos un maestro en su oficio. Sus manos, guiadas por la tradición y el talento, dan vida a piezas únicas: cazuelas, múcuras, ollas y demás objetos que adornan los hogares colombianos.

La chamba no es solo un lugar de trabajo, sino un legado cultural que se transmite de generación en generación. Cada artesano imprime su sello personal en sus creaciones, convirtiéndolas en piezas emblemáticas que reflejan la historia y la identidad de una comunidad.

### **3.3.3 Muestra**

En el mundo de la investigación, la selección de la muestra adecuada es fundamental para obtener resultados confiables y generalizables. Arias (2006) define la muestra como un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible. En otras palabras, es una porción de la población que se selecciona cuidadosamente para estudiar sus características y poder extender los resultados al resto de la población con un nivel de confianza determinado.

En el marco del presente estudio, se optará por utilizar una muestra representativa, ya que sus características son similares a las de la población total. Esto significa que la muestra seleccionada refleja fielmente las características de la población en estudio, lo que permite generalizar los resultados obtenidos con un margen de error conocido.

Para determinar el tamaño de la muestra adecuada para este estudio, se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = (N * Z^2 * p * q) / ((e^2) * (N - 1) + (Z^2 * p * q))$$

Donde:

- **n:** Tamaño de muestra buscada
- **N:** Tamaño de población o universo
- **Z:** Parámetro estadístico que depende del nivel de confianza
- **e:** Error de estimación máximo aceptado
- **p:** Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)
- **q:** (1 - p): Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Población finita

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

**Tabla 3.** Datos

Nivel de confianza	Z <sub>alfa</sub>
99,7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28

De acuerdo al tamaño de la población que se encontró en el centro poblado la chamba es de 55 artesanos con un porcentaje de confianza del 98% y un margen de error de 2%.

**Tabla 4.** Muestra

parámetro	valor
n:	55
z	2,33
p	50
q	50
e	3

Se obtuvo un tamaño de muestra de 54



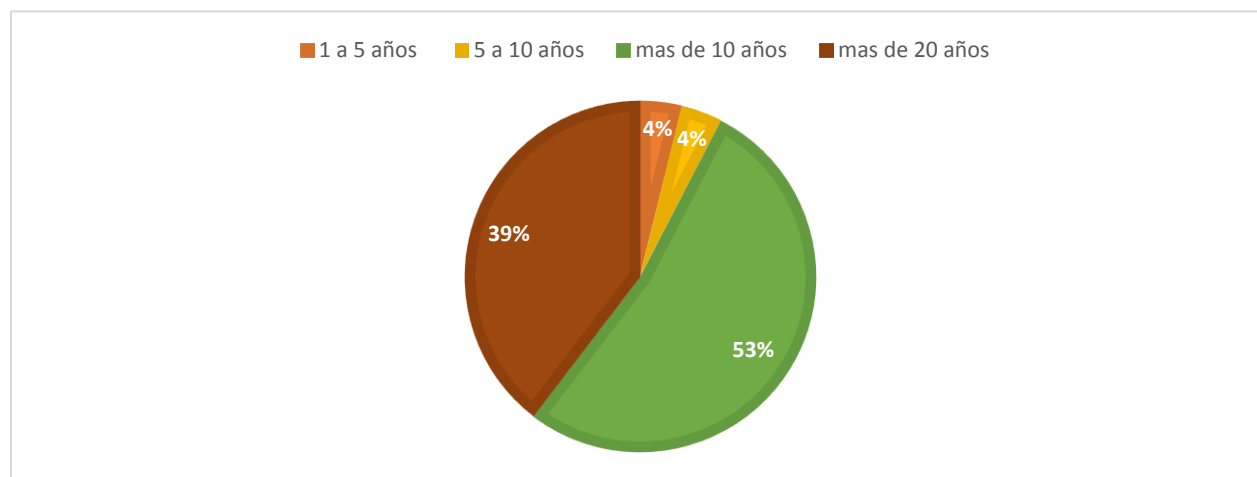
# CAPÍTULO IV

Hallazgos Importantes de  
la Investigación

#### 4.1 Resultados

De acuerdo a la entrevista realizada en el centro poblado de la chamba Tolima se dio como resultado que cada artesano está interesado en obtener información sobre cómo pueden exportar su loza artesanal a diferentes mercados internacionales, se dejó como observación que no todos los artesanos están registrados en Cámara de Comercio y Rut por tanto tienen dificultades a la hora de vender sus artesanías, por tal motivo buscan intermediarios para vender y transportar su loza a otros mercados diferentes a un precio no razonable. Cada uno de los artesanos tienen sus talleres en su hogar, donde realizan su trabajo en compañía de familiares y personas externas además los que tienen almacenes dependen de la entrada de turistas de diferentes ciudades para poder subsistir de lo que hacen, los ingresos que ellos obtienen mensualmente varían por temporadas debido a que no todos los días ni todos los meses se venden lo mismo. A continuación, se anexa las gráficas con los resultados obtenidos de las entrevistas que se hicieron a los 53 artesanos del centro poblado de la chamba.

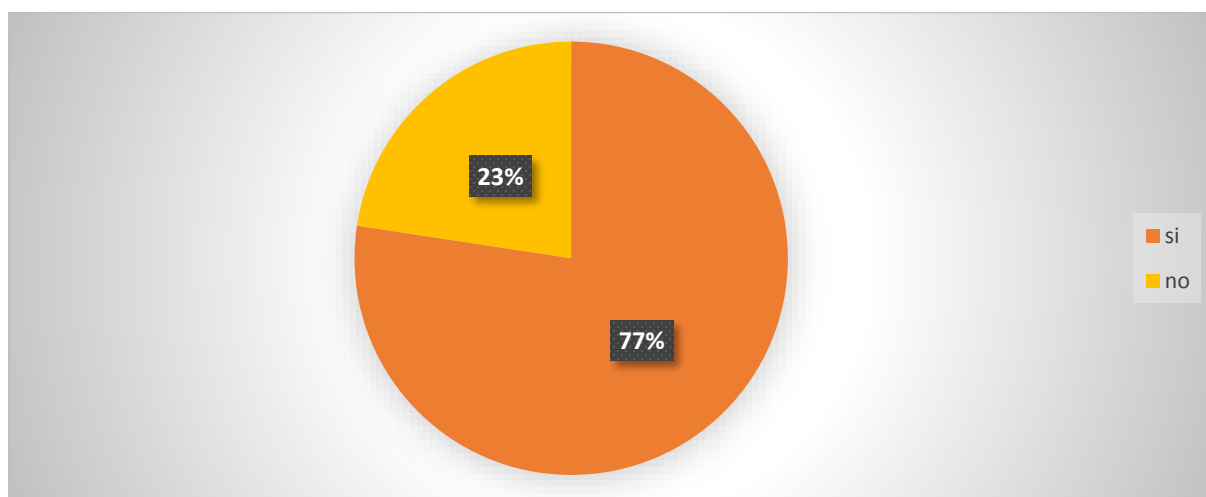
**Ilustración 1.** Hace cuantos años fabrica productos en barro en el centro poblado de la chamba.



**Nota:** entrevista a los 53 artesanos

Se dio como resultado que la mayoría de artesanos del centro poblado de la chamba Tolima son personas que llevan toda su vida trabajando en su arte, haciendo piezas únicas y de estilos diferentes, sus conocimientos se heredan de generación en generación.

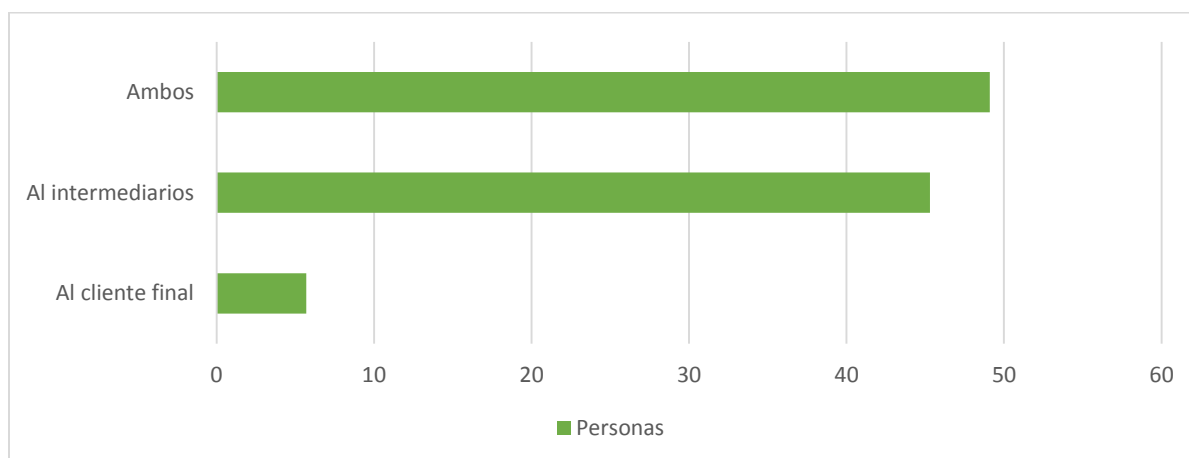
**Ilustración 2.** Tiene formalizada su microempresa.



**Nota:** entrevista a los 53 artesanos

Se observa que el 77% de las personas no tienen formalizados sus negocios por motivos económicos. La mayoría de los artesanos tiene sus talleres y negocios en casas.

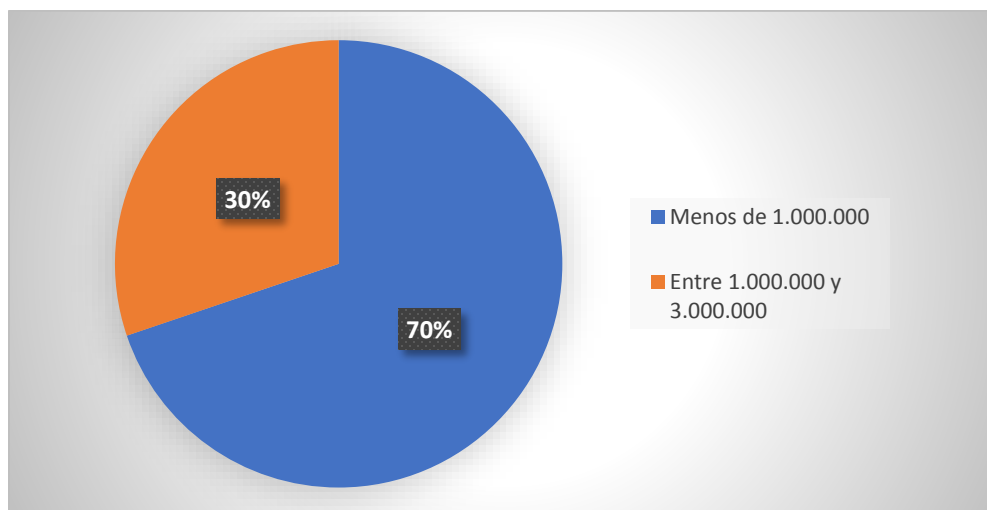
**Ilustración 3.** La comercialización de sus productos los hace



**Nota:** entrevista a los 53 artesanos

Los artesanos de la comunidad en su mayoría comercializan sus productos por medio de intermediarios puesto que tienen herramientas o el conocimiento para poder vender sus productos al cliente directamente.

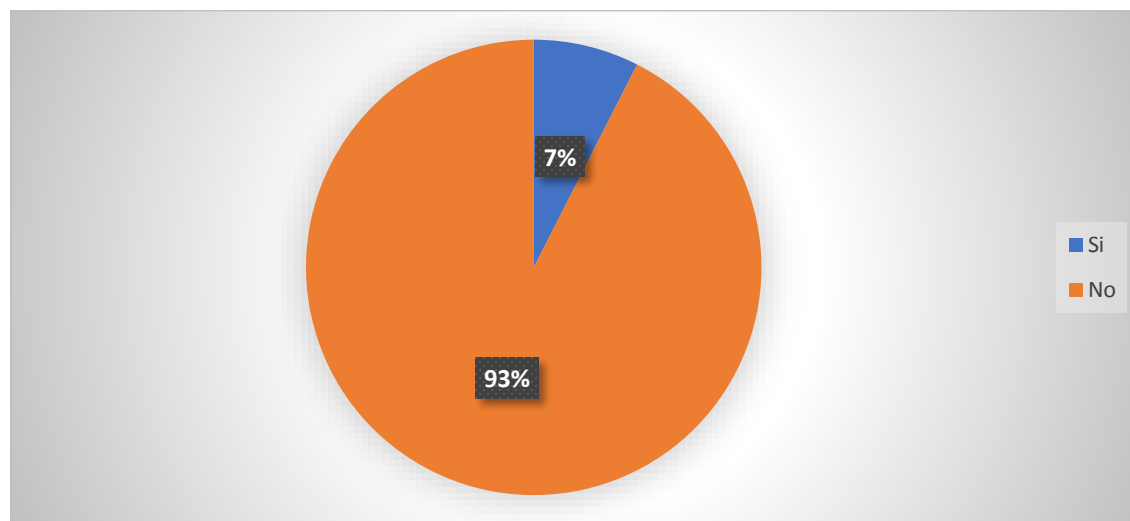
**Ilustración 4.** Cuantos son los ingresos promedios que generan mensualmente con las ventas de sus productos artesanales.



