

**El renacimiento del alfarero: La historia en Colombia, comercialización y
oportunidades de negocio de la arcilla y las obras de arte nacional e
internacionalmente**

Monica Eidy Casas León

Proyecto de investigación

presentado como requisito parcial para optar al título de Negociante Internacional.

Dirigido por:

Humberto Librado

Universidad Santo Tomás

Facultad de Negocios Internacionales

Bogotá, D. C.

2021

Proyecto de investigación presentado en Colombia 2021 a mi padre Jorge Antonio Casas garzón, a mi madre Fermina León de Casas, al amor de mi vida Álvaro Rincón Aguilar.

Agradecimientos

Principalmente quiero agradecerle a DIOS por poder estudiar en una excelente universidad y poder culminar mi carrera a pesar de los quebrantos de salud que tuve. Pienso que esto no es obstáculo para poder cumplir las metas propuestas.

Agradezco que siempre mis padres y esposo, me han apoyado en los momentos más difíciles y han sido mi fortaleza en los momentos más arduos de mi vida.

A la Universidad Santo Tomás, por la inclusión a las personas en condición de discapacidad visual. A los docentes que preparaban sus clases, para que yo pudiera recibir mis clases adecuadamente Por mi discapacidad visual. También agradezco a mis compañeras Laura Camila la Torre y Angie Xiomara Triana Rodríguez, que me apoyaron en estos diez semestres de carrera siempre colaborándome.

Tabla de contenido

Agradecimientos	3
Introducción.....	5
Justificación.....	6
Historia de la arcilla	7
Caracterización del sector	10
Antecedentes del sector	13
Cadena de valor	17
Mejoramiento en la producción	17
La industria cerámica y oportunidades de negocio en América Latina.	22
Conclusión.....	29
Bibliografía.....	31

Introducción

Los productos elaborados con arcilla datan de tiempos inmemorables, teniéndose en cuenta que, como herencia de nuestros antepasados, encontramos la elaboración de piezas precolombinas y que en su momento sirvieron para mejorar el estilo de vida de nuestros antepasados y en la actualidad se sigue recurriendo a los productos elaborados en arcilla, para crear obras de arte, utensilios para la cocina y el hogar. Pues en la actualidad existen grandes macroempresas y microempresas las cuales se dedican a la elaboración de productos hechos en arcilla y esmaltados. Los cuales son exportados y que, aun estos productos son esenciales para mejorar la vida de las personas y puede ser una gran oportunidad de negocio.

En el trascurso de mi investigación tratare de sustentar lo aquí expuesto.

Justificación

En este estudio de investigación, nos enfocaremos en cómo aprovechar el recurso natural de la arcilla, para la producción, comercialización y oportunidades de negocio, para las artesanías en Colombia y América Latina.

Por otro lado, es una investigación interesante, puesto que así renacería la herencia de nuestros antepasados, haciendo obras de arte con las manos y las personas que realizarían este trabajo, serían las personas en condición de discapacidad visual, las madres cabezas de hogar y las personas que quieran y sientan el amor por el arte. Pues esta población es la más vulnerable y sería bueno ayudar para que las personas puedan subsistir y sentirse útiles.

Historia de la arcilla

La herencia que nos han dejado nuestros antepasados Indígenas Colombianos:

Es importante reconocer que la elaboración manual de productos hechos en arcilla, ha sido la herencia que nuestros antepasados indígenas nos han dejado. Puesto que ellos elaboraban sus vasijas y utensilios a mano y así hemos heredado variedad de metodologías para poder manejar la arcilla. Además, en Colombia, el proceso para la elaboración de estos utensilios se debe a la transformación de la arcilla para así poderla trabajar. (Vásquez Buitrago, et al., 2015,).

Además, Diego Añez, es un gran conocedor de la producción de cerámica en Colombia, y “afirma que cuando obtenemos una pieza de cerámica indígena, contamos con un objeto que obtiene saberes ancestrales que se han heredado de por vida y de esta manera, les han dado paso a las diferentes clases de cerámica que hoy se encuentran en el mercado” (Añez Yepez, 2005, p. 5).

Diego Añez, explica que los períodos de transformación han llevado sus obras de arte elaboradas en arcilla desde la tradición indígena hasta la actual. (Añez Yepez, 2005). Además, Diego aclara que es importante tener conocimiento de que la alfarería y la cerámica, son trabajos en donde se transforma el barro y siempre la arcilla va hacer la principal materia prima que se utiliza en este oficio. (Añez Yepez, 2005).

Es importante resaltar que su diferencia es que la alfarería es un trabajo de repetición, lo que quiere decir que se elaboran productos con moldes, a diferencia de las obras de arte,

que son elaboradas a mano, y se convierten en cerámica cuando son introducidas en los hornos y aquí es donde las arcillas dejan sus colores naturales y toman otros tonos.

Estos hornos antiguamente eran huecos hechos en el suelo y las jarras eran elaboradas a mano y las introducían en los huecos con leña y piedras y le prendían fuego. (Añez Yepez, 2005).

Por otro lado, encontramos diferentes áreas de trabajo de cerámica en Colombia, donde Diego nos informa que hay cinco: “la cerámica indígena, la tradicional popular, la contemporánea, la cerámica industrial y la cerámica científica”, las tres primeras surgen en lugares como “Ráquira, la Chamba Tolima, y el Carmen del Viboral”. (Añez Yepez, 2005).

En estos lugares se puede ver, como los artesanos trasforman el barro con su creatividad elaborando obras de arte con sus manos. Además, Diego explica que en Colombia lo que fortalece a los grupos artesanales productores se debe a tres factores que son: por tradición; por la materia prima y por el mercado y el reconocimiento de los clientes. (Añez Yepez, 2005).

Así mismo, en Ráquira Diego Añez, asegura que los artesanos han elaborado la cerámica indígena, tradicional y contemporánea y esto se debe a que las familias de artesanos han transmitido de generación en generación sus saberes. Además, el apoyo de entidades como Artesanías de Colombia S.A, ha permitido la implementación de nuevos diseños y metodologías que han permitido una constante innovación de productos que permanecen vigentes, pero sin perder su esencia. (Añez Yepez, 2005).

