

**PROYECTO DE CREACIÓN DE EMPRESA PARA LA COMERCIALIZACIÓN
INTERNACIONAL DE ARTESANÍAS DE LA COMUNIDAD INDÍGENA EMBERA
CHAMÍ**

LEYDI DIANA GÓMEZ PULGARÍN

KAREN LORENA ORREGO

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
PEREIRA
2010**

**PROYECTO DE CREACIÓN DE EMPRESA PARA LA COMERCIALIZACIÓN
INTERNACIONAL DE ARTESANÍAS DE LA COMUNIDAD INDÍGENA EMBERA
CHAMÍ**

LEYDI DIANA GÓMEZ PULGARÍN

KAREN LORENA ORREGO

**Proyecto presentado como requisito para optar el título de Ingeniería
Industrial**

Director

**CARLOS ALBERTO BURITICA NOREÑA
Ingeniero Electricista**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
PEREIRA
2010**

Nota de aceptación:

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Pereira, Noviembre 30 de 2010

AGRADECIMIENTOS

Le agradecemos especialmente a Carlos Alberto Buritica Noreña, Ingeniero Electricista y Director del presente trabajo de grado por su apoyo incondicional y sus valiosas orientaciones.

A la profesora Soraya Sarmiento Triviño por su guía y colaboración en la realización del plan exportador.

Finalmente al líder de la Comunidad Embera Chami Francisco Nacabera, quien fue la persona que nos oriento y nos brindo toda la información de la producción, y las características de los productos artesanales elaborados por la Comunidad.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	
INTRODUCCIÓN	
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	8
1.1 PLANTEAMIENTO.....	8
1.2 FORMULACIÓN.....	9
1.3 SISTEMATIZACIÓN.....	10
2. OBJETIVOS.....	10
2.1 OBJETIVO GENERAL.....	10
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
3. JUSTIFICACIÓN.....	11
3.1 TEÓRICA.....	11
3.2 METODOLÓGICA.....	11
3.3 PRÁCTICA.....	11
4. MARCOS DE REFERENCIA.....	11
4.1 MARCO TEÓRICO.....	11
4.2 MARCO CONCEPTUAL.....	35
5. DISEÑO METODOLÓGICO.....	41
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	41
5.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	41
5.3 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	42
5.4 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN.....	42
6. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	42
6.1 PROCESAMIENTO DE DATOS.....	42
7. DESARROLLO METODOLÓGICO.....	42
8. CONCLUSIONES.....	42
9. RECOMENDACIONES.....	42
10. BIBLIOGRAFÍA.....	45

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Actividades desarrolladas en los territorios de origen por personas pertenecientes a grupos familiares encuestados en el AMCO.....	18
Tabla 2. Resguardo localizados en la zona de influencia del AMCO.....	18
Tabla 3. AMCO, distribución porcentual de la población indígena residente encuestada.....	25
Tabla 4. Condiciones de operación domésticas comparadas con las internacionales.....	29

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. AMCO, distribución porcentual de las referencias a actores violentos asociados con los desplazamientos, informadas por jefes residentes encuestados, 2004.....	14
Figura 2. Eje Cafetero, homicidios de indígenas, 1999-2004.....	20
Figura 3. AMCO, distribución porcentual de las familias encuestadas según período de llegada, 2004.....	21
Figura 4. AMCO, distribución porcentual de las familias residentes encuestadas, por motivo de selección del sector de residencia, 2004.....	23

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A Plan Exportador

ANEXO B Formulación y Evaluación del Proyecto

RESUMEN

Este proyecto tiene como fin, estructurar un plan de negocio que le permita a la comunidad indígena Embera Chamí dar a conocer sus productos en el exterior, se desarrollo todo el estudio de comercio exterior y el estudio de mercado en el país objetivo, que salio como resultado del estudio de comercio exterior, se desarrollo tanto la formulación como la evaluación del proyecto con sus proyecciones a 3 años.

El presente proyecto se realizó con datos obtenidos de fuentes bibliográficas y de un líder de la comunidad Embera Chamí ubicada en el barrio Las Brisas de la ciudad de Pereira durante el periodo comprendido entre septiembre de 2009 y mayo de 2010, tomando como base para la realización del proyecto las actividades que desarrollan especialmente su producción artesanal distinguida por características particulares y llamativos diseños los cuales fueron la fuente fundamental para determinar si se podrían comercializar estos artículos al mercado internacional, de allí el propósito de la investigación consistió en la formulación y evaluación del proyecto de creación de una empresa comercializadora internacional de artículos artesanales producidos por la comunidad Embera-Chamí.

Para ello se analizó los antecedentes, situación actual del sector comercio y el subsector artesanal y sus perspectivas, luego identificar las características y efectos socio-económicos particulares de la comunidad Embera-Chamí en el departamento de Risaralda, y por último se evaluó si es viable ejecutar el proyecto. La presente investigación busca evidenciar el valor social y productivo de la comunidad Embera-Chamí, utilidad práctica, y en general los beneficios que pueden generar garantizando la venta de los productos artesanales.

El estudio se apoya en los elementos de comercio internacional, los pasos para elaborar un plan de negocio, los factores a tener en cuenta en el mercado extranjero en el que se va a comercializar y las barreras de entrada al mercado determinado en la investigación, y en el contenido del Plan exportador. La metodología empleada en este trabajo es de tipo descriptivo, primero para saber todo sobre la comunidad Embera Chamí, su entorno y manera en la que desarrollan las actividades artesanales ya que sus productos son la base fundamental del proyecto, también se formula el proyecto con los pasos para creación de empresa, y elaboración de un plan estratégico de marketing para ubicar el mercado al cual se le va a ofrecer los artículos diseñados por esta comunidad, otros métodos aplicados para este proyecto van desde el analítico al de síntesis, para establecer el impacto real de este. La técnica más utilizada para recolección de datos para el presente proyecto fue principalmente la información secundaria recopilada y transcrita por otros autores, luego se realizó el análisis de estos datos pasando por 3 fases para determinar si el proyecto es factible. Finalmente se determinó que como tal crear la empresa generaría utilidades para los socios y además tendría un impacto social alto porque generaría unos ingresos fijos a la comunidad Embera –Chamí que se encuentra ubicada en el barrio las Brisas.

Este proyecto tiene un sentido económico que es pretender la exportación de artesanías de los Embera Chamí, pero también tiene involucrado el sentido social, con este proyecto dicha comunidad se puede ver beneficiada ya que ellos no habían pensado en la posibilidad de llevar sus productos por fuera del país, con el proyecto ya tienen un referente, una guía para ejecutarlo.

ABSTRACT

This project is aimed to structure a business plan that allows indigenous Embera Chami community to make their products abroad, it developed around the study of foreign trade and market research in the target country, which came as result of the study of foreign trade, developing both the formulation and evaluation of the project with their projections to 3 years.

This project was conducted with data from literature sources and a leader of the Embera Chami community located in the neighborhood of Las Brisas in the city of Pereira during the period between September 2009 and May 2010, taking as a basis for conducting Project activities developed especially distinguished by its production scale and striking design characteristics which were the primary source to determine whether they could sell these items to the international market, hence the purpose of the research consisted in the formulation and evaluation creation of an international marketer of craft items produced by the Embera-Chami.

To this end we analyzed the background, current situation of trade and artisanal subsector and its prospects, then identify the characteristics and particular socio-economic effects of the Embera-Chami in the department of Risaralda, and finally evaluated the feasibility of implement the project. This research seeks to highlight the social and productive value of the Embera-Chami, practicality, and generally they can generate benefits by ensuring the sale of handicrafts.

The study is based on elements of international trade, the steps to develop a business plan, factors to consider in the foreign market in which it will market and barriers to market entry by the investigation, and Plan the content of the exporter. The methodology used in this work is descriptive, first to know everything about the Embera Chami, their environment and how they develop craft activities since their products are the foundation of the project, the project is also formulated with steps

to create a company and developing a strategic marketing plan to locate the market that is going to offer items designed for this community, other methods used for this project ranging from analytical to synthetic, to establish the impact this real. The most used technique for data collection for this project was mainly secondary data collected and transcribed by other authors, then performed the analysis of these data through 3 phases to determine if the project is feasible. Finally it was determined that as such create the company will generate profits for the partners and also have a high social impact because it would generate a regular income to the Embera-Chami community that is located in the Las Brisas neighborhood.