**Nota:** entrevista a los 53 artesanos

Mensualmente las ventas son menores de \$1.000.000 pesos, debido a que las ventas de los productos artesanales dependen principalmente de la entrada de turistas.

**Ilustración 5.** Cuenta con otras fuentes de ingresos diferentes a la venta de artesanías.

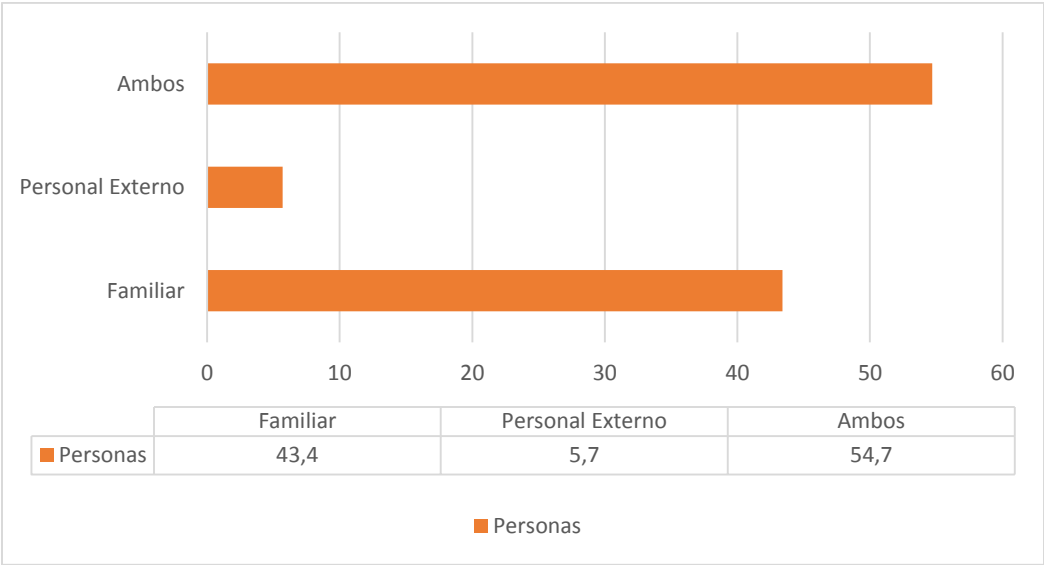


**Nota:** entrevista a los 53 artesanos

Como se puede observar en la figura anterior de los 53 artesanos, solamente el 7% de ellos cuentan con otra fuente de ingresos, diferente a la elaboración de productos

artesanales, generando que el 93% de ellos dependan únicamente de la venta de sus productos artesanales.

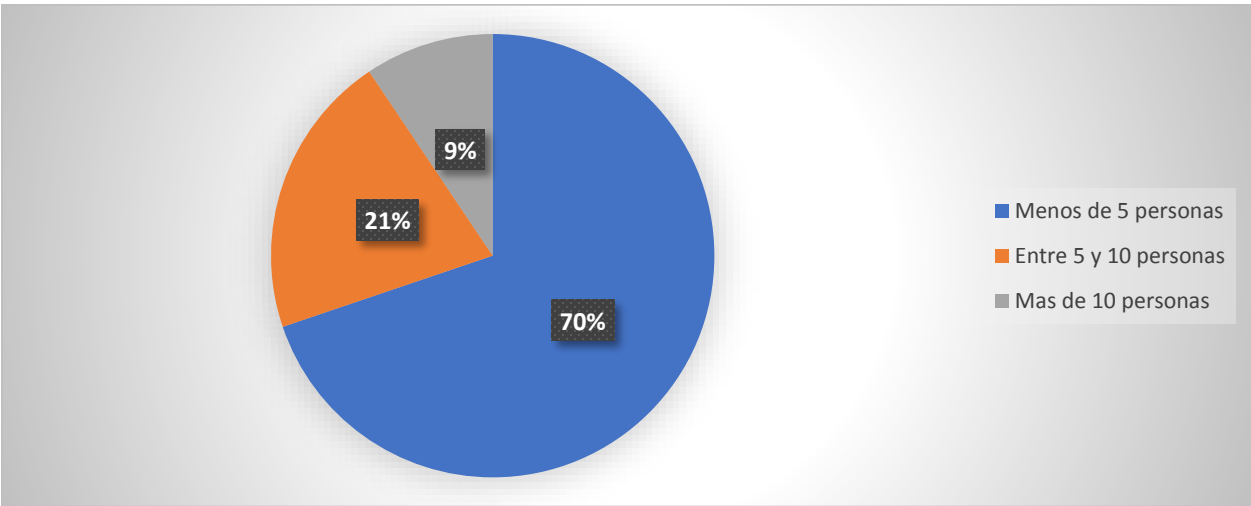
Ilustración 6. Para el proceso de fabricación de artesanías su mano de obra vinculada es



Nota: entrevista a los 53 artesanos

Como el trabajo es heredado de generación en generación en su gran mayoría trabajan personas de la misma familia.

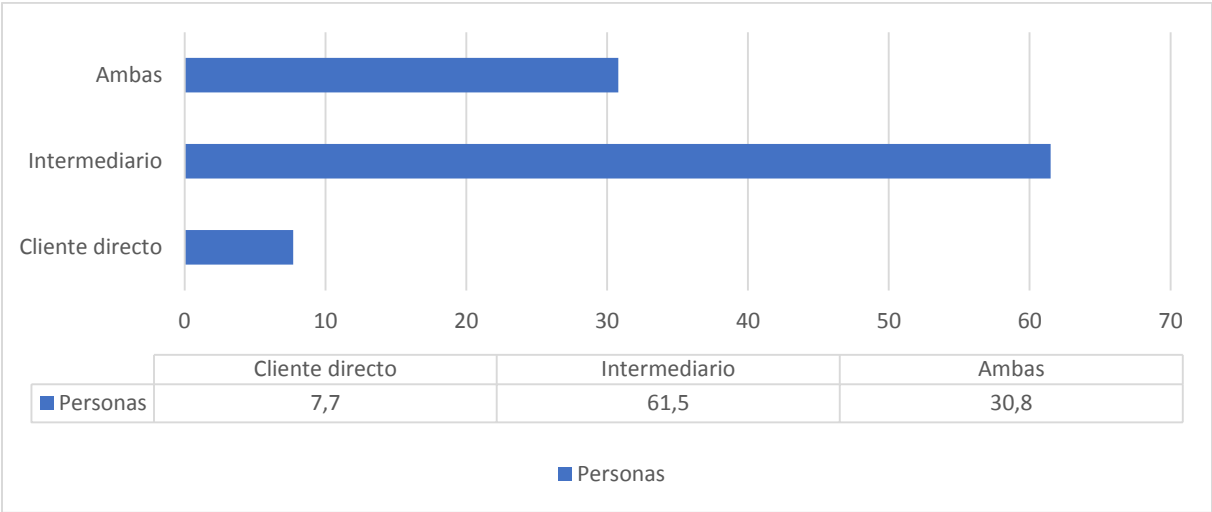
Ilustración 7. Cuantos puestos de trabajo genera su microempresa



Nota: entrevista a los 53 artesanos

La mayoría de talleres son pequeños por eso no emplea más de 5 personas para los trabajos que requiere el taller.

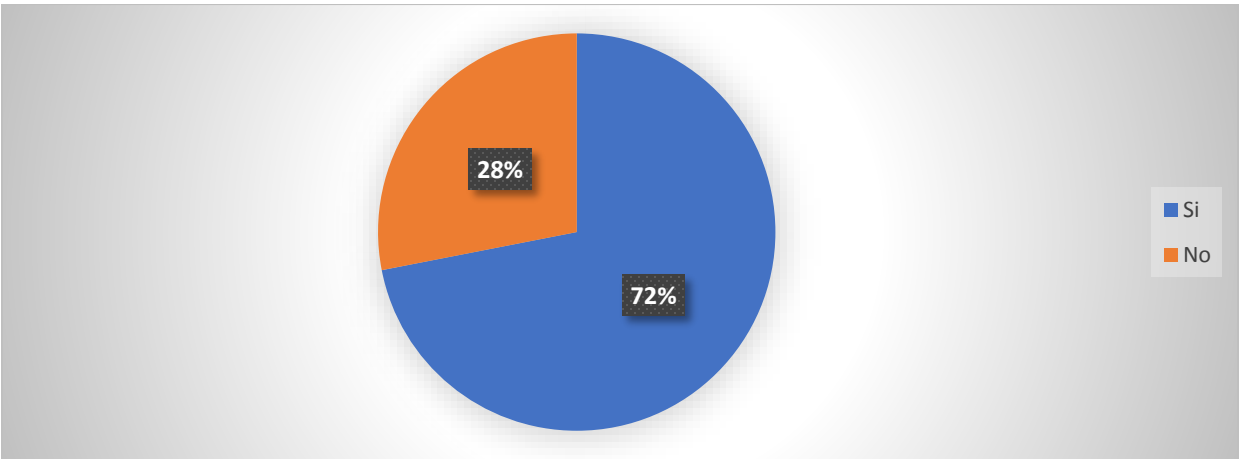
**Ilustración 8.** ¿Usted ya ha tenido la oportunidad de exportar? Mediante de qué forma



**Nota:** entrevista a los 53 artesanos.

Los artesanos que han tenido la oportunidad de exportar han sido mediante un tercero por no tener el conocimiento de los procesos que se deben realizar para la exportación de sus productos.

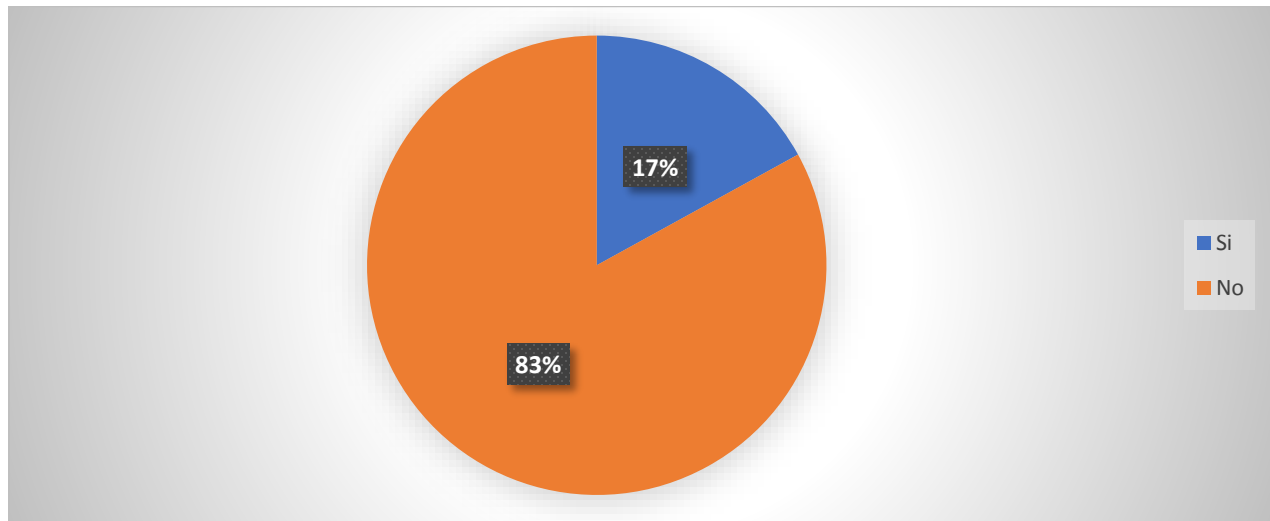
**Ilustración 9.** Le gustaría exportar los productos que elabora en su microempresa.