En cambio, la cerámica de la Chamba permanece entre lo indígena y lo tradicional popular. Esto es interesante para Diego puesto que sus técnicas han formado parte de un patrimonio que ha reflejado la tradición de este pueblo en cada obra artesanal. (Añez Yepez, 2005).

Encontramos otro lugar en donde también se crea la naturaleza, pero con mucho color: El Carmen del Viboral. En este lugar encontramos que la cerámica está enfocada en la época de 1930, cuando los españoles llegan a Antioquia con un conocimiento en cerámica y tradición de oficio. (Vásquez Buitrago, et al., 2015, p. 1).

Según Diego Añez, la diferencia entre Ráquira y la Chamba es la forma en como el barro se convierte en arcilla líquida y lo envasan en moldes para sacar productos iguales y tanto sus técnicas como herramientas de trabajo son menos manuales. Además, se debe tener en cuenta que la arcilla se puede clasificar de acuerdo al proceso geológico que las originó y la ubicación del yacimiento donde se encuentre. (Vásquez Buitrago, et al., 2015).

La arcilla se puede utilizar para hacer objetos decorativos, como obras de arte, loza, cerámica y porcelanas. Para elaborar estos productos encontramos varios tipos de arcilla que pueden ser mezcladas con diferentes minerales y dependiendo el contenido mineral de la tierra la arcilla puede tener variedad de colores. Así mismo, se extraen los tintes para el esmaltado de la cerámica de la misma tierra, aunque este proceso requiere de más conocimiento del arte. (Vásquez Buitrago, et al., 2015).

Se debe tener en cuenta que, para elaborar un producto con arcilla, al humedecer la arcilla puede moldearse fácilmente, “porque tiene propiedades plásticas”. Cuando se seca queda firme y cuando se introduce en el horno tiene reacciones químicas que, permiten que la arcilla quede muy rígida y por eso le llaman “cerámica, porcelanas u obras de arte”. (Vásquez Buitrago, et al., 2015).

Podemos ver que la elaboración de productos en arcilla viene desde la prehistoria y se han encontrado piezas artísticas, rituales y utensilios decorativos. Así mismo, nuestros antepasados construyeron edificaciones en tapial, adobe y ahora en ladrillo, y este es el más utilizado para hacer edificios y casas, en este mundo moderno. (García Maidana, & Pérez Herrera, 2020).

En la antigüedad los indígenas descubrieron las útiles propiedades de la arcilla y los primeros recipientes más antiguos son las vasijas elaboradas con arcilla. Por otro lado, podemos ver que la arcilla es uno de los productos más económicos para producir obras de arte, objetos y vajillas entre otros. “Y ahora encontramos un horno diseñado exclusivamente para cocer arcilla, llamado horno de alfarero”. (García Maidana, & Pérez Herrera, 2020).

Caracterización del sector

Este proyecto de investigación está enfocado en analizar si la comercialización de productos elaborados en arcilla es una buena viabilidad para distribuir en Colombia como en el extranjero. Además, cómo aprovechar esta iniciativa en la población vulnerable.

Debe tenerse en cuenta que el arte de la elaboración manual de productos con arcilla tiende a desaparecer, la idea es tratar de recuperar la herencia de nuestros antepasados y así

mismo, inculcar el arte de la alfarería y poder explotar este arte y dar a conocer en otros países del mundo los productos artesanales y obras de arte elaboradas a mano por nuestros alfareros colombianos.

En esta investigación encontramos que el sector cerámico “en el Valle de Aburrá de Medellín” está fortalecido “por la cadena de proveedores, la cadena productiva y la cadena logística de distribución”. Este sector se ha recuperado gracias a las políticas propuestas en el plan de desarrollo nacional “prosperidad para todos”, y es quien promueve el crecimiento económico. (Montoya-Rivas, et al., 2014).

Así mismo, debemos resaltar que en las empresas del sector cerámico no cuenta con una caracterización de los riesgos que afectan la integridad de las personas y la productividad de las empresas, esta es una problemática del sector publicado en el Valle de Aburrá. (Montoya-Rivas, et al., 2014).

Es importante conocer las principales características del sector cerámico y el entorno de las empresas colombianas que están en un mercado globalizado y en constante cambio por los nuevos tratados de libre comercio que ha firmado el Estado Colombiano, con distintos países, como “Estados Unidos, Canadá, la reciente alianza del pacífico, con Chile, Perú y México”. (Montoya-Rivas, et al., 2014).

Además, se han mostrado grandes impactos positivos en la industria cerámica como es la entrada sin arancel a Estados Unidos, la estabilidad jurídica para inversionistas, el crecimiento económico y el aumento del comercio internacional. Por esta razón, las empresas

colombianas son más competitivas, satisfaciendo las necesidades de los clientes. (Montoya-Rivas, et al., 2014).

Por otro lado, el estudio del “sector cerámico ubicado en el Valle de Aburrá, que elaboran productos en arcilla, sílice y feldespatos, como porcelana de mesa, porcelana sanitaria y artística”. (Montoya-Rivas, et al., 2014).

Permite que, en esta investigación, el estudio económico del sector cerámico, se encuentre ubicado dentro del sector minero como los minerales no metálicos. Estos están agrupados según el DANE (Departamento Administrativo de Estadística), en el sector CIIU1 361. (Montoya-Rivas, et al., 2014).

En la cadena de la cerámica, se incluye los productos derivados de la fabricación industrial los artículos de arcilla, loza y porcelana. Según el Ministerio de Minas y Energía, este sector ha registrado aumentos en el Producto Interno Bruto. (PIB) y la inversión extranjera directa en minería ha contribuido en un rango entre un 4 y 77 % y en los años 2002 y 2009 un 5 y 62 %. (Montoya-Rivas, et al., 2014).