This project makes economic sense is to pretend that the export of handicrafts from the Embera Chami, but also has involved the social sense, this project can see this community benefited because they had not thought about the possibility of their products outside the country, the project already have a reference, a guide to run.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad es indispensable crecer globalmente como empresario, por eso si existen las herramientas y es tan posible hacer que un producto llegue a diferentes partes del mundo y además que se sabe que su demanda es buena vale la pena arriesgarse y lanzarse al mercado mundial. Aunque nacionalmente la demanda del producto responda bien, siempre se debe pensar en crecer, en abrir mercados en que se puede obtener una mayor ganancia a un bajo riesgo.

Por tanto con el proyecto de exportación de artesanías de la comunidad indígena Embera Chamí, se pretende presentar la posibilidad de la apertura a otros mercados, sabiendo que el producto es aceptado y buen pago por la futura demanda.

El presente trabajo contiene la formulación y evaluación del proyecto, la investigación de comercio exterior y el estudio de mercado en el país objetivo.

Por medio de este trabajo se pretende realizar un estudio de factibilidad para comercializar a nivel internacional, artesanías elaboradas por la comunidad indígena Embera-Chamí. El trabajo describe ampliamente el entorno de esta comunidad, condiciones socio-económicas, y sus habilidades artesanales y diseños. También se investigó sobre los elementos de mercado internacional, la comercialización e incursión a mercados extranjeros, la elaboración de un plan de negocio y las expectativas para llegar a crear un plan exportador.

Por otro lado, este proyecto se realizo con el fin de crear una empresa para exportar los artículos de bisutería artesanal hechos con innovación y gran valor agregado en sus diseños exclusivos, haciendo parte de esta a la comunidad Embera-Chamí, ya que actualmente existen muchas comunidades indígenas apartadas y olvidadas pues no se les da el valor que realmente tienen en nuestra sociedad , lo más importante es que con proyectos como este pueden llegar a ser comunidades productivas laboralmente.

Por tanto en este proyecto se pretende resaltar la importancia de tener en cuenta las comunidades indígenas por su valor cultural y su riqueza artesanal, además de proponer una empresa innovadora que llegue a países extranjeros donde se reconozca la calidad y la belleza de los diseños artesanales que llevan un gran contenido de la cultura indígena colombiana.

Aunque no fue posible llegar hasta los talleres de la comunidad Embera-Chamí, se obtuvo mucha información sobre ellos gracias a un representante de la comunidad quien suministro toda la información necesaria sobre la producción mensual de bisutería.

Este trabajo esta compuesto por dos partes fundamentalmente, un estudio de comercio internacional que nos permitió identificar el país donde se podría exportar los artículos, y en base a este se hizo la formulación y evaluación del proyecto.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO

Colombia es un país diversificado culturalmente, esto se debe a la colonización de los españoles y la existencia de grupos indígenas que en la actualidad tienen una calidad de vida baja, debido a toda la problemática social que se ha desatado con los problemas que enfrenta actualmente el país.

Desde épocas anteriores a la llegada de los conquistadores españoles al territorio que hoy ocupa la República de Colombia, el pueblo indígena perteneciente a la familia lingüística Embera se encontraba ubicada en la región del litoral Pacífico colombiano, y en especial en la zona que hoy corresponde al departamento del Chocó. La presión sobre ellos, los ubicó, aún hoy día, en las zonas cercanas a los ríos, de donde viene el nombre de emberas Dóbida, o sea emberas de río y en las montañas, los Eyábida, emberas de montaña.

Entre la familia lingüística Embera se pueden distinguir varios grupos cuya lengua tiene algunas variaciones entre si. Nos referimos a los Catrú, Andágueda, Noanamá, Chamí, Tadó y Catío, Citará y Eperara Siapidara. Constituyen el grupo Chocó, nombre con el que se les distinguió por parte de los invasores europeos desde el siglo XVII.

La ubicación de los Chamíes desde el período prehispánico estaba en la parte alta del río San Juan, área que hoy corresponde desde el punto de vista administrativo y territorial, al departamento de Risaralda, cuya ciudad capital es Pereira.

En general los indígenas además de dedicarse a actividades como la agricultura y la pesca, también producen artesanías típicas que utilizan como parte de sus

artículos personales, ya sea como accesorios para sus vestidos o para sus actividades cotidianas.

Esta comunidad indígena se encuentra ubicada en su mayoría en los municipios de Pueblo Rico y Mistrató en el Departamento de Risaralda, su estructura familiar está conformada por la madre, el padre e hijos; su organización política recae en el cabildo (poder económico), su economía se basa en la producción de cerámica, cestería, bisutería (pulseras, collares, aretes y anillos), producción agrícola como: plátano y especialmente el maíz, ya que lo transforman en alimentos como harina y la chicha.

El grupo Embera-Chamí es un grupo que producen artesanías como: Artículos de Bisutería, Cestería y Cerámica, tales artesanías poseen características particulares que las hacen diferentes en el mercado, por tal motivo se han buscado alternativas de comercialización internacional.

Muchos indígenas han sido desplazados de sus territorios por los grupos al margen de la ley, lo cual genera una descomposición de su comunidad, una desmejora en su calidad de vida lo cual hace que ellos emigren a la ciudad donde no tienen ninguna oportunidad de trabajo ni una buena condición de vida. El gobierno por otra parte les brinda ayuda económica ya que ellos no tienen un ingreso mensurable para su sostenimiento, además son considerados como “una especie en vía de extinción”, y también se considera que ellos no son económicamente productivos para el país.

Actualmente no existen muchas empresas o personas que exporten artesanías elaboradas por los Embera-Chamí, debido a que ésta comunidad indígena últimamente ha estado vinculada con ciertos proyectos donde se han presentado toda clase de abusos y corrupción. Por otra parte el tipo de artesanías que ellos

diseños son muy apetecidas en el exterior, por sus diseños, formas y coloridos de sus productos, por lo tanto es un buen aspecto a tener en cuenta para el futuro.

La realización de un proyecto de exportación de artesanías es para que la comunidad mejore sus ingresos, y su calidad de vida, además sea considerada productiva laboralmente, lo cual debe generar un beneficio tanto para el gobierno como para el país.

Es necesario tener en cuenta que la problemática social-económica actual colabora a que se vuelva difícil llevar a cabo un proyecto con la comunidad indígena, pero no es imposible. Además debido a que han sido engañados en situaciones anteriores se les debe mostrar resultados económicos desde el principio del proyecto; por tal motivo se necesita la colaboración de las comunidades para que la producción de artículos artesanales sea exitosa y pueda llegar al mercado objetivo.

Para lograr un buen efecto se requiere formular y evaluar un proyecto que satisfaga a la comunidad indígena tanto social como económicamente; también debe cumplir con las expectativas de rentabilidad planteadas y que genere ganancias al inversionista.

1.2 FORMULACIÓN

¿Cuál será la factibilidad del montaje de una empresa exportadora de artículos artesanales producidos por la comunidad Embera-Chamí?

1.3 SISTEMATIZACIÓN

- ¿Cómo se está comportando el mercado de exportación en el sector comercio y subsector artesanal?
- ¿Cuáles son las características socioeconómicas particulares de los Embera-Chamí en el departamento de Risaralda?
- ¿Cuáles son los efectos socioeconómicos que afectan la comunidad Embera-Chamí en el departamento de Risaralda?
- ¿El proyecto es viable?

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 OBJETIVO GENERAL

Formular y evaluar el montaje de una empresa exportadora de artículos artesanales producidos por la comunidad Embera-Chamí.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los antecedentes, situación actual y perspectivas del sector comercio y el subsector artesanal.
- Identificar las características socioeconómicas particulares de los Embera-Chami en el departamento de Risaralda.
- Identificar los efectos socioeconómicos que afectan la comunidad Embera-Chami en el departamento de Risaralda.
- Evaluar la viabilidad del proyecto.

3. JUSTIFICACIÓN

3.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

La investigación planteada, busca mediante la aplicación de conceptos básicos de mercadeo internacional, finanzas y administración de personal, formular y evaluar el proyecto de exportación de artesanías elaboradas por la comunidad indígena Embera Chamí para determinar la viabilidad, los recursos necesarios para la implementación del proyecto y la forma de vinculación de la comunidad indígena a una labor productiva.