**Nota:** entrevista a los 53 artesanos

La mayoría de las personas que tienen sus negocios y talleres están interesados en que sus piezas sean vendidas y conocidas en otros países debido a que cada uno de los artesanos maneja un estilo diferente a la hora de hacer cada pieza.

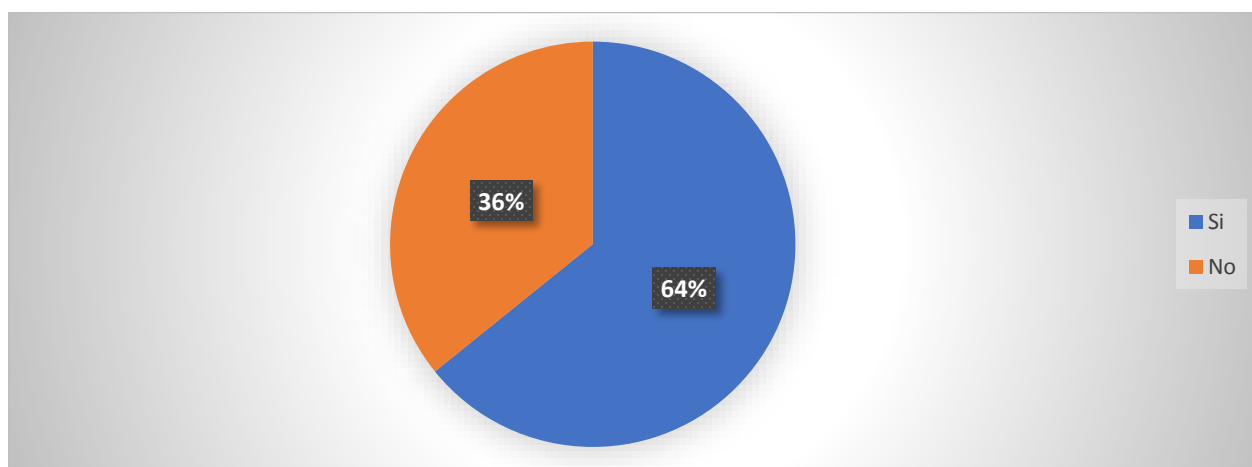
**Ilustración 10.** Tiene claro el proceso de exportación para las artesanías.



**Nota:** entrevista a los 53 artesanos

En la ilustración anterior, se muestra que los únicos que tienen conocimiento de exportación, son dos talleres, equivalente al 17%, los cuales, exportan por medio de intermediario, pues aún no tienen claro cómo se lleva a cabo este proceso y buscan ayudas por medio de terceros para sacar sus productos de la chamba hacia otros países con unos costos elevados.

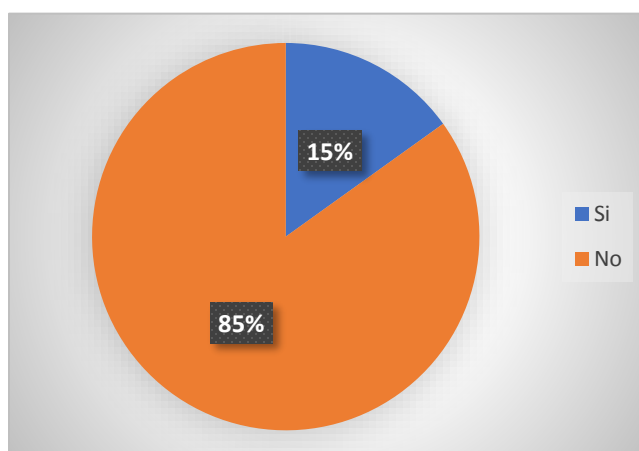
**Ilustración 11.** *Está interesado en iniciar proceso de exportación de las artesanías.*



**Nota:** entrevista a los 53 artesanos.

El 64% de las personas están interesadas en que sus productos sean comercializados y vendidos en otros países, el 36% restante de las personas manifiestan no estar interesadas por los altos costos que conlleva realizar la exportación de sus productos.

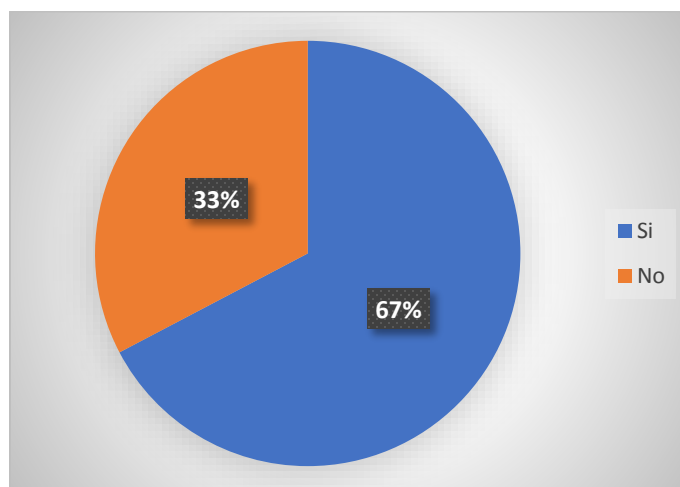
**Ilustración 12.** *Tiene acceso a alguna asesoría para realizar proceso de exportación de las artesanías*



**Nota:** entrevista a los 53 artesanos

Se evidencio que el 85% de los artesanos no cuentan con alguna entidad o persona que les brinde la asesoría pertinente para la exportación de sus productos artesanales, debido que la mayoría no están registradas ante una entidad de comercio donde les puedan ayudar con este tipo de información.

**Ilustración 13.** *Está interesado en recibir capacitación para el proceso de exportación de artesanías*



**Nota:** entrevista a los 53 artesanos

En su mayoría los artesanos están interesados en recibir capacitación debido a que ampliarían su conocimiento en los procesos de exportación hacia los diferentes países en donde sus productos tienen una gran demanda.

#### **4.1.1 Análisis la situación del mercado de la exportación de cerámicas en países como Estados unidos, Alemania, Francia, Europa.**

##### **4.1.1.1 Artesanías**

Según la información brindada por Pro Colombia se obtuvo un informe de exportación del sector artesanías del año 2022.

Las artesanías en el año 2022 las exportaciones colombianas alcanzaron un valor de USD 5,7 millones, presentando un crecimiento de 35% respecto al año 2021 cuando se alcanzó USD 4,2 millones. Fueron 137 empresas que registraron exportaciones de artesanías por encima de USD 1000, llegando a 45 países alrededor del mundo.

##### **4.1.1.2 Departamentos Exportadores**

En el año 2022, las exportaciones de artesanías desde Colombia tuvieron como principal origen la ciudad de Bogotá, seguida por Antioquia, y Cundinamarca. Durante el

año 2022, los departamentos que registraron el mayor crecimiento fueron Magdalena y Cundinamarca.

**Tabla 5.** Exportaciones colombianas de artesanías por departamento de origen USD millones 2018-2022.

Departamento de origen.	2018 USD	2018 USD	2020 USD	2021 USD	2022 USD	%. Participación. 2022
Bogotá	1.677.738	1.427.537	1.230.460	1.975.684	2.397.475	41,9%
Antioquia	369.430	417.328	472.636	538.119	744.458	13,0%
Cundinamarca	150.109	80.454	367.415	221.700	526.169	9,2%
Tolima	154.118	186.625	279.229	232.781	337.445	5,9%
Valle del Cauca	332.306	200.625	77.192	326.510	290.673	5,1%
Nariño	1.196	6.011	34.688	121.482	254.100	4,4%
Risaralda	356.713	225.972	162.251	174.965	236.831	4,1%
Magdalena	97	864	4.539	17.001	220.475	3,9%
Boyacá	123.289	159.116	170.843	210.045	188.571	3,3%
Atlántico	52.674	194.642	55.821	88.871	186.157	3,3%
Santander	17.486	69.058	79.155	76.344	170.107	3,0%
Caldas	49.757	229.192	150.126	95.981	80.889	1,4%
Bolívar	2.000	24.414	43.554	30.554	39.692	0,7%
Norte de Santander	158.409	76.974	6.900	114.023	36.751	0,6%
Quindío	0	0	1.672	22.052	7.054	0,1%
Otros	60.660	629	485	2.420	3.125	0,1%
Total general	3.505.983	3.299.441	3.136.965	4.248.531	5.719.972	100,0%

**Fuente:** DANE

La tabla anterior de exportaciones de Colombia muestra que se presentó un reporte significativo de crecimiento de exportación del departamento del Tolima entre el año 2018-2022 y obtuvo una partición en el mercado de origen de 5,9% seguido del departamento de Cundinamarca con un 9,2%.

#### 4.1.1.3 Países de Destino

En el año 2022, los principales destinos de las exportaciones de artesanías desde Colombia fueron Estados Unidos, España, y Aruba.

**Tabla 6.** Exportaciones colombianas de artesanías por países de destino USD millones 2018-2022.

País destino	2018 USD	2019 USD	2020 USD	2021 USD	2022 USD	%. Part. 2022
Estados Unidos	701.283	967.027	1.310.166	1.383.250	1.586.445	27,7%
España	72.683	114.904	105.689	417.713	639.186	11,2%
Aruba	249.126	234.960	43.312	156.039	387.742	6,8%
Ecuador	299.535	281.221	169.665	291.149	299.676	5,2%
Puerto Rico	106.751	72.830	156.875	286.317	269.189	4,7%
Panamá	176.519	174.941	170.025	120.934	188.302	3,3%

Venezuela	82.154	37.048	11.543	120.857	157.786	2,8%
Francia	36.626	5.653	39.007	107.729	142.536	2,5%
Bélgica	118.109	109.009	143.318	124.834	115.122	2,0%
Nueva Zelanda	50.541	58.319	58.319	84.705	113.102	2,0%
Alemania	26.419	30.593	34.372	37.442	93.819	1,6%
Australia	20.135	79.735	115.217	74.752	92.495	1,6%
Perú	406.509	30.080	44.852	6.824	80.128	1,4%
Suiza	89.440	83.153	69.250	63.764	64.259	1,1%
Reino Unido	1.738	81.245 0	0	11.748	47.680	0,8%
República Dominicana	21.874	21.497	121.306	19.165	46.881	0,8%
Costa Rica	15.195	26.683	35.751	40.447	40.998	0,7%
Uruguay	26.703	0	1.157	0	34.975	0,6%
Estonia	0	0	29.610	29.210	33.446	0,6%
Guatemala	275	166	26.790	26.712	32.786	0,6%
Total general	3.505.983	3.299.441	3.136.965	4.248.531	5.719.972	100,0%

Fuente: DANE

Se ha observado que Colombia a tenia una gran participación de exportar mercancía artesanal en diferentes países con una diversidad de adornos de cerámicas y manufactura de diferentes artículos artesanales. Principalmente ha obtenido un nivel de exportación entre el año 2018 – 2022 a países de destino como: Estados Unidos con un porcentaje de participación en Colombia de 27,7% es uno de los países con mayor participación que ha tenido de mercancía colombiana, seguido de Francia, aunque no ha tenido una participación de exportaciones como se esperaría tiene su porcentaje de participación entre el año 2018- 2022 de 2,5%. Por último, Alemania está un poco más debajo de Francia, pero como se ha identificado son países que, aunque no han tenido una participación de exportación de Colombia se tienen en cuenta como países de destino desde Colombia.

#### 4.1.1.4 Países con Oportunidades de Exportar Artesanías a Diferentes Países

Pro Colombia ha identificado oportunidades de exportación para el sector de artesanías en los siguientes países:

**Tabla 7.** Exportaciones promedio 2016-2020

país	Cuadrante de potencia	Exportaciones promedio 2016-2020 ( miles USD)
Estados Unidos	1. Campeón – estrella	4.865
Francia	1. Campeón- estrella	1.338

Alemania	1. Campeón – estrella	749
Suiza	1. Campeón – estrella	253
Eslovaquia	1. Campeón – estrella	15
Kuwait	1. Campeón – estrella	38
Dinamarca	1. Campeón – estrella	15
España	2. Campeón en crecimiento	5.172
Reino Unido	1. Campeón – estrella	94
Italia	1. Campeón – estrella	808
Estonia	1. Campeón – estrella	6
Lituania	1. Campeón – estrella	18
Portugal	1. Campeón – estrella	8
Países Bajos	1. Campeón – estrella	886
Austria	3. Oportunidad con alto potencial	8
Nueva Zelanda	1. Campeón – estrella	70
Suecia	3. Oportunidad con alto potencial	2
Ecuador	2. Campeón en crecimiento	3.224
Polonia	3. Oportunidad con alto potencial	9
Bélgica	2. Campeón en crecimiento	317
Hungría	2. Campeón en crecimiento	22
Emiratos Árabes Unidos	1. Campeón – estrella	53
Australia	1. Campeón – estrella	90
Aruba	2. Campeón en crecimiento	265
Taiwán	3. Oportunidad con alto potencial	1
Arabia Saudita	1. Campeón - estrella	19
Grecia	3. Oportunidad con alto potencial	27

**Nota:** Modelo de potencialidad 2022. Principales 3 cuadrante

Se observó que Colombia tiene una gran cantidad de países a donde cualquier clase de las artesanías se podría exportar cerámica negra, se señaló desde un comienzo que los países de origen donde las artesanías se llevarían a cabo eran Estados Unidos, Alemania, Francia y Europa.