Además, la participación que ha tenido el sector cerámico ha sido un incremento entre “1.32 % y el 1.50 %”. Por otro lado, vemos que según la Comisión económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) el crecimiento del PIB se debe al consumo de los hogares y el aumento de la inversión extranjera, gracias a la protección de políticas contra cíclicas, para así estimular la reactivación económica. (Montoya-Rivas, et al., 2014).

En esta investigación vemos que, en el sector cerámico, “más del 80 % de la producción pertenece a cuatro empresas: Col Cerámica, S.A. (Grupo Corona), que está ubicado en el Valle de Aburrá y se encuentran legalmente constituidas 34 empresas de cerámica”. (Montoya-Rivas, et al., 2014).

Por otro lado, encontramos “cerámica Italia (con un 10 % del mercado de pisos en el país), Alfagres S.a. (nacional) y Eurocerámica (Nacional).” Y en Itagüí encontramos registrado el mayor número de empresas seguido de Medellín. Estos representan en el PIB el 73.53 % de la distribución empresarial. (Montoya-Rivas, et al., 2014).

Es de resaltar que a pesar de que el sector cerámico cuenta con varias empresas en el Valle de Aburrá, Esto no se ve reflejado en el número de personas contratadas. De acuerdo con la Cámara de Comercio “estas empresas suman un total de 610 empleados y el municipio que tiene más empleados es Itagüí con un total de 289, con un promedio de 22 y 23 personas ocupadas”. (Montoya-Rivas, et al., 2014).

En el municipio de Sabaneta, “solo una empresa cuenta con 278 empleados, diferente a la ciudad de Medellín, que para las 12 empresas que están distribuidas en su localidad, el número de personal asciende a 26 por empresa, las 17 personas restantes se distribuyen de la siguiente manera: Bello con 4, Caldas con 1, Copacabana 2, Envigado con 6 y la Estrella con 4”. (Montoya-Rivas, et al., 2014).

Antecedentes del sector

Según los reportes entregados por agencia nacional de minería (ANM) la arcilla es uno de los productos más potenciales en la economía regional. También podemos ver que Norte de Santander tiene las mejores arcillas del mundo y esto permite que el sector se convierta en el más representativo de la economía del departamento. (Villán Bustamante, 2019).

Como antecedente podemos ver que “en el 2018 no fue un buen año para los empresarios de la arcilla y sus derivados, a pesar de que aumentaron su producción un 30 %,

pasando de 188.433 toneladas de arcillas cerámicas y misceláneas en 2017, a 245.112 toneladas en 2018”. (Villán Bustamante, 2019).

El presidente de (Induarcillas) Jairo Yáñez, informó que desde el 2008 el sector no ha sido un generador de empleo, los fletes de transporte hacia el interior del país y los puertos están consumiendo la ganancia de estos productos. Además, la demanda internacional y el precio de la arcilla que es el principal insumo para la producción de cerámicas, está afectando la rentabilidad del sector”. (Villán Bustamante, 2019).

Según los registros de Induarcillas, encontramos 103 empresas que trabajan productos elaborados con arcilla, de las cuales “solo 73 son formales y hay siete industrias grandes, 30 medianas y 36 pequeñas”. Además, en el informe de exportaciones el DANE, en el indicador del 2018, referente a cerámicas, arcillas y piedra, Norte de Santander, disminuyó sus ganancias en un 16 %. (Villán Bustamante, 2019).

Según el reporte “en el 2017 las exportaciones de estos productos alcanzaron 4,5 millones de dólares, mientras que en el 2016 el monto fue de 3,8 millones de dólares”. (Villán Bustamante, 2019).

Además, “las exportaciones se incrementaron hacia costa rica un 8 %, Estados Unidos 86 %, Puerto Rico 143 %, Guatemala 71 % y Honduras 50 %”. Así mismo, se abrieron “nuevos mercados en Perú, Vietnam, Haití, México y Aruba”. (Villán Bustamante, 2019).

Por otro lado, en el sector cerámico español, La industria cerámica ha venido implementando cambios, caracterizado por una importante competencia a nivel mundial. (Villán Bustamante, 2019).

La distribución de los productos ha tenido una relación más globalizada. puesto que La información y el fácil acceso a los productos y servicios, ha permitido que los distribuidores he intermediarios se vean obligados a buscar nuevas formas para relacionar a los vendedores con los compradores para así garantizar la satisfacción del cliente. (Villán Bustamante, 2019).

También analizando el sub sector de distribución de material cerámico, que ha sido muy poco estudiado, ha tenido una nueva visión que es la relación entre los distribuidores con los fabricantes y los clientes finales, para así identificar las causas que inciden en esta relación para así tener su creación de valor. (Márquez Ramírez & Serrano Rodríguez, 2017).

Por otro lado, el resultado de la investigación concluye que la orientación al mercado; el intercambio de información con los fabricantes; y los servicios adicionales ofrecidos al cliente final permiten la identificación y clasificación de las empresas con características de servicio he impacto económico. Y esto tiene un efecto positivo sobre las actividades orientadas al mercado. (Márquez Ramírez & Serrano Rodríguez, 2017).

En el análisis de las bases de datos económicas se debe destacar que los principales distribuidores tienen mayor resultado y rendimiento Económico. Así como los fabricantes líderes que han desarrollado su propia red de distribución. Además, es importante para los distribuidores “los servicios adicionales prestados a los clientes desde las tiendas y además enfatizarse en prestar el servicio por la creación de páginas webs”. (Márquez Ramírez & Serrano Rodríguez, 2017).

Lusch y leczniak, argumentan que los distribuidores deben enfocarse a las necesidades cambiantes de los clientes. Así que el contar con una orientación de servicios

altamente competitivos no solo mejora la evaluación de los clientes con respecto a las ofertas de productos, sino que también facilita los medios para tener fuertes relaciones con los clientes, para así aumentar la lealtad de los mismos. (Márquez Ramírez & Serrano Rodríguez, 2017).

Por otro lado, se debe tener en cuenta que los distribuidores de material cerámico adquieren los productos de los fabricantes sin ningún tipo de transformación, por eso se debe recoger información de los usuarios finales para que así sean realimentadas al fabricante quien es el encargado de los diseños y procesos relacionados con el producto. (Márquez Ramírez & Serrano Rodríguez, 2017).