3.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Para la adecuada formulación y evaluación del proyecto se seguirá la metodología presentada por el ingeniero Jorge Ernesto Duque, docente de la Facultad de Ingeniería Industrial, la cual sistematiza de forma ordenada y coherente los puntos importantes que conforman la elaboración de un proyecto. También para determinar los métodos de mercadeo internacional, se empleara la secuencia metodológica que se presenta en la asignatura Comercio Internacional.

3.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

El proyecto busca la creación de una empresa que genere rentabilidad y permita el crecimiento y reconocimiento de la misma en el mercado internacional y además genere fuentes de empleo a la comunidad Embera Chamí, que le genere un mejoramiento en su ambiente socioeconómico.

4. MARCOS DE REFERENCIA

4.1 MARCO TEÓRICO

Desde épocas anteriores a la llegada de los conquistadores españoles al territorio que hoy ocupa la República de Colombia, el pueblo indígena perteneciente a la familia lingüística Embera se encontraba ubicada en la región del litoral Pacífico colombiano, y en especial en la zona que hoy corresponde al departamento del Chocó. La presión sobre ellos, los ubicó, aún hoy día, en las zonas cercanas a los ríos, de donde viene el nombre de emberas Dóbida, o sea emberas de río y en las montañas, los Eyábida, emberas de montaña.

Entre la familia lingüística Embera se pueden distinguir varios grupos cuya lengua tiene algunas variaciones entre sí. Nos referimos a los Catrú, Andágueda, Noanamá, Chamí, Tadó y Catío, Citará y Eperara Siapidara. Constituyen el grupo Chocó, nombre con el que se les distinguió por parte de los invasores europeos desde el siglo XVII.

La ubicación de los Chamíes desde el período prehispánico estaba en la parte alta del río San Juan, área que hoy corresponde desde el punto de vista administrativo y territorial, al departamento de Risaralda, cuya ciudad capital es Pereira.

Desde la ciudad de Anserma viejo, a partir del siglo XVII, fueron muchas las expediciones militares que llegaron al Chocó con el fin de someter a los Embera al dominio español. Quizás la expedición más documentada fue la realizada por el español Sancho Bueno, quien, con indígenas pertenecientes a los resguardos de Guática, Quinchía y Chápata, entró en tierras chocoanas. Cruzaron la cordillera Occidental y en las cercanías del actual corregimiento de Santa Cecilia (Municipio de Pueblo Rico, Risaralda), Sancho Bueno capturó 200 indígenas del Chamí para

enfrentarse con los Embera-Citaráes. El hermano Fray Matías Abad dejó testimonio del encuentro que se produjo a orillas del río Atrato, entre las fuerzas españolas y los indígenas. En dicho encuentro, los indígenas del Chamí desertaron de las fuerzas de Sancho Bueno y se unieron a los Citaráes, para derrotar al militar español.

Los indígenas de la zona del Chamí nunca más regresaron a su territorio por temor a la venganza de los españoles.

El anterior es apenas el primero de una serie de desplazamientos que sufriría la comunidad, debido a múltiples factores, que se pueden resumir así:

A principios del siglo XIX, un grupo de indígenas se ve obligado a abandonar el territorio de San Antonio del Chamí debido a conflictos internos. Dicho grupo se establece en las cercanías del actual municipio de Andes, Antioquia, considerándose como el núcleo fundacional de lo que en la actualidad constituye la comunidad de del Resguardo de Cristianía. (Jardín, Antioquia).

En el año de 1903 se produjo el remate de las tierras de la comunidad del Chamí y la pérdida por parte de ésta de más de dos terceras partes de su antiguo resguardo. En el año de 1932, la Asamblea Departamental de Caldas ordenó la creación de una colonia agrícola cuyo principal núcleo humano se concentró en San Antonio del Chamí. Los indígenas que poseían tierras en las cercanías de este caserío, fueron desalojados de ellas.

Durante el período conocido como violencia partidista, a mediados del siglo XX, se desató una barbarie tal que obligó a muchas familias indígenas a abandonar su territorio. En el año de 1961, un clérigo de la comunidad de Burgos se hizo escriturar más de 400 hectáreas de lo que hoy corresponde a Purembará, aduciendo que en el sitio ya no había indios. El sacerdote cedió las tierras a la

Curia de Pereira, y en el lugar se estableció un internado para indígenas y una parroquia.

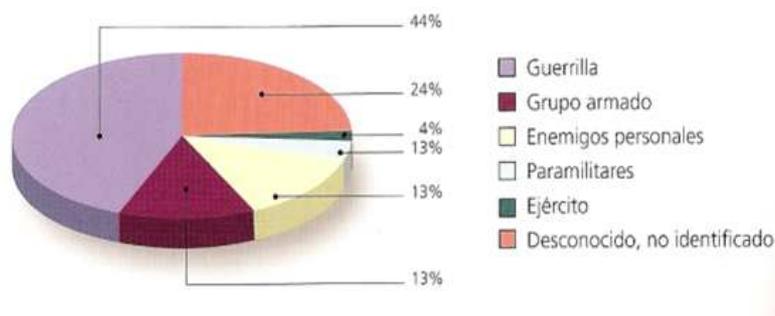
El resultado de todos estos hechos es la dispersión de este grupo Embera Chamí por toda la geografía de Colombia: existen Chamíes en los municipios caldenses de Belalcázar, Viterbo, Risaralda; en el departamento de Risaralda hay asentamientos en Marsella y Pereira, además de Pueblo Rico y Mistrató; en el Quindío se encuentran en la Tebaida y hay reportes de la existencia de grupos originarios del Chamí en el municipio de Belén de los Andaquíes, en el departamento del Caquetá. Sin embargo, el núcleo más numeroso de origen Chamí, se encuentra en el departamento del Valle Cauca, así: El Dovio, El Cairo, Alcalá, Argelia, Anserma nuevo, Obando, Trujillo, Roldanillo, Bolívar, Restrepo, Vijes, Tulúa, La Victoria, Darién y en el municipio Chocoano de San José del Palmar.

La mayoría de estos grupos indígenas Embera Chamíes son propietarios de resguardos, y comparten una organización regional con los Wounaan que son los mismos Noanamaes y los Nasas, que son los mismos Paeces, denominada ORIVAC (Organización Indígena Regional del Valle del Cauca).¹

El hábitat característico de los Embera Chamí son las vertientes húmedas occidentales de la Cordillera Occidental, originalmente cubiertas por la selva tropical sobre la cual desarrollaron un profundo conocimiento, y hoy sometidas a un intenso proceso de deforestación. Hoy están organizados en resguardos bajo la autoridad de cabildos designados por la comunidad y se han hecho cargo del antiguo internado misionero. En sus territorios se enfrentan en la actualidad los diferentes actores armados que combaten en el país (Farc, Eln, Epl, Autodefensas, Ejército).

¹ <http://www.jaide.org.co/index.php?sec=embera-chami>

Figura 1. AMCO, distribución porcentual de las referencias a actores violentos asociados con los desplazamientos, informadas por jefes residentes encuestados, 2004



Fuente: Tomado del libro PRESENCIA EMBERA EN EL ÁREA METROPOLITANA CENTRO OCCIDENTE, WILLIAM MEJÍA OCHOA, Pág. 76.

Este grupo se destaca por la dispersión de sus asentamientos ubicados sobre las cuencas de los ríos, donde han desarrollado por cientos de años una cultura adaptada a los ecosistemas de selva húmeda tropical. Habitan en tambos rectangulares contruidos en guadua, separados entre si y ocupados por varias generaciones de una familia extensa. Actualmente los planes de vivienda impulsados por las entidades gubernamentales y religiosas, han propiciado la nucleación de sus asentamientos. Hoy en día son comunes las veredas conformadas por varias viviendas, una casa comunal y una escuela.

La parentela, base de la organización social, está integrada por el padre, la madre, los hijos de la pareja y sus respectivas familias. La autoridad la ejerce el jefe de la familia, generalmente una persona mayor. Su organización política recae en el cabildo, figura que a pesar de ser esencial para las relaciones externas de la comunidad, no ha desplazado el poder de las autoridades tradicionales para establecer formas de control social. Al igual que para los demás grupos Embera, el

Jaibaná hombre o mujer, tiene una función de gran importancia en el manejo de la vida mágico-religiosa del grupo.

Las comunidades Chamí del departamento de Risaralda se encuentran organizadas alrededor del Consejo Regional Indígena de Risaralda (Crir), con cabildos mayores y cabildos locales. En el Valle del Cauca los Chamí han conformado sus cabildos bajo la coordinación de la Organización Indígena del Valle (Orivac).