Con el informe que hizo llegar Pro Colombia, se dio como resultado que los países de destino que se tenían en cuenta son señalados países de exportación con bastante partición de mercado de artesanías, Europa fue como el único país que no se tuvo en cuenta en partición de orígenes de exportación. Se dio a conocer que hay 26 países en los cuales hay una gran participación para poder distribuir los artículos de artesanías.

### 4.1.2 Normatividad Aplicable del Proceso de Exportación de Cerámicas Negra en Colombia

La presente tabla es una información que la Dian generó para saber la normatividad del régimen de exportación a diferentes países. Es importante tener en cuenta cada ley o norma para exportar debido que el proyecto necesita un proceso de exportación explicado.

**Tabla 8.** Marco legal para las exportaciones

Normatividad	Nombre normativo	Aplicación
Decreto 2685 de 1999	Artículo 26-1. Otras obligaciones de las sociedades de intermediación aduanera.	Las sociedades de intermediación aduanera deberán cumplir unas obligaciones en específico para proceder de manera eficiente y oportuna.
Decreto 1530 de mayo 9 de 2008	Artículo 1. autorización de embarque	La autoridad aduanera permite la salida de mercancías que han solicitado proceso de exportación.
Decreto 2685 de 1999.	Artículo 1. abandono legal.	En esta situación en la que se encuentra la mercancía cuando ha vencido el termino en el depósito.
Decreto 2354 de junio 27 de 2008	Artículo 266. Trámite de la exportación.	El trámite de una exportación se inicia con la presentación y aceptación, de una solicitud de autorización de embarque, a través de los servicios informáticos electrónicos, y en la forma y con los procedimientos previstos en este capítulo.
Resolución 4240 de 2000	Artículo 1. sistematización de los procedimientos aduaneros	Los procedimientos para la aplicación de los regímenes aduaneros deben realizarse a través de la utilización del sistema informático aduanero, o a través de los servicios informáticos electrónicos.

### 4.1.3 Procesos que se Requieren para la Exportación de Cerámica Negra

Artesanías de Colombia, consciente del potencial de crecimiento y expansión de mercado que tienen los artesanos colombianos, ha desarrollado la cartilla "Cómo exportar artesanías". Esta guía, inspirada en las inquietudes expresadas por los creadores artesanales, se convierte en un aliado invaluable para aquellos que buscan dar a conocer su marca y productos en el extranjero.

#### **4.1.3.1 Quiénes Pueden Exportar**

Todas las personas naturales y/o jurídicas que tengan un registro ante la Cámara de Comercio y cuenten con un RUT como exportador que le permita adelantar esta actividad. Si usted no cuenta con este debe acercarse a una oficina de la DIAN en su ciudad y tramitar este registro.

- Facturación autorizada por la DIAN.
- Producto a exportar y la Subpartida Arancelaria determinadas
- Identificar si el producto, de acuerdo con el mercado al que va, requiere Certificado de Origen.
- Inscripción en el Registro Nacional de Exportadores.

#### **4.1.3.2 Qué Costos se Tienen en Cuenta**

Aunque el beneficio de una exportación es bastante alto, se deben tener en cuenta los costos que debe asumir si decide hacer el trámite:

- Costos de Fabricación del producto
- Costos de embalaje y despacho
- Costos de Embarque o fletes
- Costo de Transporte
- Costo del Seguro
- Costo de Nacionalización.

Si considera que cuenta con los recursos puede darle paso a los siguientes trámites.

#### **4.1.3.3 Partida Arancelaria**

En el mundo del comercio internacional, la partida arancelaria juega un papel crucial como identificador único de las mercancías que se importan y exportan. Este código numérico, similar a un pasaporte para tus productos, permite clasificarlos de manera precisa dentro del Sistema Armonizado (SA), un lenguaje universal que facilita el intercambio comercial entre países.

#### **4.1.3.4 Acceda al Mercado**

La exportación supone un Estudio de Mercado para el conocimiento de la demanda de sus productos en el lugar a donde desea enviarlos, la determinación del

precio de estos, los contactos comerciales que posee y la forma en cómo los promocionará. Luego de analizar estos aspectos puede dar inicio a la negociación, sin olvidar los acuerdos comerciales que Colombia tiene con otros países y sus requisitos.

Para lo anterior, debe consultar los acuerdos vigentes en la página de Tratados de Libre Comercio, seleccionar el acuerdo vigente con el país destino o de su interés.

#### **4.1.3.5 Certificados de Origen**

Las normas de origen preferenciales son las acordadas por los países que suscribieron los acuerdos y tratados comerciales con Colombia. El cumplimiento de estas normas asegura el aprovechamiento de los beneficios arancelarios de productos originarios de cada país.

El instrumento básico para la aplicación de las normas de origen es el “Certificado de Origen”, documento que es expedido por la autoridad gubernamental. Si el comprador en el exterior exige el certificado de origen para obtener una preferencia arancelaria, el productor del bien a exportar deberá diligenciar la Declaración Juramentada, por cada producto; si es comercializador debe ser autorizado por el productor.

Antes de proceder con la Certificación de Origen es importante validar la siguiente información:

- Validar si hay acuerdo comercial con el país de interés.
- Revisar si la posición arancelaria ha entrado dentro de la negociación.
- Validar si se cumple la regla de origen según los acuerdos comerciales.

**Nota:** Debe tener en cuenta que para Certificar Origen debe conocer las Reglas de Origen establecidas en los Acuerdos Comerciales, especialmente en el caso de que su producto sea fabricado con materias primas, partes o componentes importados.

La exportación de ciertos productos exige que el exportador se encuentre inscrito en la entidad encargada de su control y/o del otorgamiento del visto bueno. Es importante que consulte si su producto requiere de vistos buenos y/o permisos previos para la autorización de la exportación.

En caso de ser así, debe dirigirse a la entidad correspondiente teniendo en cuenta el tipo de producto con el que realizará el trámite de exportación. (Encuentre las entidades autorizadas en nuestra guía adjunta)

#### **4.1.3.6 Transporte de la Mercancía**

Este es uno de los aspectos más importantes, ya que debe tener en consideración qué clase de mercancía exportará para definir el medio de transporte adecuado, su costo, riesgos de embalaje, tiempo de viaje y la vía (marítima, aérea o terrestre).

#### **4.1.3.7 Trámite Aduanero**

Este trámite es el proceso que permite la salida de mercancías del territorio nacional para su uso o consumo definitivo en otro país o en una zona franca.

Una vez tenga lista la mercancía y según el término de negociación – INCOTERMS- utilizado, si es del caso, diríjase al Aeropuerto, en Bogotá, para solicitar clave de acceso al sistema informático de la DIAN para que diligencie la Solicitud de Autorización de Embarque.

En ocasiones es necesario hacer una inspección física, automática o documental de la mercancía. Luego de esto es embarcada y despachada al exterior. Recuerde que para este proceso debe presentar los siguientes documentos:

- Factura Comercial
- Lista de Empaque (si se requiere)
- Registros Sanitarios o Vistos Buenos (sí lo requiere el producto)
- Documento de Transporte
- Otros documentos exigidos para el producto a exportar

#### **4.1.3.8 Medios de Pago y Contratos**

Es importante tener en cuenta la forma en que su cliente pagará la exportación. Para esto existen diferentes instrumentos de pago internacional, como cartas de crédito, letras avaladas, garantías standby, entre otras, que le brindan seguridad en la transacción.

Igualmente, siempre se debe generar un contrato al momento de cerrar el negocio, en el cual se resuma la responsabilidad de las partes y las especificaciones en cuanto al pedido: precio, cantidad, colores, tamaños, diseño, fechas de entrega, etc. Esto con el fin de poder justificar en caso de reclamos o inconformismo de alguna de las partes.

La cartilla llamada “**LAS ARTESANÍAS SUPERANDO FRONTERAS**” se hizo con el fin de brindar información a los artesanos respecto al proceso de exportación, la información que se recopiló en el trabajo permite tener información de este proceso con sus respectivos formatos.

La cartilla está estructurada de la siguiente manera:

#### **4.1.3.9 Presentación**

El centro cerámico de la chamba es uno de los más importantes y reconocidos del país. Está ubicado en el departamento del Tolima a 10 km del casco urbano y a 14 km del Espinal. Su economía, es la producción agropecuaria y la elaboración de artesanías, es manejada por más del 85% de su población.

Desde hace más de trescientos años la economía de los pobladores de este corregimiento ha girado en torno a la alfarería y sus conocimientos han pasado de generación en generación, hasta convertir en tradición el trabajo del barro y la creación de piezas que llevan consigo la historia y la cultura de una región típicamente artesanal.

Se ha observado que Colombia ha tenido una gran oportunidad de exportar mercancía artesanal en diferentes países, con una diversidad de adornos de cerámicas y manufactura de diferentes artículos.

El centro poblado maneja diferentes estilos de artesanías, se realizó una guía para que los artesanos tengan el conocimiento de cómo exportar y poder que sus productos sean conocidos en otros países.

El año 2022 las exportaciones colombianas alcanzaron un valor de 5,7 millones, presentando un crecimiento de 35% respecto al año 2021. Fueron 137 empresas que

registraron exportaciones de artesanías por encima de USD 1000, llegando a 45 países alrededor del mundo.

#### **4.1.3.10      Glosario**

**Formulario 010:** son las devoluciones de impuestos (Formato 010). El mecanismo mediante el cual se les permite a los colaboradores poder recuperar los saldos que tienen a favor y que son originados en la declaración de la renta y complementarios.

**DEX:** declaración de Exportación. En este documento se resume toda la información relacionada con la mercancía y los documentos con los cuales se declaró la mercancía, los soportes respectivos y la autorización de la Aduana.

**CITES:** (Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres) es un acuerdo internacional pactado entre los gobiernos.

**Permiso Fitosanitario:** es el documento con el cual se garantiza que los productos de origen vegetal cuentan con las condiciones sanitarias necesarias para exportar.

**Arancel:** un arancel es un impuesto o gravamen que se aplica solo a los bienes que son importados o exportados.

**Registro nacional de Exportadores:** permite mantener información actualizada sobre la información, perfil y localización de las empresas exportadoras.

**Apertura de carta de crédito:** es una orden condicionada de pago que recibe un banco a un beneficiario (vendedor) por cuenta y orden de un orden ante (comprador) a través de un banco corresponsal.

**Agente garante:** persona que garantiza, que presta la garantía.

**Certificado de Origen:** el certificado de Origen es expedido por las cámaras de comercio u otros organismos competentes del país exportador, que sirve para acreditar que la mercancía consignada es originaria de la nación mencionada en el mismo.

**Divisas:** es cualquier moneda extranjera. Es decir, es toda moneda distinta de diferentes países.

**Garantía Estand By:** es una modalidad de carta de crédito que se utiliza como una garantía y se ejerce en caso de incumplimiento de una obligación de tipo comercial, financiero o de servicios.

#### **4.1.3.11      *Documentos Para Poder Exportar:***

1. Inscripción ante la cámara de comercio
2. Rut como exportador
3. Facturación autorizada por la Dian
4. Productos a exportar y la subpartida arancelaria determinada
5. Identificación si el producto, de acuerdo con el mercado al que va, requiere certificación de origen
6. Inscripción en el registro nacional de exportadores

#### **4.1.3.12      *Estudios de Mercados***

Se realiza un estudio de mercado para conocer la demanda de nuestros productos y la determinación de precios. Para ello se deben considerar aspectos como producto, precio, marketing, competencia local y promociones. Una vez que se ha realizado la investigación y se han establecido las conexiones comerciales, pueden comenzar las negociaciones.