Según Van der Hammen, como se cita en el Instituto Colombiano de geología y Minería 1998.

La calidad de las arcillas encontradas ha provocado la creación de empresas cerámicas dedicadas a la explotación de este recurso natural para así abastecer sus necesidades de consumo, proporcionando así productos con atributos deseados”. (Márquez Ramírez & Serrano Rodríguez, 2017).

Según Villamizar (citado por Márquez Ramírez & Serrano Rodríguez, 2017) la explotación de arcillas es una de las actividades más activas del departamento, llegando hacer el segundo mineral de mayor producción, además, suministra los materiales para el desarrollo de la construcción la cual es una actividad de mayor crecimiento (Márquez Ramírez & Serrano Rodríguez, 2017).

Leiva Díaz (citado por Márquez Ramírez & Serrano Rodríguez, 2017), este gremio mantiene cifras significativas en despachos de productos terminados, en donde el mercado

local representa un 25 % de la oferta, la demanda nacional consume un 50 % y el restante 25 % se lleva a los mercados extranjeros (Márquez Ramírez & Serrano Rodríguez, 2017).

Según Saavedra, (2016) gracias a la ubicación geográfica de Cúcuta y sus alrededores la región cuenta con accesos rápidos a las reservas abundantes de arcilla y demás materias primas de excelentes características para la industria. (Flórez Vargas, et al., 2018).

Cámara y Comercio de Cúcuta (2012). Para poder obtener el insumo de la arcilla, todo interesado debe firmar un contrato con el Estado, en donde por cuenta y riesgo del solicitante se desarrollan las etapas del proceso minero, y así mismo, “se debe pagar una contraprestación económica a la nación por ser la propietaria de los recursos naturales”. (Ley 685 2001) (Flórez Vargas, et al., 2018).

Es importante aprovechar el proceso y potencial cerámico en la región, con técnicas modernas y sostenibles, acompañada de los productos fabricados, que promuevan las empresas de cerámica del norte de Santander, innovando y fortaleciendo la calidad de sus productos para así ser más competitivos en las diferentes plazas. (local, nacional y extranjera), para posesionarlo como uno de los sectores industriales más representativos del país. (Flórez Vargas, et al., 2018).

Cadena de valor

La estructuración de la Cadena Productiva de Arcillas, “producción y Comercialización En el Departamento del Huila”.

Mejoramiento en la producción

En esta investigación es importante la asistencia técnica en el proceso de producción y la excelente calidad en los productos finales, realizado en el departamento del Huila,

“Programa para el otorgamiento del sello de calidad hecho a mano artesanos vinculados al programa nacional de cadenas productivas”. (Añez Yépez, et al., 2005).

La asistencia técnica está dirigida a mejorar la productividad de las materias primas y el objetivo principal es producir y proveer a sus clientes finales una arcilla húmeda de excelente calidad y arcilla en polvo apta para ser mezclada con insumos químicos para mejorar el proceso de secado y horneado de las cerámicas y así mejorar la capacidad de producción y asegurar su calidad tanto física como estética de los productos. (Añez Yépez, et al., 2005).

Artesanías de Colombia S.A, “en convenio con la alcaldía municipal de Pitalito, la Cámara de Comercio de Neiva y la Asociación de artesanos proveedores de arcilla del sur del Huila “Proarsur”, han implementado el mejoramiento tecnológico en el beneficio de arcillas para cerámica artesanal, para el fortalecimiento de la cadena productiva de la cerámica en el Huila”. (Añez Yépez, et al., 2005).

Así mismo, se han implementado nuevas asesorías técnicas y el perfeccionamiento de nuevos productos, enfatizándose en la práctica de los procesos de vidriado y esmaltado sobre las piezas elaboradas con arcilla, para garantizar la excelente calidad y funcionalidad de los productos realizados por los artesanos de “Neiva, Pitalito y Sanagustín”. (Añez Yépez, et al., 2005).

Además, las condiciones socioeconómicas del sector artesanal no permiten tener una infraestructura ideal, puesto que los artesanos realizan la preparación de la barbotina o arcilla según sus posibilidades y conocimientos empíricos. La Asociación de artesanos proveedores

de arcilla del sur del Huila “Proarsur” son los que han estado trabajando durante años en la preparación y suministro de arcilla húmeda. (Añez Yépez, et al., 2005).

Por otro lado, en el diagnóstico de calidad, elaborado para la producción de piezas en cerámica, se recomienda que realicen los procesos de secado, molido, tamizado, hidratación, amasado y preparación de la arcilla para que la materia prima llegue a los talleres artesanales con una calidad óptima, para así tener una producción adecuada. (Añez Yépez, et al., 2005).

Y el producto que se obtiene es arcilla seca y en polvo, lista para la mezcla con insumos químicos en la preparación de pastas. Esta arcilla es distribuida a los artesanos, empacada en bolsas y la arcilla en polvo puede ser materia prima para otro tipo de productos, puesto que puede mezclarse con insumos químicos para así adquirir una arcilla más consistente y confiable durante la elaboración, secado y horneado de los productos. (Añez Yépez, et al., 2005).

Es importante fortalecer el desarrollo empresarial y poder ampliar el mercado externo de la cerámica en el municipio de Pitalito. Además, deben mejorar el desarrollo de la actividad artesanal, logrando así la promoción de la innovación y mejoramiento tecnológico, con una excelente calidad en los productos, preservando la sostenibilidad ambiental de la producción nacional y el aprovechamiento de los recursos naturales. (Añez Yépez, et al., 2005).

Juan Pablo Martínez 'TITO', licenciado en bellas artes especializado en conservación y restauración por la Universidad de Granada, fue quien coordinó en el 2006 la trayectoria profesional de su padre y maestro, para ser candidato al premio nacional, en el 2008 lo notificaron finalista de la tercera edición de los premios nacionales de artesanía, en 2009 fue

finalista andaluz en la categoría de mejor Trayecto Empresarial que otorga anualmente la Asociación de Jóvenes Empresarios de Andalucía. (*AJE*) (Mella, 2006).