Unidad étnica y cultural en los indígenas de la región

El Embera, que comprende, según una de varias clasificaciones académicas, seis lenguajes, Catío, Septentrional, Baudó, Chamí, Saija y Tadó, se considera parte de la familia Chocó, dentro de la cual también son ubicados el Woun Meu, hablado hoy por el pueblo Wounaan, y tres ya desaparecidos, Anserma, Arma y Runa que habrían usado comunidades que habitaron algunos sectores de los departamentos de Caldas y Risaralda, lo que explicaría que algunos grupos indígenas sin lengua propia asentados hoy en esos mismos sectores, particularmente en los municipios de Riosucio, Supía, Quinchía y Guática, se supongan descendientes de tales comunidades y se autodefinan también como Emberas, a pesar de que oficialmente a algunos se les llame.

Aunque oficialmente o por denominación de sus propios líderes, todos los indígenas de la región y en consecuencia casi todos los que llegan al AMCO (Área Metropolitana Centro Occidente) tiendan a ser identificados como Emberas, de uno u otro grupo, lo cierto es que constituyen un espectro cultural amplio, cuyos extremos estarían localizados en dos grandes zonas geográficas:

- Oriental (Al Norte del AMCO), conformada por las comunidades asentadas sobre la cuenca del río Cauca (vertientes oriental y occidental) entre los

municipios Belalcázar y Supía, incluyendo además a Marsella, Risaralda, Anserma, Quinchía, Guática y Riosucio. De tiempo atrás realiza el mayor y menos reconocido aporte poblacional indígenas al AMCO, dada la asimilación plena que han tenido de muchos aspectos de la cultura dominante, incluidos el lenguaje y el vestido, lo que les permite pasar desapercibidos en un medio, donde, con frecuencia, se asocia a los indígenas con un estereotipo centrado en la apariencia mientras ellos apenas muestran un fenotipo para ser identificables a simple vista, lo que no es mucho en medio del alto mestizaje del ambiente.

- Occidental (Al noroccidente del AMCO), de la que hacen parte las comunidades localizadas en las cuencas altas del San Juan y el Atrato, en los municipios de Pueblo Rico, Mistrato y zonas aledañas del Chocó, particularmente de Bagadó y Tadó, aéreas todas correspondientes al Chocó biogeográfico. Sobre la pertenencia al grupo Embera de tales comunidades no existe discusión y el hecho de que la influencia cultural de sus vecinos negros y mestizos haya sido menor que en la parte oriental los hace aparecer, ante los ojos populares, como los “verdaderos indios”, que conservan su lenguaje y su vestido tradicional femenino, aunque en este, a pesar de lo característico, es fácil descubrir su corte occidental.

Condiciones que propician la emigración

Los factores que en general pueden propiciar la emigración a partir de un territorio son muchos, desde los estructurales hasta los de índole más personal; su naturaleza también es muy diversa: Económica, ambiental, cultural, política y psicológica. En últimas cada movimiento migratorio es una historia, la de la persona que lo realiza y su entorno, donde, en consecuencia, es factible y muy probable la confluencia de varios de tales factores.

El conjunto de hechos para que los indígenas emigren de su territorio son: La búsqueda de empleo, el anhelo de encontrar mejores oportunidades o bienestar (generalmente asociadas a la disposición de un empleo) y hechos o entornos de violencia como los motivos declarados con mayor frecuencia, argumentos de salud, familiares y desastres naturales.

Producción de la comunidad indígena

El sistema de producción se basa en la agricultura de selva tropical, en parcelas donde cultivan café, chontaduro, maíz, frijol y caña de azúcar, entre otros productos. Además practican la caza, la pesca, la recolección y en menor medida la extracción de madera y oro. Dos elementos de la producción cultural embera-chamí, la cerámica y la cestería, están vinculados estrechamente con la producción del maíz y su transformación en diversos alimentos, como la harina y la chicha; ésta última constituye el vehículo a través del cual los embera “beben” su esencia y, está presente en las actividades del jaibaná, el sabio propio, eje de la producción y reproducción de su sociedad.²

Otra forma de producción de los Embera Chami es la elaboración de artesanías como la bisutería, que incluye collares, aretes, manillas, pulseras y accesorios unidos a las prendas de vestir; El Grupo de Mujeres Emberá del Resguardo Indígena de Cristianía, Jardín, Antioquía en Colombia realizan esta clase de artesanías.

El proceso de comercialización de los trabajos del grupo se desarrolla de manera colectiva, quedando un 10% de lo vendido para el mantenimiento y pago de los gastos generales del grupo. Las ventas de los trabajos las realizan principalmente

² <http://www.todacolombia.com/etnias/gruposindigenas/chami.html>

en su sede y en el municipio de Jardín, aunque las mujeres también han participado en ferias artesanales nacionales e intermunicipales.

También obtienen recursos con la venta de alimentos y la organización de eventos en el resguardo, como el bazar para la venta de ropa que realizan anualmente. Además, el Cabildo les asignó un lote en el sector de Villa Inés, que lo cultivan para beneficio de todo el grupo.

Las expectativas de las mujeres para un futuro próximo es que quieren continuar su producción artesanal y desean incursionar en la confección de prendas artesanales y únicas, con trabajos especiales donde a las prendas de vestir incorporan mágicamente ingredientes de sus artesanías.³

Tradicionalmente, el sistema de producción de los Embera ha correspondido al sistema de “tumba y pudre”, acorde con las condiciones agroecológicas de los territorios que han habitado y consistente en: Una primera tala de árboles pequeños (tallos hasta unos 10 o 15 cm. de diámetro), conocida en el campo como socola; el riego o siembra de la semilla y finalmente, la tala de los árboles mayores que, además de permitir la entrada de la luz, proporciona la protección del suelo y aporta nutrientes para el sembrado, producto de la descomposición. Luego, generalmente después de dos cosechas, el terreno entra en descanso durante el periodo de varios años, durante los cuales la selva tiene oportunidad de regenerarse y permitir la repetición del ciclo indefinidamente.

La limitación de los territorios que, de manera progresiva, han sufrido, sumada a veces a la presión demográfica de las mismas comunidades sobre ellos, ha ido reduciendo las posibilidades de aplicación del sistema productivo tradicional, empezando por la persistencia del uso continuo de los mismos lotes durante periodos mas largos, hasta llegar, ante la dificultad de acceder a otros espacios de

³ <http://unaspapas.com/category/artesania/>

selva, complementada por la influencia cultural y demandas del mercado por parte de otras etnias vecinas, particularmente negros y mestizos, a la fijación de los cultivos y en consecuencia, a la adopción casi siempre precaria por falta de recursos, de otras tecnologías y procedimientos acordes con la nueva situación.

Es así como las condiciones históricas, legales, culturales y hasta ambientales, han generado el paso paulatino de la apropiación y uso colectivo del suelo a su apropiación y uso individual, dando lugar a una serie de situaciones intermedias o híbridas, donde se entrelazan y a veces entran en contradicción practicas e intereses de comunidad y de personas.

De la producción indígena hace parte la artesanía, que ancestralmente tenia un carácter eminentemente utilitario y hoy en día es cada vez más orientada, también hacia el mercado y en algunos casos, por ejemplo en Cañamomo, involucra productos de naturaleza mestiza como el jabón y las velas, además del guarapo, aunque el predominio está en la cestería y aún en la alfarería.

Tabla 1. *Actividades desarrollada en los territorios de origen por personas pertenecientes a grupos familiares encuestados en el AMCO*

Porcentaje de personas entre 20 y 65 años, Por sexo*

Actividades	Hombres	Mujeres
Agricultura	74.1	23.7
Jornalero	29.6	7.0
Pesca	14.8	0.9
Artesanías	9.3	29.8
Cría de animales	10.2	14.9
Caza	8.3	0.0
Minería	6.5	1.8

Preparación de alimentos	0.0	64.0
Cuidado de niños	0.0	56.1
Autoridad	11.1	0.9
Docencia	0.9	0.9

*Edad actual, excluyendo a quienes estudiaban

Fuente: Tomado del libro PRESENCIA EMBERA EN EL ÁREA METROPOLITANA CENTRO OCCIDENTE, WILLIAM MEJÍA OCHOA, Pág. 53.