#### **4.1.3.13      *Remisión de la Factura***

Los artesanos exportadores deberán presentar una factura proforma (cotización) para facilitar al importador la solicitud de licencia de importación o licencia y forma de pago a favor del exportador. Esta factura deberá incluir:

1. La identidad del comprador
2. Ubicación
3. Cantidad
4. Precio unitario
5. Valor total
6. Forma de pago

7. Vigencia de la cotización
8. Términos de negociación

#### **4.1.3.14      *Aceptación de las Condiciones***

El importador extranjero confirma la compra de bienes al exportador colombiano y acepta los términos negociados. El importador paga según la forma especificada en la factura proforma.

- Carta de crédito de apertura
- Transferencia bancaria
- Cheque certificado

#### **4.1.3.15      *Confirmación de Pago***

Luego del pago por parte del importador extranjero, el banco comercial colombiano recibe una copia de la transacción del banco agente garante notifica al exportador para que inicie el proceso de envío.

#### **4.1.3.16      *Proceso Para el Certificado de Origen***

Para obtener un Certificado de Origen, el exportador debe completar el formulario "Solicitud de Registro Nacional de Productor, Cotización de Exportación y Determinación de Origen" (Formulario 010).

#### **4.1.3.17      *Factura Comercial***

Es la cuenta del producto, se remite al comprador en el extranjero y es utilizado por las autoridades aduaneras del país importador como único documento que determina el valor libre de impuestos de las mercancías por las que se cobrarán los derechos de importación.

#### **4.1.3.18      *Diligenciamiento del Documento de Exportación***

Los documentos de exportación son las declaraciones de exportación relacionadas con el envío, la cual es presentada a la Aduana Nacional.

- Productos

- Posiciones Arancelarias
- Precio de Venta

#### **4.1.3.19      *Solicitud de Vistos Buenos***

Para exportar productos artesanales colombianos, el exportador debe estar registrado en la entidad responsable de su control y autorización. Este registro es un requisito previo a la exportación.

#### **4.1.3.20      *Lista de Empaque***

Es una lista detallada del contenido de cada parte que compone la carga útil. Esta lista se adjunta a la factura comercial y proporciona información sobre el embalaje y empaque, el peso y el volumen, y las condiciones de manipulación y envío de las mercancías.

#### **4.1.3.21      *Contratación del Transporte***

El exportador contratará el medio de transporte y naviera más adecuado en los términos acordados con el comprador teniendo en cuenta.

- El tipo de mercancía
- El costo
- Las necesidades de disponibilidad

Los métodos de envío más utilizados a nivel internacional son el aéreo y el marítimo.

#### **4.1.3.22      *Trámite Aduanero***

Proceso de embarque para exportaciones:

1. Preparación de la mercancía: Confirme que la mercancía esté lista para su exportación, cumpliendo con las normas de calidad y embalaje establecidas.
2. Selección del Incoterm (si aplica): Determine el término de negociación Incoterms acordado con el comprador, si es pertinente.
3. Obtención de clave DIAN: Acérquese al Aeropuerto Internacional El Dorado en Bogotá para solicitar una clave de acceso al sistema informático de la DIAN.

4. Solicitud de Autorización de Embarque: Ingrese al sistema DIAN con la clave obtenida y complete la Solicitud de Autorización de Embarque.

#### **4.1.3.23      *Los INCOTERMS***

Los incoterms son reglas elaboradas por la Cámara de Comercio Internacional, que se utilizan en los contratos de compraventa internacional. Los incoterms más utilizados:

- CIF: Cost, Insurance and Freight (costo, seguro, flete)
- CFR: Cost and Freight (costo y flete)
- DDP: Delivery Duty Paid (entregado con impuesto pagado)
- EXW: EX Works (en fabrica)
- FOB: Free On Board (libre bordo)

#### **4.1.3.24      *Presentación de Documentos***

Presentación del DEX y anexos: El exportador debe presentar el Documento Electrónico de Exportación (DEX) junto con sus anexos correspondientes ante la Aduana.

Aceptación de la solicitud: Una vez recibida la documentación completa, la Aduana procede a revisar y validar la información proporcionada. Si la solicitud cumple con los requisitos establecidos, la Aduana acepta la solicitud de autorización de embarque.

Aforo de la mercancía: La Aduana realiza un examen físico o documental de la mercancía para determinar su valor, clasificación arancelaria y demás aspectos relevantes para el control aduanero.

Autorización de embarque: Tras la verificación del DEX, la mercancía y la documentación anexa, la Aduana emite la autorización de embarque, permitiendo la salida de la mercancía del territorio nacional.

#### **4.1.3.25      *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.

- Pago en moneda legal a los artesanos exportadores residentes en el país podrán 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

#### **4.1.3.26      *Medios de Pago***

Es importante considerar cómo pagarán sus clientes por la exportación. Para ello, existen diferentes instrumentos de pago internacionales como:

- Carta de crédito
- Carta de garantía
- Garantía Standby

### **4.2      *Discusión e Impacto de la Investigación***

Esta investigación tuvo como propósito analizar y describir aquellas estrategias que se tuvieron en cuenta para fortalecer el proceso de exportación de cerámica negra. Sobre todo, se pretendió establecer cuáles eran los procesos de exportación de cerámica negra en Colombia

A continuación, se estarán discutiendo los principales hallazgos de este estudio.

Las exportaciones según Bancomext (2003). Es el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el extranjero. En el año 2022, las exportaciones de artesanías desde Colombia tuvieron como principal origen la ciudad de Bogotá, seguida por Antioquia, y Cundinamarca. Durante el año 2022, los departamentos que registraron el mayor crecimiento fueron Magdalena y Cundinamarca.

A nivel internacional, la UNESCO define la artesanía de la siguiente manera: “Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado”. Las artesanías del centro poblado de la chamba son totalmente a mano con productos reciclables, en el año 2022 las exportaciones colombianas alcanzaron un valor de USD 5,7 millones, presentando un crecimiento de 35% respecto al año 2021 cuando se alcanzó USD 4,2 millones. Fueron 137 empresas que registraron exportaciones de artesanías por encima de USD 1000, llegando a 45 países alrededor del mundo.

De acuerdo con Mittelman (1996), “la globalización se puede entender como una fase en la historia del capital cuyo linaje ha unido a distintas sociedades en un mismo sistema; se puede ver como una dialéctica de continuidades y discontinuidades; y se puede conceptualizar como una utopía de mercado en el sentido de que representa condiciones ideales que nunca han existido”. Se puede dar aperturas económicas mediante las exportaciones en los países de origen desde Colombia, las artesanías llevan con ello, una cultura diferente donde se dan a conocer en distintos países y hacen que llamen la atención de empresas así mismo se ejerce un comercio más fácil y directo de artesano a empresa.

González (2009) primeramente habla “El comercio internacional, se define como el conjunto de transacciones comerciales realizadas entre privados, residentes en distintos países. A diferencia del comercio interior, donde las transacciones comerciales se efectúan dentro de un espacio económico, monetario y jurídico relativamente homogéneo, las transacciones comerciales internacionales se realizan entre operadores comerciales privados situados en diferentes ordenamientos jurídicos y con acentuadas diferencias económicas y sociales”. La chamba Tolima con su cultura y diferentes estilos para la elaboración sus artesanías, hacen que sean llamativas a diferentes países, con las exportaciones de artesanías hacen que la actividad económica relacionada sean intercambios de bienes y servicios a diferentes países.

La investigación se llevó a cabo con el fin de generar un impacto de interés social para la comunidad de artesanos en la Chamba Tolima. Se diseñó una guía didáctica para realizar sus procesos de exportación de las cerámicas para socializarla con cada uno de los artesanos y que sus ventas tengan una inserción en el comercio global con buena calidad en sus productos.

### **4.3 Reflexión de los autores**

Se obtiene como conclusión que la mayoría de artesanos no tienen la información adecuada para poder exportar sus productos a diferentes países y expandir sus artesanías a diferentes mercados. Cabe destacar que durante la entrevista realizada se verificó que cada artesano estuviera interesado en obtener una socialización de la guía para exportar.

Se puede decir que el análisis de la situación del mercado de la exportación de cerámicas en países como Estados Unidos, Alemania, Francia, Europa. Muestra que Europa no tuvo participación en orígenes de exportación de artesanías se dio a conocer que hay 26 países en los cuales hay una gran participación para poder distribuir los artículos de artesanías.

Dentro del análisis expuesto por cada normatividad aplicable del proceso de exportación de cerámicas negra en Colombia se muestra la aplicación de cada decreto del proceso para exportar y la descripción de la posición arancelaria.

Existe la posibilidad de incursionar en un mercado a nivel internacional, para la población del centro poblado la Chamba, sin embargo, por la dificultad de acceder a los procesos requeridos es necesario establecer estrategias que permitan ampliar a la población la posibilidad de ingresar al mercado internacional.

Es necesario implementar los procesos para realizar proceso de exportación para la población artesanal de la Chamba

Es necesario implementar los procesos para realizar proceso de exportación para la población artesanal de la Chamba

Se puede contribuir a la población a través de la información obtenida con procesos de formación facilitándoles y dándoseles a entender el proceso



# CAPÍTULO V

Las Artesanías Superando  
Fronteras

## Las artesanías superando fronteras

*Ilustración 14. Municipio La Chamba*



**Fuente:** Elaboración Propia

### 5.1 Presentación

*Ilustración 15. Olla de Barro*



**Fuente:** fotografía Autores

El centro poblado de La Chamba es uno de los centros cerámicos más reconocidos del país. Está ubicado en el departamento del Tolima a 10 km del casco

urbano y a 14 km del Espinal. Su economía, está basada en la producción agropecuaria y la elaboración de artesanías, es llevada a cabo por más del 85% de su población.

Desde hace más de trescientos años los pobladores de este corregimiento se han dedicado a la alfarería y sus conocimientos han pasado de generación en generación, hasta convertir en tradición el trabajo del barro y la creación de piezas que llevan consigo la historia y la cultura de una región típicamente artesanal.

Se ha observado que Colombia ha tenido una gran oportunidad de exportar mercancía artesanal en diferentes países, con una diversidad de adornos de cerámicas y manufactura de diferentes artículos.

Y ya que en el centro poblado de la chamba es cuna de la alfarería y cuenta con un gran número de artesanos dedicados a la producción de diferentes productos a base de barro como lo son las ollas, cazuelas y demás, manejando una amplia gama de biodiversidad en sus productos, se llevó a cabo la realización de una cartilla guía, para que los artesanos tengan el conocimiento necesario y puedan exportar sus productos sin intermediarios y así incrementar sus ingresos y reconocimiento de sus estilos.

La información que se recopiló en este trabajo permite tener más información de este proceso con sus respectivos formatos.

El año 2022 las exportaciones colombianas alcanzaron un valor de 5,7 millones, presentando un crecimiento de 35% respecto al año 2021. Fueron

137 empresas que registraron exportaciones de artesanías por encima de USD 1000, llegando a 45 países alrededor del mundo.

## 5.2 Glosario

**Formulario 010:** son las devoluciones de impuestos (Formato 010). El mecanismo mediante el cual se les permite a los colaboradores poder recuperar los saldos que tienen a favor y que son originados en la declaración de la renta y complementarios.

**DEX:** declaración de Exportación. En este documento se resume toda la información relacionada con la mercancía y los documentos con los cuales se declaró la mercancía, los portes respectivos y la autorización de la Aduana.

**CITES:** (Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres) es un acuerdo internacional pactado entre los gobiernos.

**Permiso Fitosanitario:** es el documento con el cual se garantiza que los productos de origen vegetal cuentan con las condiciones sanitarias necesarias para exportar.

**Arancel:** un arancel es un impuesto o gravamen que se aplica solo a los bienes que son importados o exportados.

**Registro nacional de Exportadores:** permite mantener información actualizada sobre la información, perfil y localización de las empresas exportadoras.

**Apertura de carta de crédito:** es una orden condicionada de pago que recibe un banco a un beneficiario (vendedor) por cuenta y orden de un ordenante (comprador) a través de un banco corresponsal.