En la alfarería TITO el proceso de producción está establecido en una empresa de carácter familiar con una gran concentración de funciones y con un sistema de capacitación de empleados muy lento. Cuando se creó esta firma, por primera vez un alfarero afirmaba la autoría de sus piezas y era responsable de su calidad y estilo. (Mella, 2006).

En la alfarería TITO la quema de las piezas se hace con hornos que utilizan asoleo como combustible. A diferencia del gas que es muy limpio, el gasóleo forma manchas en las piezas, que suministra un exclusivo toque de imperfección la llamada “pisada de gato”, que le da la impronta artesana. Este estilo propio ha sido mantenido por la tradición alfarera desde hace décadas, perfeccionando, innovando y estudiando el valor estético de las piezas y recuperando técnicas ya olvidadas. (Mella, 2006).

Declaraciones de Juan pablo Martínez. Algo importante es como los clientes aceptan el precio de la pieza cerámica, siendo un producto bien hecho, laborioso y de gran valor. Juan pablo Martínez afirma Taller, tienda y museo, un tres en uno que asegura una propuesta de alfarería como expresión artística. Es importante destacar que el gobierno de España otorgó en el 2006 alfarería “TITO” el premio nacional de artesanía. (Mella, 2006).

En los años 60 cuando la marca “TITO” dio sus primeros pasos, la actividad exportadora del alfar con la asistencia y experiencia de la empresa Nacional de Artesanía (Artespaña) y del Ministerio de Industria y Comercio, el alfar inició sus relaciones comerciales como Japón o Inglaterra. Y en los años 90 mantuvieron el flujo comercial con

una distribuidora de Miami, además de otros contactos exclusivos en Italia y Australia. (Mella, 2006).

La innovación Artesanal “TITO”, para poder adaptarse a los nuevos tiempos, decidió transformar lo heredado y presentarlo de manera diferente para que la sociedad lo siguiera demandando. Además, luchó para que la alfarería continuara siendo útil y necesaria y la expresión estética de primer orden el boom del turismo, el apoyo público y la publicidad del valor de la alfarería española contribuyeron al fortalecimiento del negocio, buscando en el exterior algunos destinos comerciales. (Mella, 2006).

En cuanto a su producción reúnen técnicas y diseños propios olvidados, y están adaptados a los nuevos usos y al gusto contemporáneo, lleva impreso el sello “TITO-1-JBEDA” MARCA REGISTRADA”. Es importante resaltar que la buena relación con los proveedores de arcilla, esmaltes y otros insumos debe tenerse en cuenta puesto que, buena parte de las innovaciones técnicas son hechas por ellos. (Mella, 2006).

Alfarería “TITO” labora sus productos en el alfar y tiene una relación con los centros locales de apoyo a empresas, donde se celebran cursos y conferencias de nuevas técnicas de gestión, en material de organización de pymes, cálculo de costes y estrategias de negocio. Además, la empresa trabaja con su propia marca de calidad y está en contacto con distintas instituciones nacionales e internacionales. (Mella, 2006).

Así mismo, conserva las relaciones de colaboración con productoras cinematográficas que han reconocido su actividad museográfica he investigadora”. Además, se convierte en centro de encuentro para congresistas, *estudiantes, turistas donde hay intercambio de ideas sobre la artesanía cerámica y la creación artística.* (Mella, 2006).

La industria cerámica y oportunidades de negocio en América Latina.

El sector cerámico artesanal tiene un papel importante en el desarrollo económico nacional y lucha contra la pobreza. Además, promueve nuevas formas de mercadeo y relaciones comerciales. Por otro lado, el promover con los artesanos la participación de exposiciones y ferias permite que mejore sus ingresos. (ConnectAmericass, 2021)

En esta investigación se debe tener en cuenta que la cerámica artesanal debe participar en mejores condiciones en los mercados globales. Formando sociedades y creando nuevos productos, para así poder responder a una demanda global, y generando organizaciones que se mantuvieran como unidades productivas fortaleciendo así las economías y dando bienestar para las familias artesanas. (ConnectAmericass, 2021)

Así mismo, las entidades que promueven las exportaciones, el turismo y la inversión extranjera en América Latina son:

- ProMéxico, da un auto diagnóstico a las empresas artesanas mexicanas para que así conozcan su capacidad de exportación y diligenciando un formulario pueden conocer las áreas de oportunidad para así poder contar con elementos para diseñar una estrategia exportadora a corto, mediano y largo plazo. (ConnectAmericass, 2021)
- PromPerú, explica los requisitos para la exportación de artesanías de acuerdo a la legislación peruana y a que organizaciones pueden acudir los productores dependiendo sus necesidades. Además, detalla que documentación es necesaria para la exportación y también asesora en cuanto a mercados y embalajes. (ConnectAmericass, 2021)

- Artesanías de Colombia, brinda una guía para exportar de (proColombia)en donde especifican los pasos para poder realizar una exportación, teniendo así el conocimiento de la demanda de los productos para poder determinar el precio. Además, asesora en cuanto a inscripciones, facturación y contacto con exportadores. (ConnectAmericass, 2021)
- El servicio de apoyo brasileño para las micro empresas SEMBRAE Esta dedicado especialmente a las empresas artesanas de Brasil, teniendo en cuenta que antes de exportar se debe conocer al consumidor final. Así mismo, debe profundizarse sobre las diferentes formas de llegar al exterior sea por asociaciones del sector, cooperativas o consorcio de exportaciones. (ConnectAmericass, 2021)

La asociación guatemalteca, de exportaciones AGEXPORT provee información sobre el desarrollo artesanal. Además, vemos que Guatemala está conformado por un millón de artesanos productores la mayoría son indígenas y el 70 % son mujeres encontramos diferentes ramas como productos en madera, cerámica, fibras vegetales, velas, vidrio soplado, hierro forjado y joyería entre otros. (ConnectAmericass, 2021)

En India las oportunidades de negocio que encontramos es “la segunda mayor mano de obra de científicos, técnicos y de TI (Tecnología de la Información) de habla inglesa”. (Nath, R. (2008)) Además, tiene abundantes recursos naturales de petróleo, carbón, mineral ferroso entre otros minerales, y su mano de obra es económica, con un bajo coste de vida. Con un sistema financiero estable de capital, mercados de divisas, bancos, leasing y seguros. (Nath, 2008).