Extensión del territorio

La disposición de tierra por parte de los indígenas en la zona de influencia del AMCO es variada. Tomando como referencia la situación de los resguardos y desconociendo la de las parcialidades y otras comunidades por fuera de ellos, la tierra disponible por familia se encuentra dentro de un rango muy amplio.

Tabla 2. Resguardo localizados en la zona de influencia del AMCO
Hectáreas promedio por familia. 2002

Municipio	Resguardo	Has/Familia
Belalcázar	Totumal	0.9
Riosucio-Supía	Cañamomo-Lomaprieta	1.0
Riosucio	La Montaña	10.9
Riosucio	San Lorenzo	1.7
Risarlda	La Albania	1.3
Bagadó	Tahami del Andágueda	92.9
San José del Palmar	Copeg del río Ingará	1.9
Tadó	Bochoroma-	35.8

	Bochoromacito	
Tadó	Mondó-Mondocito	34.5
Tadó	Peñas del Olvido	3.7
Tadó	Tarena	222.4
Marsella	Altomira	2.0
Marsella	Suratena	0.7
Mistrató-Pueblo Rico	Márgenes del río San Juan	17.8
Mistrató	La Loma	4.1
Pueblo Rico	Gito Dacabú	11.5
Ansermanuevo	Dachi Drua Mundi	3.6

Fuente: Tomado del libro PRESENCIA EMBERA EN EL ÁREA METROPOLITANA CENTRO OCCIDENTE, WILLIAM MEJÍA OCHOA, Pág. 55.

El conflicto interno

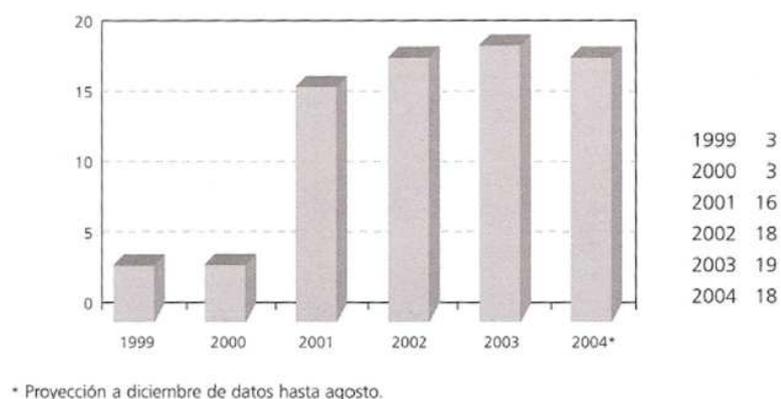
En tiempos más recientes, el renacer de la violencia exógena sufrida por los pueblos en cuestión aparece ligado directamente al conflicto interno colombiano, desarrollado desde hace ya tanto rato.

Para buena parte de las comunidades indígenas influenciadas por el AMCO, su localización sobre el corredor natural que une a la Dorada, en el Magdalena Medio con el Pacífico, atravesando al Eje Cafetero, ha sido una circunstancia particular que ha propiciado su involucramiento en el conflicto, por haberse convertido tal corredor en un importante factor de disputa entre los actores irregulares, para la movilidad de hombres, tráfico de armas, drogas y material de intendencia a través de él.

Quizás, el primer antecedente de uso del mencionado corredor dentro del conflicto actual haya sido pretendida construcción, a principios de los años 80s por parte del M19, de un foco guerrillero en la zona cafetera, considerando la importancia clave que para la economía nacional tenía por aquel entonces la producción del grano, a partir de una pequeña columna que, habiendo desembarcado, proveniente de Panamá en la ensenada de Utría (Pacífico chocoana), logró avanzar hasta los límites del Risaralda, donde quienes habían logrado sobrevivir a las inclemencias de la selva fueron aniquilados por las fuerzas oficiales.

En la actualidad, los grupos irregulares hacen permanentes intentos de expansión en las áreas donde hay predominancia de uno de los contendientes; por ejemplo, la llegada de las autodefensas a Riosucio y Supía, que habían estado dominados por la guerrilla, ha provocado el agravamiento de situación de los indígenas radicados en esa zona.

Figura 2. Eje Cafetero, homicidios de indígenas, 1999-2004



Fuente: Tomado del libro PRESENCIA EMBERA EN EL ÁREA METROPOLITANA CENTRO OCCIDENTE, WILLIAM MEJÍA OCHOA, Pág. 83.

Para acabar de complicar el panorama, el despoblamiento de algunas zonas originado por el desplazamiento forzado (y eventualmente de otro tipo) generan los mismos costos unitarios de prestación de servicios a quienes quedan mas elevados, ocasionando mayor desatención de ellos por las entidades territoriales, lo que en últimas puede convertirse en un nuevo incentivo para emigración, ya de tipo voluntario.

Efectos de la emigración en las comunidades

Algunos efectos que causan la emigración de las comunidades desde sus territorios hasta el AMCO son de tipo: *demográfico, afectación de la organización comunitaria, efectos sobre la familia y perdida cultural.*

El Área Metropolitana Centro Occidente como Destino

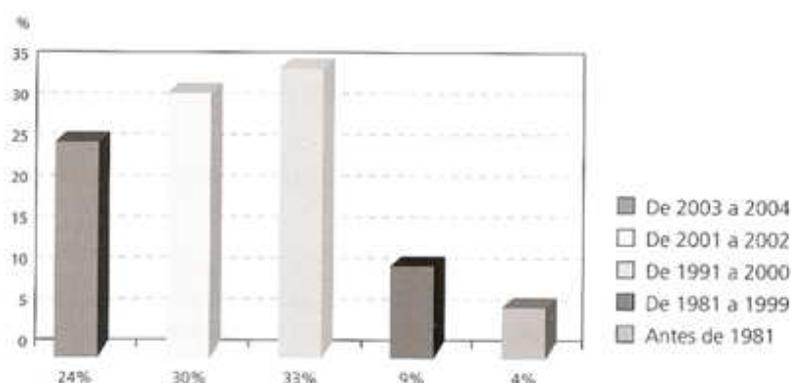
Desde los territorios indígenas considerados, los movimientos podrían caracterizarse, en general como de corta o mediana distancia, tendiendo a circunscribirse, en primera instancia al Eje Cafetero y en cierta medida, aparentemente inferior, a zonas cercanas a este en especial a las grandes capitales que lo rodean: Cali, Medellín y Bogotá, dependiendo de la localización respecto a estas.

El destino predominante, por los menos desde los territorios de la vertiente del Cauca y desde los más cercanos del sector occidental, en particular Mistrató y Pueblo Rico, parece ser, sin muchas dudas, aunque lejos de conocer la proporción, Pereira y sus áreas aledañas, incluidos Dosquebradas y la Virginia, los otros dos municipios del AMCO, por motivos de diversa índole.

Para algunas personas, el atractivo laboral principal del AMCO continua ligado al empleo agrícola que se ofrecen en sus alrededores, en especial el asociado a la producción cafetera, a pesar de la perdida de importancia que ha tenido esta

desde ya hace varios años; para las mujeres el servicio domestico surge como una opción laboral y de relativo fácil acceso en el AMCO, por cierto posicionamiento del que disfrutaban en ese mercado las indígenas, en particular las del sector Quinchía y Riosucio.

Figura 3. AMCO, distribución porcentual de las familias encuestadas según período de llegada, 2004



Fuente: Tomado del libro PRESENCIA EMBERA EN EL ÁREA METROPOLITANA CENTRO OCCIDENTE, WILLIAM MEJÍA OCHOA, Pág. 145.

Presencia y condiciones de vida de los Emberas en el Área Metropolitana Centro Occidente

Actualmente no existen registros acerca del volumen de indígenas que han emigrado hacia el AMCO, tampoco se cuenta con información suficiente acerca de los que permanentemente llegan a ella y menos aún de los que se encuentran residenciados.

Una primera aproximación, por lo menos a los llegados en años recientes, para el periodo 1996-2004, entre 2000 y 5000 familias (8000 a 20000 personas), pero no se tiene la proporción de ella que se dirigió al AMCO.

Se puede suponer, según algunos testimonios recolectados donde se refieren al volumen de los que salen que se dirigen al AMCO COMO “todos”, “casi todos”, “la mayoría”, “muchos”, etc., que no es arriesgado decir que tal proporción se encuentra ente el 60 y el 70%, lo que definiría un rango para los llegados entre 12000 y 3500 familias.