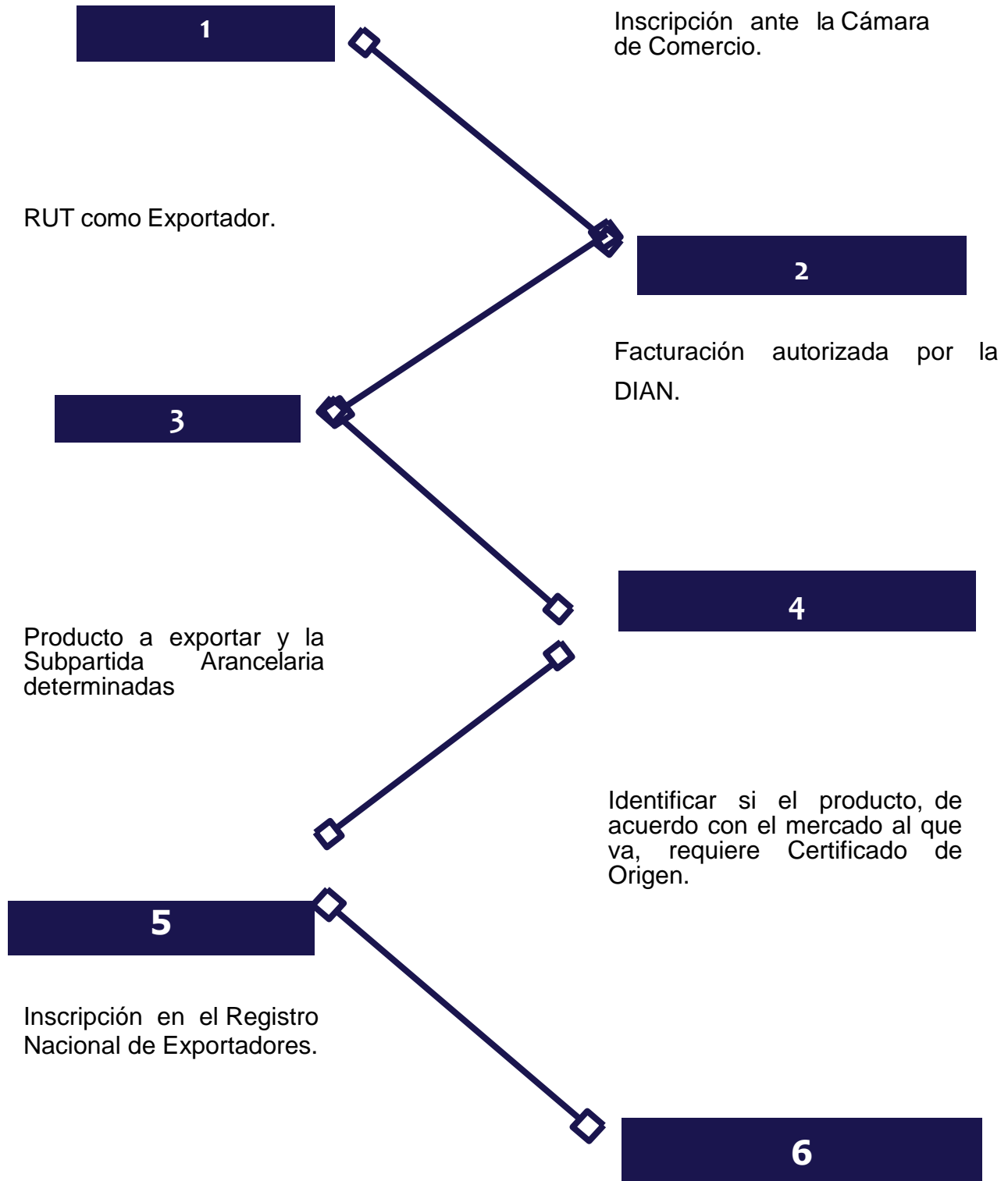
**Agente garante:** persona que garantiza, que presta la garantía.

**Certificado de Origen:** el certificado de Origen expedido por las cámaras de comercio u otros organismos competentes del país exportador, que sirve para acreditar que la mercancía consignada es originaria de la nación mencionada en el mismo.

**Divisas:** es cualquier moneda extranjera. Es decir, es toda moneda distinta de diferentes países.

**Garantía Estand By:** es una modalidad de carta de crédito que se utiliza como una garantía y se ejerce en caso de incumplimiento de una obligación de tipo comercial, financiero o de servicios.

### 5.3 Documentos



## 5.4 Inscripción ante la Cámara de Comercio

**Ilustración 16.** Formulario de Registros de Marcas y Lemas para Microempresas

 <p><b>Industria y Comercio</b> SUPERINTENDENCIA</p>	Espacio reservado para el adhesivo de radicación		
<b>DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS</b> <b>REDUCCIÓN DE TASAS A SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCAS Y LEMAS</b> <b>PARA MICROEMPRESAS</b>			
<b>1. DATOS DEL BENEFICIARIO:</b>			
<b>Apellido(s):</b> (tratándose sólo de persona natural) _____	<b>Nombre(s):</b> (tratándose sólo de persona natural) _____		
<b>Designación oficial completa de la entidad/nombre social:</b> (diligenciar tratándose de persona jurídica) _____			
<b>Nombre del representante legal</b> _____			
<b>Documento de identificación:</b> <input type="checkbox"/> C.C. <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> NIT <input type="checkbox"/> Otro _____			
<b>Número de identificación:</b> _____			
<b>Nacionalidad del beneficiario/País de Constitución</b> _____	<b>Dirección del beneficiario</b> País _____ Ciudad _____		
<b>Correo electrónico</b> _____	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 2px;"><b>No. Fax</b> _____</td> <td style="width: 50%; padding: 2px;"><b>Número telefónico</b> _____</td> </tr> </table>	<b>No. Fax</b> _____	<b>Número telefónico</b> _____
<b>No. Fax</b> _____	<b>Número telefónico</b> _____		
En caso de cumplir los requisitos previstos por la ley 905 de 2004 para ser considerado microempresa y con el fin de que se aplique la reducción de tasas a que se refiere la resolución vigente en tarifas, debe firmar la presente solicitud bajo gravedad de juramento.			
<b>2. INFORMACIÓN DE LA MICROEMPRESA:</b>			
<b>Actividad económica que desarrolla:</b> _____			
<b>Es microempresa, dado que:</b> a. Los activos de la empresa son de _____ b. El número de la planta de personal es _____			
<b>Ubicación y domicilio de la planta física o inmueble donde se desarrolla la actividad económica:</b> Dirección _____ Ciudad _____			
<b>Número de registro mercantil:</b> _____			
<b>Solicito la reducción de la tasa</b>  <b>Nombre del Firmante</b> _____  <b>Documentación de identificación</b> _____	<b>Firma</b> _____  <b>Tarjeta profesional</b> _____		
La SIC se reserva el derecho de verificar, en cualquier momento, la calidad de microempresa. Cualquier información declarada en este documento que no corresponda con la realidad, en particular respecto de los criterios que la Ley 905 de 2004 establece para considerar a las microempresas como tal, será considerada como falsa, acorde con las leyes penales vigentes en Colombia, descritas en el Título IX, Capítulo III de la Ley 599 de 2000.			

P101-F06 v13 (2013-04-02)

## 5.5 RUT como Exportador

**Ilustración 17. Registro Único Tributario**

		<b>Formulario del Registro Único Tributario</b>		001	
2. Concepto <input type="checkbox"/> 0 <input checked="" type="checkbox"/> 1 Inscriptivo					
		4. Número de Formulario 			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT)		6. DNI		12. Dirección sectorial Ingeniería y Arteses de Oro	
<b>IDENTIFICACIÓN</b>					
24. Tipo de contribuyente		25. Tipo de documento		26. Número de identificación	
27. Fecha expedición		28. País		29. Departamento	
30. Lugar de expedición		31. Primer apellido		32. Segundo apellido	
33. Tercer nombre		34. Otros nombres		35. Sexo	
36. Nombre comercial		37. Tipo		38. Dirección principal	
39. País		40. Departamento		41. Ciudad/Municipio	
42. Correo electrónico		43. Código postal		44. Teléfono 1	
45. Teléfono 2		<b>CLASIFICACIÓN</b>			
<b>Actividad económica</b> 46. Código 47. Fecha inicio actividad 48. Código 49. Fecha inicio actividad 50. Código 51. Código 52. Número establecimiento		<b>Ocupación</b> 53. Código 54. Código 55. Código 56. Código 57. Código 58. Código 59. Código 60. Código 61. Código 62. Código 63. Código 64. Código 65. Código 66. Código 67. Código 68. Código 69. Código 70. Código 71. Código 72. Código 73. Código 74. Código 75. Código 76. Código 77. Código 78. Código 79. Código 80. Código 81. Código 82. Código 83. Código 84. Código 85. Código 86. Código 87. Código 88. Código 89. Código 90. Código 91. Código 92. Código 93. Código 94. Código 95. Código 96. Código 97. Código 98. Código 99. Código 100. Código			
<b>Responsabilidades, Calidades y Atributos</b>					
101. Código 102. Código 103. Código 104. Código 105. Código 106. Código 107. Código 108. Código 109. Código 110. Código 111. Código 112. Código 113. Código 114. Código 115. Código 116. Código 117. Código 118. Código 119. Código 120. Código 121. Código 122. Código 123. Código 124. Código 125. Código 126. Código 127. Código 128. Código 129. Código 130. Código 131. Código 132. Código 133. Código 134. Código 135. Código 136. Código 137. Código 138. Código 139. Código 140. Código 141. Código 142. Código 143. Código 144. Código 145. Código 146. Código 147. Código 148. Código 149. Código 150. Código 151. Código 152. Código 153. Código 154. Código 155. Código 156. Código 157. Código 158. Código 159. Código 160. Código 161. Código 162. Código 163. Código 164. Código 165. Código 166. Código 167. Código 168. Código 169. Código 170. Código 171. Código 172. Código 173. Código 174. Código 175. Código 176. Código 177. Código 178. Código 179. Código 180. Código 181. Código 182. Código 183. Código 184. Código 185. Código 186. Código 187. Código 188. Código 189. Código 190. Código 191. Código 192. Código 193. Código 194. Código 195. Código 196. Código 197. Código 198. Código 199. Código 200. Código					
<b>Obligaciones aduaneras</b> 201. Código 202. Código 203. Código 204. Código 205. Código 206. Código 207. Código 208. Código 209. Código 210. Código 211. Código 212. Código 213. Código 214. Código 215. Código 216. Código 217. Código 218. Código 219. Código 220. Código 221. Código 222. Código 223. Código 224. Código 225. Código 226. Código 227. Código 228. Código 229. Código 230. Código 231. Código 232. Código 233. Código 234. Código 235. Código 236. Código 237. Código 238. Código 239. Código 240. Código 241. Código 242. Código 243. Código 244. Código 245. Código 246. Código 247. Código 248. Código 249. Código 250. Código 251. Código 252. Código 253. Código 254. Código 255. Código 256. Código 257. Código 258. Código 259. Código 260. Código 261. Código 262. Código 263. Código 264. Código 265. Código 266. Código 267. Código 268. Código 269. Código 270. Código 271. Código 272. Código 273. Código 274. Código 275. Código 276. Código 277. Código 278. Código 279. Código 280. Código 281. Código 282. Código 283. Código 284. Código 285. Código 286. Código 287. Código 288. Código 289. Código 290. Código 291. Código 292. Código 293. Código 294. Código 295. Código 296. Código 297. Código 298. Código 299. Código 300. Código					
<b>Exportaciones</b> 301. Código 302. Código 303. Código 304. Código 305. Código 306. Código 307. Código 308. Código 309. Código 310. Código 311. Código 312. Código 313. Código 314. Código 315. Código 316. Código 317. Código 318. Código 319. Código 320. Código 321. Código 322. Código 323. Código 324. Código 325. Código 326. Código 327. Código 328. Código 329. Código 330. Código 331. Código 332. Código 333. Código 334. Código 335. Código 336. Código 337. Código 338. Código 339. Código 340. Código 341. Código 342. Código 343. Código 344. Código 345. Código 346. Código 347. Código 348. Código 349. Código 350. Código 351. Código 352. Código 353. Código 354. Código 355. Código 356. Código 357. Código 358. Código 359. Código 360. Código 361. Código 362. Código 363. Código 364. Código 365. Código 366. Código 367. Código 368. Código 369. Código 370. Código 371. Código 372. Código 373. Código 374. Código 375. Código 376. Código 377. Código 378. Código 379. Código 380. Código 381. Código 382. Código 383. Código 384. Código 385. Código 386. Código 387. Código 388. Código 389. Código 390. Código 391. Código 392. Código 393. Código 394. Código 395. Código 396. Código 397. Código 398. Código 399. Código 400. Código					
<b>IMPORTANTE:</b> Sin perjuicio de las actualizaciones a que haga lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se exigirá su renovación.					
<b>PARA LOS EXTRACTOS DE LA DIAN</b>					
59. Anejo		60. No de Folios		61. Fecha	
62. Anejo		63. No de Folios		64. Fecha	
La información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser veraz y verídica; en caso de constatar falsedad en alguno de los datos suministrados se adelantará los procedimientos administrativos sancionatorios a los suscriptores, según el caso.					
Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1620 de 2010.					
Firma del solicitante:					