Por otro lado, India hace parte de la OMC Organización Mundial de Comercio, y certifica las normas internacionales de protección de patentes y derechos de autor dentro de su territorio. Además, India es la tercera economía más grande en términos de paridad de poder adquisitivo, con una población de más de mil millones de habitantes. (Nath, 2008).

Por otro lado, India representa una interesante oportunidad económica. Su PIB “tiene un índice de crecimiento fuerte y estable y la reducción de la deuda externa como un porcentaje del PIB, y fuertes entradas de la Inversión directa extranjera”. Y esto ha influido para que varias empresas multinacionales hagan inversiones en el país. (Nath, 2008).

Se debe resaltar que varias empresas han apoyado la estabilidad de la India, para así poder establecer sus operaciones y de la misma manera, hacer de la India una base de sourcing, para sus operaciones globales. Pero su fuerte economía se ha llevado a cabo por el sector servicios. Además, podemos ver que la India tiene una excelente capacidad de producción y el crecimiento será impulsado por el sector industrial. (Nath, 2008).

Así mismo, el flujo de capital hacia la India ha permanecido fuerte, tras salidas del valor agregado con entidades corporativas nacionales que buscan una presencia integral y ventajas de acceso a la tecnología y al mercado a través de las negociaciones internacionales. (Nath, 2008).

Se debe destacar que la industria de la cerámica, ha crecido entre un 12-15 % anual en la India, donde su consumo anual de baldosas cerámicas es de 0.31 metros cuadrados a diferencia de China que es de 1.52 metros cuadrados por año y en países europeos de 5 a 6 metros cuadrados por año. Se puede ver que las baldosas cerámicas de la India son competitivas en el mercado internacional. (Nath, 2008).

Las exportaciones en el 2005 y 2006 fueron de 20 Millones de Euros. Y es importante analizar que la cerámica sanitaria es fabricada en el sector grande como en el pequeño. Con variedades de tipo, gamas de productos, calidad y nivel. Además, esta industria ha crecido a una tasa de un 10 % anual y ha dado un giro de 175 Millones de Euros durante los dos últimos años. Y estas cerámicas se exportan al este y oeste asiático, África, Europa y Canadá. (Nath, 2008).

Es importante tener en cuenta que, las vajillas y cerámicas de mesa tienen reducción de costos en su producción. Puesto que La mayoría de producción de vajillas es de “porcelana China y de gres. En india la industria de cerámica su mano de obra es intensivamente comparada con la automatización existente de los países desarrollados. Sus acabados, diseños y formas están por debajo de los niveles internacionales. (Nath, 2008).

Por otro lado, India ha invertido en los últimos cinco años más de 285 Millones de Euros. Y en cuanto a su producción, está en el puesto número 5 en el ranquin mundial”. Además, su participación en el mercado ha aumentado en un poco más del 2.7 % al 4.9 % en cuanto a la producción cerámica. Se debe tener en cuenta que, con una proyección adecuada y un excelente control de calidad, las exportaciones pueden aumentar. (Nath, 2008).

En India la industria cerámica ha tenido un gran cambio y lo mejor es que ha impactado con nuevas baldosas de porcelana y vitrificadas, estos productos serán las baldosas del futuro y “responden al 10 % de todas las ventas de esta industria (56 millones de Euros). Y a nivel internacional son los productos más vendidos. (Nath, 2008).

Es importante analizar que esta industria ha crecido gracias a los nuevos productos y a los azulejos y pavimentos cerámicos convencionales hasta unos 560 millones de Euros”.

Por esta razón esta industria podría ser muy competente en el futuro. Además, en India la industria ha aumentado un mercado de exportaciones en el extremo bajo del ranking. Pero podría cambiar porque las exportaciones de la India crecen a una tasa del 15 % anual. Y el más alto del mercado global de exportaciones lo domina Italia 40.8 % y España 26.4 %. (Nath, 2008).

Así mismo, en India esta industria de la cerámica ha atraído la atención del mundo con el segmento de baldosas cerámicas. Y en el año 2012 India figuró entre los dos primeros fabricantes de baldosas. Esto “gracias a las políticas favorables para esta industria para así poder competir con participantes internacionales. (Nath, 2008).

Para poder competir internacionalmente, las plantas deben ser adaptadas para que sean más grandes como en China y Turquía y así esto ayudará a que se reduzcan los costes de producción. Si su infraestructura está mejor, será excelente el crecimiento en términos de consistencia y sostenibilidad. Por otro lado, tener el suministro de gas y energía son importantes para el crecimiento de la industria cerámica. (Nath, 2008).

En India las políticas que pertenecen a los derechos aduaneros sobre la importación de baldosas cerámicas y materias primas siempre deben ser revisadas para evitar el dumping de los proveedores internacionales. Además, el no disponer de materias primas de calidad, ni de materiales como la arcilla ucraniana en el mercado nacional pues este debe ser importado. (Nath, 2008).

Por otro lado, en esta investigación podemos ver que es importante aprovechar esta iniciativa en la población vulnerable, como las personas en condición de discapacidad visual y las madres cabeza de hogar. Puesto que, en la actualidad, las empresas no tienen

conocimiento del proceso y las ventajas de la inclusión laboral para las personas en condición de discapacidad visual, negándoles la oportunidad de acceder a un empleo digno. (Castillo Villota, et al., 2015).

Así mismo, se encuentran varias organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que facilitan el proceso de vinculación laboral para las personas en condición de discapacidad visual, entregando así los recursos necesarios para poder realizar las funciones de su cargo, y poder acceder a una vida digna con igualdad de oportunidades. (Castillo Villota, et al., 2015).