Conocer el volumen real de la población Embera en el AMCO y eventualmente de otras etnias, es factible, en teoría, mediante un trabajo de tipo censal, en el cual se indague acerca de la pertenencia étnica, como ya ocurrió con el Censo Nacional de Población de 1993, en el cual se preguntaba por esta a partir del auto reconocimiento de las personas censadas, sin que el logro fuera satisfactorio por fuera de los territorios predominantemente indígenas, al punto que dentro de los cuadros de salida publicados por el DANE optó por la no inclusión de resultados.

Localización dentro del AMCO

Las familias ubicadas como residentes en el AMCO durante el trabajo de campo lo fueron casi todas (95%) en Pereira, encontrándose el 80% de estas en centros poblados del área rural, especialmente en los corregimientos de Caimalito y Cerritos, pero también en los de Arabia, La Bella y Puerto Caldas. En el área urbana se encontraron en las comunas de Villasantana, San Nicolás, Rio Otún y Ferrocarril.

Como sectores específicos de alta concentración de indígenas, particularmente Chamíes de Pueblo Rico y Mistrató, aparecieron en las encuestas La Carbonera y Barrio Nuevo Caimalito, localizado a orillas del río Cauca, frente al casco urbano de la Virginia, al cual esta unido mediante un puente, que ha permitido una integración plena entre las dos aéreas, al punto que muchos de los habitante de Caimalito se sienten habitantes de esta última, mas que de Pereira, de cuyo centro distan 45 minutos en bus. Otros sitios de concentración definidos por la

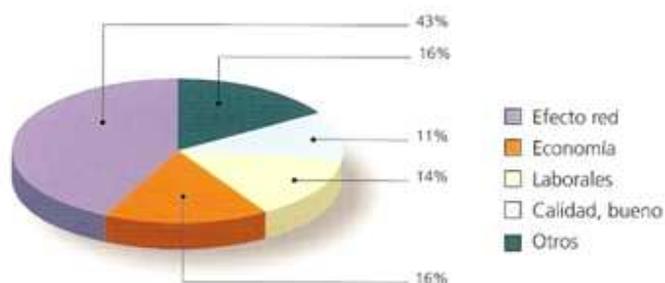
frecuencia de las encuestas fueron Esperanza Galicia (Cerritos), Canceles (La Bella) y las Brisas (Villasantana).

Repasando la Geografía del AMCO, se encuentra que en la práctica todos los sitios mencionados corresponden a los sectores de mayor marginalidad, clasificados, dentro de las seis categorías definidas en Colombia, en los estratos 1 y 2. A las “invasiones”, por ejemplo las Brisitas y El Plumón, caracterizadas por su informalidad y carencia de servicios, llegan, a veces, con la esperanza de que sea una situación transitoria

Otras fuentes primarias no institucionales reportan lugares distintos de concentración, en particular de la gente de Riosucio, que tiende a invisibilizarse por no vestir tradicional y no ser objeto de atención pública al estar muy integrada al medio local o no haber llegado la mayoría como desplazada.

Aunque la clave final para comprender los sitios de localización de las familias indígenas dentro del AMCO, como se desprende de varias de las citas anteriores, no es otra que la pobreza, que “les toca vivir donde se pueda”, las respuestas de los jefes de familia sobre la razón de su elección arrojan luces adicionales acerca de los mecanismo que orientan la llegada a la los sitios e indican que le factor determinante para establecerse lo constituye el “efecto red”, esto es, la presencia previa en el sitio seleccionado de conocidos, amigos o parientes.

Figura 4. AMCO, distribución porcentual de las familias residentes encuestadas, por motivo de selección del sector de residencia, 2004



Fuente: Tomado del libro PRESENCIA EMBERA EN EL ÁREA METROPOLITANA CENTRO OCCIDENTE, WILLIAM MEJÍA OCHOA, Pág. 165.

Características Socio demográficas

Edad y sexo

La distribución por grupos quinquenales de edad del conjunto de personas de la muestra de familias indígenas, comparada con la población total del AMCO, indica que, mientras en esta ya empiezan a evidenciarse los cambios propios de la denominada transición demográfica, caracterizada por las reducciones de la tasa de natalidad y aumento de la esperanza de vida, que generan el estrechamiento progresivo de las bases de la pirámide poblacional, en aquella es notorio un peso más importante de la proporción de jóvenes con una menor participación de los adultos mayores, características estas comunes en las poblaciones pobres de todo el mundo.

La juventud de la muestra se hace evidente cuando se observa que la edad mediana, aquella que la divide en dos mitades, es de 18 años, mientras que el promedio de años (edad media) es 22.8

En la distribución por sexo de la muestra hay una ligera preponderancia masculina (51.2 frente a 48.8%), aunque en las poblaciones migrantes del campo a la ciudad en Latinoamérica es frecuente el predominio femenino. Tal hecho debe guardar relación con la importancia que dentro de la migración analizada tienen los movimientos familiares, más que individuales, reforzados en laso caso de desplazamiento forzado, de los cuales ha una alta representación en la muestra.

Estructura familiar y jefatura del hogar

La familia Embera presente en el AMCO, al igual que ocurre en los territorios ancestrales, tiende a ser nuclear completa, esto es, organizada en torno a un jefe, que casi siempre es hombre o cónyuge, donde la diferencia de unos y otros es escasa y corresponde en general, a viudez femenina, hechos que se manifiestan en una alta proporción de jefatura masculina.

La amplia gama de parentescos que muestra, también pone de presente la otra característica de la familia Embera, el ser extensa, incluyendo en ella parientes distintos a la pareja y sus hijos.

Tal familia extensa explica en alguna medida, por la permanencia de parejas jóvenes en el hogar paterno, el predominio de las personas de 40 y más años y la limitada participación de los de menos de 30 años en la distribución por edad de los jefes encuestados, así como una media de 41.2 años, relativamente alta, si se considera la composición etárea de la población y en la juventud en la que es usual en la etnia la unión de la pareja.

El nivel educativo de los jefes encuestados es realmente bajo, siendo nulo en la mitad de ellos y con apenas un 7% habiendo superado la educación primaria; el promedio de años cursados sólo llega a 2, por debajo, incluso, del correspondiente a la población de 12 años más de toda la muestra.

Este hecho debe ser agravado por el peso de la gente interrogada procedente de las comunidades más tradicionales, en las que la situación educativa parece tener los peores niveles.

Actividades e ingresos familiares

En términos generales, los ingresos de las familias Emberas residentes en el AMCO provienen de su trabajo, dentro del cual sobresale la elaboración de artesanías, particularmente en chaquiras; en unos pocos casos, tales ingresos se complementan a través de la obtención de dádivas, bien sea mediante la mendicidad abierta, ejercida sobre todo por mujeres y niños o el asistencialismo institucional o personal.

Acorde con los bajos niveles educativos imperantes, las actividades ejercidas por la mayoría corresponden a trabajos no calificados, en muchas ocasiones relacionados directamente con su reciente pasado campesino, que generan bajos ingresos, donde el salario mínimo puede ser el máximo al que sea realista aspirar y en consecuencia, precarias condiciones de vida.

Se destaca en sus actividades las labores agrícolas y las artesanías; dentro de las labores agrícolas se destaca la recolección de café y el jornalero (contratación al día) en explotaciones de distinto tipo, entre las cuales se cuenta la producción de piña y el corte de caña; en menor medida aparecen las funciones de administración de fincas y de manera marginal la atención a cultivos propios

Tabla 3. AMCO, distribución porcentual de la población indígena residente encuestada

De 12 años y más por sexo, según actividad principal, 2004

Actividad	Hombres	Mujeres	Total
Total	100	100	100
Labores agrícolas	67	10	41
Artesanías	19	25	22
Servicio doméstico	0	6	3
Obreros en industria y construcción	4	1	3
Servicios en el sector formal	3	2	3
Actividades informales	2	1	2
Hogar	0	48	22
Estudio	4	2	3
Mendicidad	1	4	2

Fuente: Tomado del libro PRESENCIA EMBERA EN EL ÁREA METROPOLITANA CENTRO OCCIDENTE, WILLIAM MEJÍA OCHOA, Pág. 175.

Respecto a las artesanías es factible que la muestra las sobreestime, dado el posible sesgo, ya declarado, de mayor representación de los indígenas procedentes de la zona occidental, en especial de Mistratró y Pueblo Rico, que tiene tradición artesanal más desarrollada.