## 5.6 Facturación autorizada por la DIAN.

**Ilustración 18. Facturación Autorizada**

REPÚBLICA DE COLOMBIA Autorización Numeración de Facturación		1876
Ejemplar reservado para la DIAN		4. Número del formulario: 18762000
5. Número de identificación Tributaria - NIT: 999999999   5		6. EV: Primer apellido: Segundo apellido: 3. Primer nombre: 4. Otros nombres:
12. Dirección nacional: EMPRESA EJEMPLAR		
13. Dirección nacional: Calle 100 # 100 - 100		
21. País: Colombia		
La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, conforme a la facultad discrecional establecida en el artículo 684-2 del Estatuto Tributario y en virtud de lo estipulado en la Resolución 90055 de 14/07/2016, por la cual se adopta los sistemas técnicos de control de facturación, previo estudio y evaluación de la solicitud realizada por el contribuyente, representante legal, o apoderado debidamente acreditado, Determina autorizar los rangos de numeración de facturación y/o documento equivalente, por una vigencia de 18 meses, contados a partir de la fecha formalización de éste documento y descritos en la hoja 2 y subsiguientes. En los casos, en que se agote la numeración antes de culminar la vigencia, el interesado tendrá derecho a solicitar una nueva autorización, de acuerdo al trámite establecido.		
Si el obligado a facturar, no hubiere agotado la numeración de facturación transcurrido el término de la vigencia autorizada, con 15 días de antelación, podrá solicitar la habilitación de la numeración sobrante.		
Cuando se trate de una solicitud de inhabilitación de la numeración de facturación y/o documento equivalente, la vigencia es permanente, por lo tanto, no procede la habilitación de estos rangos.		
<b>Colombia, un compromiso que no podemos evadir.</b>		
Nota: La NO adhesión a cualquier tipo de sistema nacional electrónico dará lugar a la sanción establecida en el artículo 684-2 del ET		Firma del Funcionario autorizado:
Fecha del solicitante:		384. Apellidos y nombres: 395. Cargo: 398. Dependencia: 399. Lugar administrativo: 391. Organización: 392. Área: 393. Establecimiento:
1001. Apellidos y nombres: 1002. Tipo doc.: COLOM 1003. No. Ident.: 1005. Cond. Representador: 1006. Organización: Empresa Ejemplar		Subdirección de Gestión de Asistencia al Cliente U.A.E. DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES
2016-08-26 10:23:16 AM  Fecha Acuse Recibo		2016-08-26 10:23:16 AM

### 5.6.1 Estudio de Mercados

Se realizan estudios de mercado para conocer la demanda de nuestros productos y la determinación de precios. Para ello se deben considerar aspectos como producto, precio, marketing, competencia local y promociones. Una vez que se ha realizado la investigación y se han establecido las conexiones comerciales, pueden comenzar las negociaciones.

### 5.6.2 Remisión de la Factura

Los artesanos exportadores deberán presentar una factura proforma (cotización) para facilitar al importador la solicitud de licencia de importación o licencia y forma de pago a favor del exportador. Esta factura deberá incluir:

- La identidad del comprador

- Ubicación Cantidad Precio unitario Valor total Forma de pago
- Vigencia de la cotización
- Términos de negociación.

### **5.6.3 Aceptación de las Condiciones**

El importador extranjero confirma la compra de bienes al exportador colombiano y acepta los términos negociados. El importador paga según la forma especificada en la factura proforma

- Carta de crédito de apertura
- Transferencia bancaria
- Cheque certificado

### **5.6.4 Confirmación del Pago**

Luego del pago por parte del importador extranjero, el banco comercial colombiano recibe una copia de la transacción del banco agente garante notifica al exportador para que inicie el proceso de envío.

### **5.6.5 Proceso para Certificado de Origen**

Para obtener un Certificado de Origen, el exportador debe completar el formulario "Solicitud de Registro Nacional de Productor, Cotización de Exportación y Determinación de Origen" (Formulario 010)

**Ilustración 19.** *Salsera tricolor negro*



**Ilustración 20.** Formulario 010

Solicitud de Devolución y/o Compensación				010	
2. Concepto: <input type="checkbox"/>			4. Número de formulario		
Espacio reservado para la DIAN					
Datos del solicitante					
20. Tipo de documento	18. Número de identificación	6. DV	7. Primer apellido	8. Segundo apellido	9. Primer nombre
					10. Otros nombres
11. Razón social:					
12. Dirección seccional			Cod.	14. Correo electrónico	
24. Dirección notificación					25. Teléfono
26. País	Cod.	27. Departamento	Cod.	28. Ciudad/Municipio	Cod.
29. Razón social entidad condenada				30. Número de identificación Tributaria	31. DV
Formas de pago					
40. Descripción forma de pago			Cod.	41. Entidad financiera o bancaria	Cod.
42. Número de cuenta y/o Tarjeta crédito internacional		43. Tipo de cuenta		Cod.	
44. Tipo de solicitud			Cod.	45. Con garantía ?	<input type="checkbox"/>
Colombia, un compromiso que no podemos evadir.					
Firma de quien suscribe el documento			Firma del funcionario autorizado		
1001. Apellidos y nombres			984. Apellidos y nombres		
1002. Tipo doc.			985. Cargo		
1003. No. identificación			1013. Rol funcionario		
1004. D.V.			1000. Operación automática		
1005. Cod. Representación			989. Dependencia		
1006. Organización			990. Establecimiento		
Firma tercero			992. Área		
1007. Apellidos y nombres			990. Lugar admitivo.		
1008. Tipo doc.			991. Organización		
1009. No. identificación			997. Fecha expedición		
1010. D.V.			AAAA MM DD HH MM SS		
1011. Cod. Representación					
1012. Organización					

### 5.6.6 Factura Comercial

Es la cuenta del producto, se envía al comprador en el extranjero y es utilizado por las autoridades aduaneras del país importador como documento básico para

determinar el valor libre de impuestos de las mercancías por las que se cobrarán los derechos de importación.

#### **5.6.7 Diligenciamiento del Documento de Exportación**

Los documentos de exportación son las declaraciones de exportación relacionadas con el envío, la cual es presentada a la Aduana Nacional.

- Productos
- Posiciones Arancelarias
- Precio de Venta

#### **5.7 Solicitud de Vistos Buenos**

La exportación de los productos artesanales exige que el exportador se encuentre inscrito en la entidad encargada de su control y/o otorgamiento del visto bueno.

Este requisito debe cumplirse en forma previa a la exportación de productos artesanales colombianos.

#### **5.8 Lista de Empaque**

Es una lista detallada del contenido de cada parte que compone la carga útil. Esta lista se adjunta a la factura comercial y proporciona información sobre el embalaje y embalaje, el peso y el volumen, y las condiciones de manipulación y envío de las mercancías.

## 5.9 Formato lista de empaque

<h2>LISTA DE EMPAQUE</h2>			
REFERIDA A LA FACTURA N°:			
EXPORTADOR: DIRECCIÓN: TELF.: CIUDAD: PAÍS:			RUEX N°:
FECHA:		NIT:	
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO	PESO NETO	PESO TOTAL
NATURALEZA DEL PRODUCTO: Líquido      Sólido Frágil          Peligroso Otro _____			
NUMERO TOTAL DE CAJAS:			
PESO NETO TOTAL:			
PESO BRUTO TOTAL:			

### **5.10 Contratación del Transporte**

El exportador contratará el medio de transporte y naviera más adecuado en los términos acordados con el comprador teniendo en cuenta:

- El tipo de mercancía
- El costo
- Las necesidades de disponibilidad

Los métodos de envío más utilizados a nivel internacional son el aéreo y el marítimo.

### **5.11 Trámite Aduanero**

Una vez tenga lista la mercancía y según el término de negociación – INCOTERMS- utilizado, si es del caso, diríjase al Aeropuerto, en Bogotá, para solicitar clave de acceso al sistema informático de la DIAN para que diligencie la Solicitud de Autorización de Embarque.

### **5.12 Incoterms**

Los Incoterms son reglas elaboradas por la Cámara de Comercio Internacional, que se utilizan en los contratos de compraventa internacional.

Los Incoterms más utilizados

- CIF: Cost, Insurance and Freight (costo, seguro, flete)
- CFR: Cost and Freight (costo y flete) DDP: Delivery Duty Paid (entregado con impuestos pagados)
- EXW: EX Works (en fábrica) FOB: Free On Board (libre bordo)

### **5.13 Presentación de Documentos**



Una vez presentado el DEX con sus anexos, la Aduana acepta la solicitud de autorización de embarque, procediendo al aforo de la mercancía y autorizando su embarque.

El DEX se presenta con los siguientes documentos:

- Documento de transporte (Guía aérea, Conocimiento de Documento e Identidad del exportador)
- Embarque o Carta de Porte)
- Factura Comercial y Lista de Empaque.

- Dependiendo del producto: CITES, permisofitosanitario, autorizaciones expresas y demás requisitos exigidos para la exportación.

**Ilustración 21.** Formulario 600 Declaración de Exportación.

 <b>Declaración de Exportación</b>		 <b>600</b>	
Espacio reservado para la DIAN		1. Año <input type="text"/>	
		4. Número de formulario	
5. Número de Identificación Tributaria (NIT)		6. DV	
11. Apellidos y nombres o razón social			
13. Dirección		15. Teléfono	
12. Cód. Admón.		16. Cód. Dpto.	
17. Cód. Ciudad/ Municipio			
24. Número de identificación tributaria (NIT)		25. DV	
26. Apellidos y nombres o razón social del declarante autorizado			
27. Tipo de usuario		28. Código usuario	
29. Número documento de identificación		30. Apellidos y nombres de quien suscribe el documento	
31. Clase de exportador		32. Nombre o razón social importador o consignatario	
33. Dirección país de destino		34. Cód. País destino	
35. Ciudad del país de destino		36. Autorización de embarque	
37. Año		Mes	
Día			
38. Tipo declaración		39. Cód.	
40. Cód. lugar de salida		41. Cód. dpto. procedencia	
42. Declaración exportación anterior		43. Año	
44. Adhesivo declaración de importación anterior		45. Año	
46. Cód. Modalidad importación		47. Cód. Ofic. Regional Mincomercio Industria y Turismo	
48. Código moneda de negociación		49. Valor total en moneda de negociación	
50. Código modo de transporte			
51. Código bandera		52. Peso bruto kgs	
53. Código modalidad		54. Código forma de pago	
55. Cantidad de pagos anticipados		56. Fecha primer pago anticipado	
57. Código embarque		58. Consolidación	
59. Cantidad de embarques		60. Código datos	
61. Código:		62. Cantidad	
63. Marcas y números			
64. Certificado de origen		65. Cuál?	
66. Sistemas especiales		67. Nos. Programas:	
68. 70		69. 71	
72. 73		74. Reposición	
75. No.		76. No.	
77. Visto bueno entidad		78. No.	
79. No.		80. Cód. Exportación en tránsito	
81. Cód. Admón. de embarque		82. Cód. Localización mercancía	
83. Subpartida arancelaria		84. Cód. País de origen	
85. No. Factura		86. Cód. Unidad Cui. Medida	
87. Cantidad		88. Peso neto kgs.	
89. Valor FOB USD		90. Valor agregado Nat. USD	
91. C.F.P.		92. Aplicación casilla 66	
93. Descripción de las mercancías (NO inicie la descripción de las mercancías a exportar con lo señalado en el arancel de aduanas en la subpartida arancelaria - Incluya marcas, seriales y otros). Si el campo es insuficiente, utilice hojas anexas a la declaración de exportación.			
94. Cantidad de subpartidas declaradas		95. Hojas anexas números	
96. Total peso neto kgs.		97. Total valor FOB USD	
98. Total valor agregado Nat. USD		99. Cantidad hojas anexas	
100. Valor fletes USD		101. Valor seguros USD	
102. Valor otros gastos USD		103. Valor total de la exportación USD	
104. Valor a reintegrar USD			
105. Procede el embarque?		106. Año	
107. Mes		Día	
108. Auto y acta		109. No.	
110. No. Manifiesto de carga		111. Año	
112. Cód. Admón.		113. No. Bultos	
114. Peso (kgs.)		115. Identificación del medio de transporte	
116. Observaciones		117. Declaración de exportación definitiva	
118. Fecha		119. Nombre	
120. C.C.			
Firma declarante autorizado			

Original: Dirección Seccional UAE - DIAN

2006410

### **5.13.1 Pago de La Exportación**

Las exportaciones generan la obligación de reintegrarlas divisas recibidas, mediante la apertura de carta de crédito, una transferencia bancaria o un cheque certificado.