Es importante resaltar que las empresas se vean favorecidas con el rendimiento laboral de esta población, y así mismo, vemos que son personas dispuestas y receptivas al cambio lo cual permite una adaptación rápida al cargo. Además, las empresas al contratar personas en condición de discapacidad visual deben cambiar su cultura, y así mismo, formar procesos innovadores, de selección, contratación formación e implementación de nuevas tecnologías. (Castillo Villota, et al., 2015).

Los beneficios son los parafiscales que las empresas reciben por la contratación de esta población. Y pocas empresas incluyen en sus grupos de trabajo a personas en condición de discapacidad. Según el artículo de Neffa 2010, el trabajo es un conjunto de actividades que realiza el hombre, da posibilidades de alcanzar sus metas, lograr sus sueños, mejorar su estilo de vida, de aprender y desarrollarse en otros campos laborales. (Castillo Villota, et al., 2015).

Además, es un derecho fundamental que tienen todas las personas según el artículo 25 de la constitución política de Colombia de 1991. De acuerdo al censo de población del

2005 en los resultados del DANE, existen en el país 2.624.898 personas en condición de discapacidad, de las cuales 1.143.992 son discapacitados visuales. (Castillo Villota, et al., 2015).

En Bogotá habitan 128.391 personas con baja visión y 12.084 personas totalmente ciegas. Teniéndose en cuenta estas estadísticas, en Colombia se han fortalecido estrategias según información tomada del Ministerio de Salud orientada a la inclusión laboral para las personas en condición de discapacidad visual en las cuales se destacan:

La Ley 361 del 1997 Donde se establecen mecanismos de integración social para las personas con limitación.

En el artículo 13 de la Ley 789 de 2002 Hace referencia a un régimen especial de aportes para la promoción del empleo.

La Ley estatutaria 1618 del 27 de febrero de 2013 En donde se estipula y garantiza el pleno ejercicio de los derechos fundamentales para las personas en condición de discapacidad.

Es importante resaltar que las empresas no contratan personas con discapacidad por el desconocimiento de los beneficios parafiscales que otorga el gobierno a las empresas por la inclusión. Pues consideran que estas personas no se adecúan al ambiente laboral de la empresa, por eso suponen que los ajustes de selección y gestión del talento humano requieren una inversión muy alta. (Castillo Villota, et al., 2015).

Conclusión

Como análisis sobre lo investigado puedo concluir que el trabajo y los ingresos obtenidos por parte de los alfareros ha disminuido sustancialmente y en la actualidad encontramos que son pocas las familias y empresas que se dedican a la elaboración de productos en arcilla realizados a mano y pueden llegar a adquirir la denominación de obra de arte.

Se debe tener en cuenta que cuando una obra elaborada a mano adquiere tal denominación su precio inmediatamente se dispara. Mi intención con esta investigación es recuperar la memoria de nuestros antepasados y que las obras de arte y demás artículos elaborados a mano en arcilla, puedan servir como medio de sustento para muchas familias, no solamente en Colombia, sino que sea impulsada en varios países, de los investigados en el presente trabajo. Se deja prever que son varios los intentos de recuperar las obras de arte elaboradas a mano en arcilla, pero tal vez puedo deducir que ha faltado el impulso económico y político pues debe tenerse en cuenta que las exportaciones que se realizan como artesanía están exentas de aranceles, de aquí en adelante se comienza a evidenciar el apoyo internacional para la elaboración de los trabajos hechos a mano en arcilla. La empresa que retome la elaboración manual de los artículos plasmados estará fomentando el trabajo a una población que en varias ocasiones, como se evidencia en la presente investigación, ha padecido de desempleo por una discapacidad, científicamente se ha demostrado que las personas en condición de discapacidad visual desarrollan el sentido del tacto y con este sentido se pueden elaborar trabajos manuales con mayor perfección. Que en muchas

ocasiones por errores de detalles que no son detectables por la vista, si son detectables por el sentido del tacto de dicha población.

Por otro lado, en esta investigación encontramos que es una gran oportunidad de negocio, puesto que no hay muchas empresas que trabajen con el sector cerámico, la mayoría de empresas trabajan con la alfarería y esto es diferente al trabajo manual cerámico.

La alfarería es el medio por el cual se programa una máquina para producir cuantas piezas se requieran y todas son idénticas. A diferencia de las obras elaboradas manualmente que por ser únicas adquieren la denominación de obra de arte. A su vez, la diferencia entre el valor de la pieza de alfarería y la obra manual es notoria.

Pues bien, para culminar mi análisis sobre la presente investigación, es importante acotar que la memoria del ser humano no es idéntica en cada una de las elaboraciones y esto hace que cada obra realizada a mano, adquiera la denominación de única.

Bibliografía

- Albors Garrigós, J. & Márquez, P. (2008). Las relaciones fabricante distribuidor como elementos básicos de competitividad. *Dirección y Organización: Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas*, (35). 79-87.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2685592>
- Albors, J., Márquez, P., Hervás-Oliver, J. L. (2011). Las relaciones modelo fabricante distribuidor como elementos básicos de un competitivo en el caso del cluster cerámico español. Análisis empírico de los factores moderadores. *Boletín de la Sociedad Española de Cerámica y Vidrio* 47(6). DOI: 10.3989 / cyv.2008.v47.i6.159
- Añez Yépez, D. A., Lozada Padilla, S., Huertas Ramírez, L. E. Adán Arévalo, J. M. Díaz García, R. Y., Calvache Dueñas, C. A. & Arango Gaviria, A. X. (2005). *Estructuración de la cadena productiva de arcillas, producción y comercialización cerámica en el departamento del Huila*. (Programa Nacional de Conformación de Cadenas Productivas para el Sector Artesanal Colombiano). Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Artesanías de Colombia.
<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/1506>
- Barrientos- Monsalve, E. J., Hurtado-Hernández, L. J., Lesmes-Silva, A. K. & Duarte-Rey, D. M. (2020), ¿Coaching en las empresas? La gerencia del coaching en las organizaciones contemporáneas. *Mundo Fesc*, 10(s1) 209-222.
<https://www.fesc.edu.co> › index.php › article › view

Castillo Villota, G. C., Escobar Ayala, G. P., Giraldo Alarcón, S. A. & Manrique Leal, M.