La búsqueda de mercados externos al AMCO quizás esté relacionada con algunas dificultades generadas por el control del espacio público por parte de las autoridades, aunque esta situación se ha visto compensada, en algunos casos con

el permiso de localización en varios de los principales centros comerciales de la ciudad.

El mismo sesgo de la muestra actúa en sentido contrario (subestimándolo) con relación a la participación del servicio doméstico dentro de las actividades desempeñadas, si se considera que, como ya se dijo atrás, las mujeres del sector oriental (Quinchía, Supía, Riosucio) tienen una alta demanda, de mucha tradición en el AMCO, para tales menesteres, en los cuales algunos sienten que son explotadas.

La participación de actividades informales, “la economía del rebusque”, especialmente las ventas callejeras no artesanales, tal vez también sea superior a la resultante en la muestra, pues ellas constituyen una relativa fácil opción, en especial para quienes ya tienen cierto dominio del ámbito urbano, aunque igualmente tienen restricciones por el control ejercido sobre el uso del espacio público. Inclusive parece haber ciertas concentraciones de trabajadores indígenas en el centro de Pereira, que, por corresponder a gentes de Riosucio, sin señas culturales externas, pasan desapercibidas para el común.

El poco peso en la muestra de actividades dentro de los sectores más formalizados, como la construcción o la industria, estaría asociado no sólo a la baja escolaridad, sino también a factores culturales o de adaptación, más relevantes en los recién llegados, entre los que se cuentan, generalmente, los sujetos de los programas de atención a desplazados.

Por otro lado, los oficios específicos ejercidos por la población indígena en el AMCO son múltiples, siendo ejemplos de ellos: auxiliar de odontología, secretaria, ayudante de chiva, cortero, lubricador, soldado profesional, maestro, vigilante, arenero, músico, pescador entre otros.

La prostitución y explotación sexual de menores no son fenómenos extraños en el AMCO y afectan, también, a la población indígena que llega a ella, aunque les sean culturalmente ajenos.⁴

Diseño de las artesanías elaboradas por los Embera Chamí

Las artesanías hacen parte una de las mayores fuentes de ingresos para la comunidad indígena y son muy representativas culturalmente para esta población, debido a esto los niños comienzan a tomar talleres desde los cuatro años para continuar el legado cultural de sus ancestros. Estas artesanías poseen diseños muy elaborados en colores muy vivos y constituyen todo un significado para el que lleva consigo cada una de ellas, por este motivo se hace necesario conocer acerca de los diseños y el significado de algunos artículos artesanales para los Embera chamí.

Las siguientes son algunas de las artesanías que elaboran los Embera Chamí:

CHAQUIRAS: Son tejidos de pepitas con orificios de diverso color. Los objetos y formas que crean las mujeres embera son un medio de expresión artístico cuyas imágenes expresan el universo simbólico de la etnia. Las chaquiras son las piezas más apreciadas por las comunidades embera, altamente vistosas y atractivas para el comercio. Las técnicas combinan telares de madera, ensartado a mano y tejido con aguja, para crear manillas o pulseras, collares, aretes y anillos. La pieza más apreciada son los Okama, collar de alto contenido simbólico, con diseños geométricos refinados representativos del entorno natural. Su uso es exclusivo de la mujer. Los varones usan los Otapa.

OKAMA: Esta palabra significa el camino que recorre el cuello. Este collar es la

⁴ Tomado del libro PRESENCIA EMBERA EN EL ÁREA METROPOLITANA CENTRO OCCIDENTE, WILLIAM MEJÍA OCHOA

pieza más representativa y refinada de cuantas se pueden encontrar. Posee alto contenido simbólico, por lo que sus diseños son muy elaborados y coloridos. Este objeto artesanal concede distinción a la Wera (mujer) que lo porta, por tanto son altamente apreciados por ellas.

OTAPA: Son collares rectangulares y de extensión vertical, utilizado básicamente por los hombres. Las mujeres usan algo parecido, pero son bolsitas pequeñas colgadas al cuello y sobre el pecho, en las que ponen la Injera o vainilla natural para perfumar el cuerpo. Anteriormente estas piezas se realizaban con dientes, huesos y semillas,. Aún elaboran collares con estas últimas. Los anteriores, junto con las Pepenas, ventadores, y cierto tipo de cedazo, son elaborados generalmente por las mujeres.⁵

Elementos de mercadeo internacional

La dinámica de la economía mundial implica que las empresas deban buscar oportunidades de mercado en todo el mundo, las grandes empresas buscan negocios globalmente y las estrategias de mercadeo deben ser acordes con esta realidad.

El mercadeo internacional, es "el marketing aplicado a otras culturas o a diferentes realidades ajenas a nuestro entorno", y por lo tanto debe tener en cuenta múltiples factores en el desarrollo e introducción de productos.

Cuando una empresa busca posicionarse internacionalmente y compara las actividades a realizar en su base de operaciones con las que debe realizar en un entorno diferente, encontrará que los factores de éxito no siempre son los mismos; las ventajas competitivas de algún producto pueden variar en relación a la competencia, las preferencias y gustos de las personas varían en términos de

⁵ <http://risaraldejeiendounfuturo.blogspot.com/>

noción de marca, preferencias, nivel de consumo o simplemente la forma de aproximarse al consumidor debe tener alguna característica especial.

Cada mercado internacional es diferente y las reglas que aplican en un mercado pueden no servir en otro.

Se deben tener en cuenta las características de los mercados que se afrontan para llegar adecuadamente al nuevo consumidor sin importar en que lugar del mundo se encuentre.

Factores a tener en cuenta en la comercialización internacional y entrada a mercados extranjeros:

1. Cultura: Las diferencias en el entorno cultural y los valores de las sociedades generan el primer problema de mercadeo internacional. Entender las costumbres, hábitos y preferencias de las sociedades es garantía de una aproximación exitosa a mercados foráneos. Cuando se confunden los valores propios con los valores de las sociedades con las que se busca establecer una relación comercial se pueden introducir productos o servicios de manera inadecuada y con el riesgo de que los consumidores no entiendan lo que se les ofrece.

2. Restricciones comerciales: Consiste en identificar las tarifas, cuotas de importación, restricciones legales e impuestos que aplican a las empresas en los diferentes países. Un análisis de costos relacionado con la parte legal e impositiva será fundamental para determinar la viabilidad en la introducción de productos en mercados internacionales.

3. Controles monetarios y estabilidad financiera: Un factor clave es determinar la seguridad de las inversiones. Es importante identificar el grado de riesgo monetario el nivel de exposición y vulnerabilidad financiera del país en donde se piensa invertir.

4. Restricciones de propiedad y de personal: Los estados en muchas ocasiones le dan gran importancia al tema de la propiedad y la participación de las personas. En muchas ocasiones se favorece la entrada de empresas extranjeras a cambio de puestos de trabajo o participaciones en los negocios.

Otros factores importantes son: religión y costumbres, estabilidad política y legal, competencia interna y aceptación local.

Operaciones domésticas y operaciones internacionales

Tabla 4. *Condiciones de operación domésticas comparadas con las internacionales*

Operación Local	Operación Internacional
Conocimiento Cultural	Aprendizaje Cultural
Valores comunes	Valores diferentes
Facilidad en la recopilación de información	Dificultad en la recopilación de información
Estabilidad en el negocio	Riesgo que debe ser calculado
Facilidad de comunicación	Aprendizaje en comunicación

Fuente: Tomado del sitio web,

<http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/no26/mercadeointer.htm#mas-autor>

En general, la entrada internacional debe partir de un riesgo calculado, en donde las empresas deben buscar recopilar la mayor cantidad posible de información con el objeto de buscar el mayor nivel de conocimiento posible para tratar de acceder exitosamente a mercados internacionales.

Generalmente la inversión en el extranjero, implica correr riesgos más altos bajo la promesa de mayores ganancias, donde la expansión internacional es garantía de mantener niveles de crecimiento aceptables para quienes invierten en las empresas.⁶

Proceso de creación de empresa⁷

Buscar una idea es lo primero que hay que tener en cuenta y puede ser determinante para el éxito o el fracaso de la empresa. Incluso el negocio más sencillo en apariencia puede terminar antes de empezar por culpa de una idea mal definida o poco desarrollada.

La idea debe ser realista y poder presentarse como viable. No se trata de encontrar un negocio que revolucione el mercado, sino de detectar un hueco, una oportunidad que nadie haya aprovechado.