Pago en moneda legal a los artesanos exportadores residentes en el país podrán 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

### **5.13.2 Medios de Pago**

Es importante considerar cómo pagarán sus clientes por la exportación. Para ello, existen diferentes instrumentos de pago internacionales como:

- Cartas de Crédito
- Cartas de Garantía
- Garantía Stand by

## **5.14 Recomendaciones**

Las experiencias recogidas en la investigación y todo lo relacionado con el trabajo de campo que se hizo con las entrevistas se da como recomendación que aparte de un asesoramiento de cómo exportar, se debería de explicar la parte de las normas de calidad que se deberían de tener en cuenta para hacer las piezas artesanales, y el tema de embalaje que se necesita para enviar las artesanías a otros países.

## 5.15 Anexos

**Ilustración 22.** Entrevista

### Entrevista artesanos del centro poblado de la chamba

El objetivo de esta esta entrevista es la recoleccion de datos para el proyecto de grado ESTRATEGIA PARA FORTALECER EI PROCESO DE EXPORTACION DE CERAMICA NEGRA FABRICADA POR ARTESANOS DEL CENTRO POBLADO DE LA CHAMBA DEL GUAMO TOLIMA

smontealegre94@itfip.edu.co [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

\* Indica que la pregunta es obligatoria

Nombre del taller \*

Tu respuesta

Hace cuantos años fabrica productos en barro en el centro poblado de la chamba

☐ 1 a 5 años

☐ 5 a 10 años

Fuente: Elaboración Propia

**Ilustración 23.** Registro de firmas

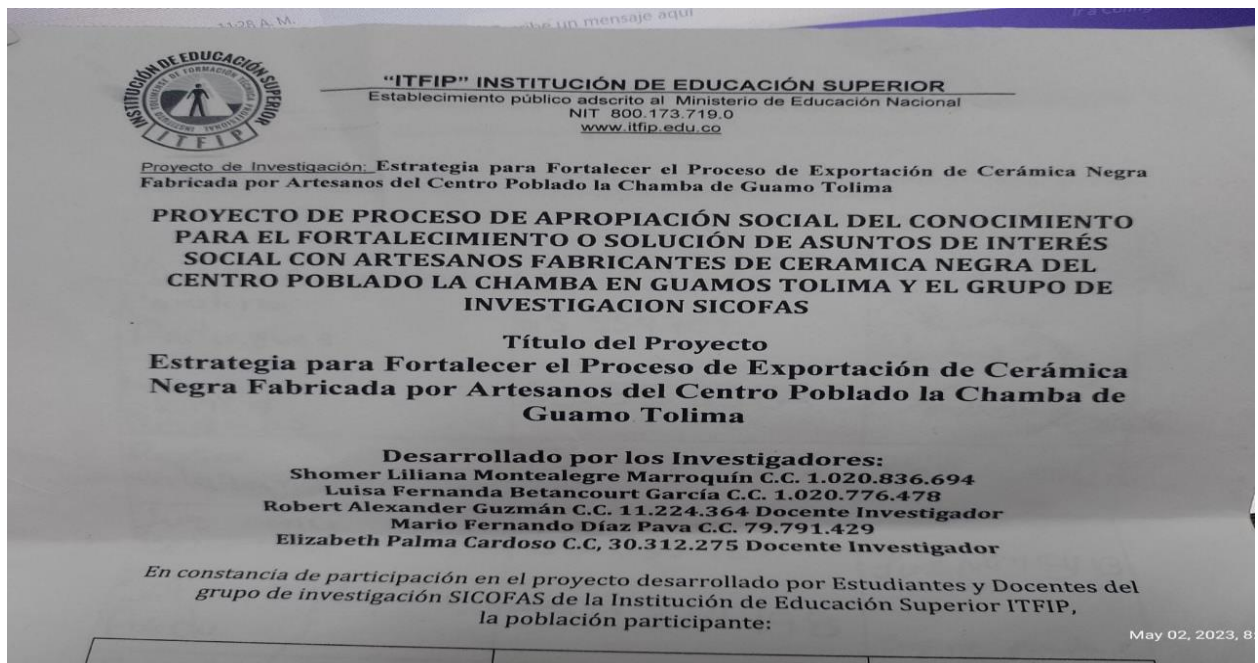






**Fuente:** Elaboración Propia

**Ilustración 24.** Lista de firmas



**Fuente:** Elaboración Propia

## 5.16 Referencias

Acuña Willis (2022). Estrategias Comerciales para la Exportación de Cerámica Decorativa Utilitaria al Mercado de Estados Unidos de la Asociación de Artesanos Ceramistas Keramic Makkas – Cajamarca, 2018-2021 (para optar el título profesional de licenciada en negocios internacionales, Escuela Académica Profesional de Negocios Internacionales). Repositorio digital <https://n9.cl/64t5mx>

Angera Teresa (1986). La investigación cualitativa. <https://educar.uab.cat/article/view/v10-anguera/442>

Anda Pinargote y Landeta Moore (2016). Plan Estratégico para la Exportación de Artesanías de Barro Desde la Pila-Manabí A Miami-Estados Unidos (proyecto de grado, Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL). Repositorio digital <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/54316/1/T-105957-Anda-Landeta.pdf>

Artesanías de Colombia (2023) La Artesanía y el mercado internacional: Comercio y codificación aduanera. [https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/GlosarioPalabra/artesania\\_47](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/GlosarioPalabra/artesania_47)

Artesanías de Colombia. (1989). Listado General de oficios Artesanales. <https://artesaniasdecolombia.com.co/trazaartesanal/documentos/artesanias-colombia-listado-oficios.pdf>

Artesanías de Colombia. (2019). Informe de Gestión [https://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/31396\\_informe\\_gestion\\_v2\\_20032019.pdf](https://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/31396_informe_gestion_v2_20032019.pdf)

Artesanías de Colombia. (2012). <https://www.youtube.com/watch?v=cDoRXwADHgo>

Artesanías de Colombia. (2023). Programa de calidad “hecho a mano”.  
[https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/proyectosSubMenu/sello-de-calidad\\_2528](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/proyectosSubMenu/sello-de-calidad_2528)

Artesanías de Colombia. Metas e indicadores de gestión (2022).  
[https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_nosotros/metas-e-indicadores-de-gestion\\_468](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_nosotros/metas-e-indicadores-de-gestion_468)

Artesanías de Colombia. (2023). Guía para exportar.  
[https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C\\_tienda/guia-para-exportar\\_277](https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_tienda/guia-para-exportar_277)

Carvajal Laura (2012). La globalización y cambios en las estrategias de gestión de las empresas. (Para optar el título profesional, Universidad Tecnológica de Bolívar). Repositorio digital.  
<https://repositorio.utb.edu.co/handle/20.500.12585/2043#page=1>

Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Artesanías de Colombia (1999) Guía para exportar artesanías en Colombia e identificación del oficio artesanal para la determinación de origen, editorial Artesanías de Colombia.  
<https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/handle/001/2736>

Cuellar, A. (2020). Cerámica de La Chamba, Tolima, un oficio ancestral de calidad.  
<https://www.radionacional.co/noticia/lla-chamba-tolima>.

Económicas. (2012). Artesanías de Colombia que llegan a Europa y Estados Unidos.,  
<https://www.unipymes.com/artesanias-de-colombia-que-llegan-a-europa-y-estadosunidos/>

Echegaray arestil (2005). Investigación de Mercados Aplicada en la Chamba Tolima  
<https://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/1911/1/INST-D%202005.%2018.pdf>

Espinoza Freire. (2015). Aspectos teóricos e instrumentos de la metodología de la investigación. Editorial. Universidad técnica Machala.  
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/6651>

Fonseca Jhon (2019). El Aporte Académico del Diseño a la Artesanía en Boyacá, Una Aproximación al Estado del Arte. (Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Diseñador Industrial, universidad pedagógica y tecnológica de Colombia facultad seccional Duitama). Repositorio digital  
[https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/2968/TGT\\_1583.pdf;jsessionid=CB2597B3A7E7CC4A177D92ADB0968F61?sequence=1](https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/2968/TGT_1583.pdf;jsessionid=CB2597B3A7E7CC4A177D92ADB0968F61?sequence=1)

Garzón Martínez (2017). Guía de Exportación de Artesanías Colombianas Hacia la Unión Europea (proyecto de grado, universidad icesi). Repositorio digital.  
[https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/83706/1/TG01896.pdf](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/83706/1/TG01896.pdf)

Guardiola Esmerar, A. (2020). Tendencias investigativas sobre comercio internacional y derechos humanos: Un análisis de redes. Utopía y praxis latinoamericana: revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social.  
<http://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/465/644>

Guereca Torres, R. (2016). guía para la investigación cualitativa. Editorial. Universidad autónoma metropolitana. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/138394>

Hernández María, Garrido Cynthia, Martin Naira y Gómez Lorena. Metodología de investigación avanzada. (Máster en Tecnologías de la Información y la Comunicación en Educación).  
[http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86\\_entrevistapdfcopy.pdf](http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf)

Hernández Carrera, R. M. (2014). La investigación cualitativa a través de entrevistas: su análisis mediante la teoría fundamentada. Cuestiones Pedagógicas. Revista De Ciencias De La Educación.

<https://revistascientificas.us.es/index.php/Cuestiones-Pedagogicas/article/view/9815>

Índice de globalización. (2016). <https://indicedeglobalizacion.wordpress.com/>

Moraleda Álvaro (2017). Diseños de investigación cuantitativa en educación.

<https://www.youtube.com/watch?v=CoV7rHeaO40>

Morales A (1998). Globalización: Conceptos, Características Y Contradicciones. Repositorio digital.

<file:///E:/Mis%20Documentos/Downloads/Dialnet-Globalizacion-4796216.pdf>

Monroy Feliz, (2010). La Asociatividad como Modelo de Gestión para Promover las Exportaciones en las Pequeñas y Medianas Empresas en Colombia. Revista relaciones internacionales estrategia y seguridad.

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1909-30632010000200007](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-30632010000200007)

Navarro Silvana. (2021) La Artesanía como Industria Cultural: Desafíos y Oportunidades. Pontificia Universidad Javeriana, Departamento de Diseño, Facultad de Arquitectura y Diseño, Bogotá D.C.

<https://studylib.es/doc/1808707/la-artesan%C3%ADa-como-industria-cultural-desaf%C3%ADos-y-oportuni...>

Otero Alfredo. (2018) Investigación enfoque.

<https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega>

Pro Colombia. (2019). Aumenta el apetito internacional por las artesanías colombianas

<https://prensa.procolombia.co/aumenta-el-apetito-internacional-por-las-artesantias-colombianas>

Pro Colombia. (2012). Artesanías de Colombia que llegan a Europa y Estados Unidos

<https://www2.procolombia.co/archivo/artesantias-de-colombia-que-llegan-europa-y-estados-unidos>

Pro Colombia. (2019). Alemania, Francia y Reino Unido, encabezaron compras de artesanías colombianas. <https://prensa.procolombia.co/alemania-francia-y-reino-unido-encabezaron-compras-de-artesantias-colombianas>

Quintero Vélez, Cardona Taborda, Marzan Restrepo (2010). Exportación de Productos Artesanales Colombianos (Proyecto de grado, Institución Universitaria Esumer). Repositorio digital. <https://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/1584/1/EXPORTACI%C3%93N%20DE%20PRODUCTOS%20ARTESANALES%20COLOMBIANOS.pdf>

Rodríguez Cecilia (2012) Comercio Internacional. (Red Tercer Milenio, México) Investigación. [file:///E:/Mis%20Documentos/Downloads/Comercio internacional.pdf](file:///E:/Mis%20Documentos/Downloads/Comercio_internacional.pdf)  
Sulser Rosario, Pedroza José (2004). Exportación Efectiva. Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador. Primera edición mayo 2004 empresa isef. <https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=xAUmAgalNHAC&oi=fnd&pg=PA2&dq=exportacion+&ots=Zu7gDcKaad&sig=273F2WJ2w2FbRS2fcL8vXMSNVdU>





[www.itfip.edu.co](http://www.itfip.edu.co)

Calle 18 Carrera 1ª Barrio/Arkabal  
(El Espinal, Tolima-Colombia)

ISBN: 978-628-95053-4-4



SC6793-1



CO-SC6793-1