P. (2015). *Inclusión laboral de personas con discapacidad visual*. [Tesis en Especialización en Gestión Humana de las Organizaciones]. Universidad Piloto de Colombia. <http://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/3039>

Ciendua Moreno, E. L. (2012). *Colombia Artesanal: serie documental de la riqueza cultural de nuestro país, en manos de nuestros artesanos*. [Tesis de pregrado de comunicación social]. Pontificia Universidad Javeriana.

<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/5760>

Connect Américas (2021). *La exportación de artesanías, una oportunidad para América*

Latina. Connect Américas. <https://connectamericas.com/es/content/la-exportaci%C3%B3n-de-artesan%C3%ADas-una-oportunidad-para-am%C3%A9rica-latina>

Constitución Política de Colombia [C.P.] (1991). Secretaría de Senado.

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html

Echarri Iribarren, V., Pérez Millán, M. I, González Avilés, A. Galiano Garrigós, A. (s.f.).

La cerámica en la rehabilitación de edificios. innovación y reutilización. Cátedra Cerámica de la Universidad de Alicante.

<https://www.qualicer.org/recopilatorio/ponencias/pdfs/22%20PON%20ESP.pdf>

Flórez Vargas, A. O., Sánchez Molina, J., & Blanco Meneses, D. S. (2018). Las arcillas de las formaciones geológicas de un área metropolitana, su uso en la industria cerámica

e impacto en la economía regional. *Revista EIA*, 15(30), 133–150.

<https://doi.org/10.24050/reia.v15i30.1219>

García Maidana, M. S. & Pérez Herrera, M. S. (2020). *El barro tiene voz: una lectura de la historia de la cerámica en Colombia*. [Tesis de Magíster en Historia y Teoría del Arte, la Arquitectura y la Ciudad]. Universidad Nacional de Colombia.

<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/77936/1032444297.2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández Medina, C. A. (2015). Relación universidad-sociedad en función del desarrollo. *Revista Lámpsakos*, (14), 10-12.

<https://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/lampsakos/article/view/1706/1421>

Instituto Nacional para Ciegos [INCI]. (2021). *La inclusión laboral de la población con discapacidad visual*. (Edición 187). Instituto Nacional para Ciegos.

<http://www.inci.gov.co/blog/la-inclusion-laboral-de-la-poblacion-con-discapacidad-visual>

Ley 361 del 1997. *Por la cual se establecen mecanismos de integración social de las personas con limitación <en situación de discapacidad> y se dictan otras disposiciones*. (11 de febrero de 1997). Diario Oficial No. 42.978.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0361_1997.html

Ley 685 2001. *Por la cual se expide el Código de Minas y se dictan otras disposiciones*. (8 de septiembre de 2001). Diario Oficial No. 44.545.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0685_2001.html

Ley 789 de 2002. *Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo.* (27 de diciembre de 2002). Diario Oficial N°:45046.
https://xperta.legis.co/visor/legcol/legcol_75992041d7c8f034e0430a010151f034/coleccion-de-legislacion-colombiana/ley-789-de-2002

Ley estatutaria 1618 del 2013. *Por medio de la cual se establecen las disposiciones para garantizar el pleno ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad.* (27 de febrero de 2013). Diario Oficial 48.717.
<https://discapacidadcolombia.com/phocadownloadpap/LEGISLACION/LEY%20ESTATUTARIA%201618%20DE%202013.pdf>

Londoño Gómez, M. (2021). Tabla de Contenidos Revista EIA VOL. 18 NÚM. 35
 (2021). *Revista EIA*, 18(35), 1-
 5. <https://revistas.eia.edu.co/index.php/reveia/article/view/1518>

Montoya-Rivas, G. P., Montoya-Rivas, R. S. & Botero-Giraldo, J. (2014). Caracterización del Sector Cerámico Tradicional del Valle de Aburrá y los Riesgos Profesionales Latentes en su Proceso Productivo. *Revista Lámpsakos*, (12), 34-42.
https://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/lampsakos/article/view/1294/pdf_7

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2021). *Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. (FOMIPYME)*. Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

<https://www.mincit.gov.co/kids/haciendo-tesoros-desarrollo-empresarial/convocatorias-fomipyme>

Márquez Ramírez, L. X. & Serrano Rodríguez, D. (2017). *Diagnóstico del sector artesanal en Colombia: resultado del levantamiento de información realizado por Artesanías de Colombia entre 2014-2016*. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Artesanías de Colombia.

<https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/4102>

Mella, J. M. (2006). *La innovación en la cerámica artesanal*. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa.

<http://www.ipyme.org/publicaciones/innovacionceramicaartesanal.pdf>

Nath, R. (2008). *La industria cerámica y las oportunidades de mercado en la India*. Quali.

<https://www.qualicer.org/recopilatorio/ponencias/pdfs/0811030s.pdf>

Sáez, X., Solà, J. & Termes, M. (2008). Los factores de innovación en el conjunto de la I+D+I empresarial: un análisis por sectores y comunidades autónomas. Universidad de Barcelona.

<http://www.ipyme.org/Publicaciones/InnovacionConjuntoIDiEmpresarial.pdf>

Serna-Montoya, ED. (2009). La ingeniería. *Revista Lámpsakos*, (1), 13-21.

<https://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/lampsakos/article/view/749/718>

Vásquez Buitrago, J., Barbosa Rubio, M., García Mojica, J. & García Corredor, A. (2015). Nuevos mercados y nuevos productos para los arcilleros de Norte de Santander. *Revista Convicciones*, 2(3)

<https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/211>

Villán Bustamante, D. (2019, 23 de marzo). *Sector de la arcilla se reinventa con nuevos productos*. La Opinión. <https://www.laopinion.com.co/economia/sector-de-la-arcilla-se-reinventa-con-nuevos-productos>