El segundo paso: el plan de negocio. Consiste en plasmar la idea en papel de una forma sintetizada, pero sin dejar cabos sueltos, dejando claros qué objetivos quiere alcanzar la empresa y cómo piensa lograrlo, es decir, la estrategia que utilizará. Sirve para estudiar y planificar la viabilidad técnica, económica y financiera del proyecto. Debe ser ante todo realista y tener en cuenta el entorno económico y el mercado en el que se va a competir. Es también la tarjeta de presentación del empresario ante posibles colaboradores, entidades, inversores. El emprendedor, en cualquier caso, debe hacer acopio de toda la información que pueda estar relacionada con la puesta en marcha de su negocio, para que no queden vacíos en su constitución.

El proceso debe incluir:

⁶ <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/no26/mercadeointer.htm#mas-autor>

⁷ <http://www.aciem.org/bancoconocimiento/P/Pasosparacrearunaempresaconexito/Pasosparacrearunaempresaconexito.asp>

- Descripción de la empresa y del producto o servicio que se va a realizar. Referir la experiencia y objetivos del producto o servicio que se ofrece. Si se posee la patente o marca, la localización de la empresa y los criterios por los que lo ha elegido.
- Estudio de mercado, demostrar que existe una oportunidad de negocio. Servirá como base para diseñar las estrategias. Es una labor de investigación a partir de datos externos. Hay que tener claro a qué mercado se dirige la empresa y quiénes serán sus clientes potenciales. Identificar los datos principales del mercado, sus previsiones de crecimiento, competencia, estructura, segmentación.

Prever las barreras de entrada, competidores. Debe contemplar toda la normativa legal aplicable a la actividad que va a desarrollar la empresa y los permisos y autorizaciones que deberá tramitar.

- Plan de marketing, dejar claro cómo se va a vender el producto. Políticas, estrategias para darlo a conocer al mercado y cómo motivar al potencial cliente para que acuda a nuestra empresa. Definir la cobertura del mercado que se va a realizar. Analizar la necesidad de distribuidores o intermediarios. Elaborar un listado de posibles clientes. Describir las técnicas de venta, políticas de descuento y formas de cobro. Establecer las líneas de publicidad y relaciones públicas. Diseñar las campañas de marketing con sus objetivos.
- Definición de los medios técnicos. Establecer los medios técnicos que se necesitan para poner en marcha una empresa, su costo y su financiación. Debe completarse con un Plan de Compras que planifique la gestión de las compras y su almacenaje.

- Organización y recursos humanos, servirá para definir el organigrama y distribuir las tareas, los puestos de trabajo y las correspondientes funciones y sus responsables. No hay que olvidar que el principal activo de una empresa es su capital humano. Una vez seleccionados los empleados, es conveniente asesorarse sobre la modalidad de contratación que más conviene adoptar en cada caso, teniendo en cuenta la legislación vigente y los incentivos fiscales que aportan los distintos contratos.
- Estudio económico financiero, es necesario determinar cuáles serán los fondos necesarios para poner en marcha la empresa y cómo se va a obtener el capital. Habrá que definir la estructura financiera de la empresa y hacer previsión de su rentabilidad, al menos, a medio plazo.
- Aspectos formales y estructura legal, son los trámites administrativos y legales necesarios que hay que cumplir para poder constituir la empresa y el régimen fiscal al que deberá someterse. Determinar: La persona física: que ejerce en nombre propio su actividad empresarial. Es el propietario único de la empresa, que dirige y gestiona y percibe todos sus beneficios, también la persona jurídica: Organización de un grupo de personas que desarrollan las funciones propias de la actividad empresarial.

Trámites a tener en cuenta

Una vez escogida la forma jurídica, se procede a los trámites de crear la empresa. Son trámites de constitución pesados, pero no son difíciles. Sea cual fuere la forma jurídica adoptada, hay que solicitar a la Cámara de Comercio el registro del negocio. Por eso, es aconsejable que antes de firmar cualquier contrato de alquiler o de compra, consulte sobre la viabilidad de desarrollar en ese local esa actividad. Si el local necesita reformas será necesaria una licencia de obras en la curaduría distritales.

Cómo elaborar un plan de negocios

El plan de negocios es un documento que se utiliza para analizar, evaluar y presentar un proyecto comercial. Con él se analizan las alternativas para llevar adelante un negocio, evaluando la factibilidad técnica (¿puede hacerse?), Económica (¿dará los resultados esperados?) y financiera (¿existen los recursos necesarios?). Se utiliza también durante la puesta en marcha para guiar las operaciones.

El plan de negocios resume las variables producto o servicio, producción, comercialización, recursos humanos, costos y resultados, finanzas.

Comienza con una síntesis englobadora llamada Resumen Ejecutivo. A continuación presenta una introducción y luego un cuerpo principal, integrado por capítulos o secciones en las que se aborda el proyecto desde distintas perspectivas.

Es fundamental incluir en el Plan de Negocios los resultados del análisis y la investigación del mercado en el que se operará un análisis de fortalezas y debilidades de la empresa y de las amenazas y oportunidades que se presentan en el entorno.⁸

En términos generales, el *plan estratégico de marketing* es un documento escrito que incluye una estructura compuesta por: 1) un análisis de la situación, 2) los objetivos de marketing, 3) el posicionamiento y la ventaja diferencial, 4) la descripción de los mercados meta hacia los que se dirigirán los programas de marketing, 5) el diseño de la mezcla de marketing y 6) los instrumentos que permitirán la evaluación y control constante de cada operación planificada.

⁸ <http://www.eafit.edu.co/NR/rdonlyres/9C78FBD7-CB6A-4C88-AE68-FBC8A50F239E/0/C%C3%92MOARMARUNPLANDENEGOCIOS2.doc>

El *plan estratégico de marketing* se elabora luego del plan estratégico de la empresa, como respuesta a un requerimiento de la administración por disponer de planes para cada área funcional importante, como producción, recursos humanos, marketing.

Ventajas de la planeación de marketing

Según los autores Laura Fischer y Jorge Espejo, existen al menos cinco ventajas que resultan de la planeación:

- Se estimula el pensamiento sistemático de la gerencia de marketing.
- Ayuda a una mejor coordinación de todas las actividades de la empresa.
- Orienta a la organización sobre los objetivos, políticas y estrategias que se deberán llevar a cabo.
- Evita que existan desarrollos sorpresivos dentro de las actividades de toda la empresa.
- Contribuye a que haya mayor participación de los ejecutivos, al interrelacionar sus responsabilidades conforme cambien los proyectos de la empresa y el escenario en que se desenvuelve.

Cobertura del *Plan Estratégico de Marketing*

A diferencia del Plan Anual de Marketing que se suele elaborar para cada marca, división, mercados meta importantes y/o temporadas específicas, el *plan estratégico de marketing* se elabora para toda la compañía.

Alcance del *Plan Estratégico de Marketing*:

El *plan estratégico de marketing* se caracteriza por ser un plan a largo plazo, del cual, se parte para definir las metas a corto plazo. Por ejemplo, los gerentes de marketing elaboran un plan estratégico de marketing para tres o cinco años y luego, elaboran un plan anual de marketing para un año en concreto.

Cabe señalar, que el plan a cinco o tres años se analiza y revisa cada año debido a que el ambiente cambia con rapidez.

El contenido del *Plan Estratégico de Marketing*:

El *plan estratégico de marketing* es un documento escrito que incluye una estructura de seis puntos muy importantes (los cuales son adaptados a las necesidades de cada empresa u organización):

- *Análisis de la Situación (Diagnóstico)*: En ésta parte se incluye normalmente un análisis de las fuerzas del ambiente externo, los recursos internos, los grupos de consumidores que atiende la compañía, las estrategias para satisfacerlos y las medidas fundamentales del desempeño de marketing. Además, se identifica y evalúa a los competidores que atienden a los mismos mercados. Muchas empresas, suelen incluir en esta parte un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
- *Objetivos de Marketing*: En este punto se incluyen los objetivos de marketing; los cuales, deben guardar una relación estrecha con las metas y las estrategias de toda la compañía. Un detalle muy importante, es que cada objetivo de marketing debe recibir un grado de prioridad de acuerdo con su urgencia y su efecto potencial en el área y en la organización. A continuación, los recursos deben asignarse de acuerdo con esas prioridades

- *Posicionamiento y Ventaja Diferencial:* En esta parte se incluye las respuestas a dos preguntas de vital importancia:
 - Cómo posicionar un producto en el mercado (posicionamiento).
 - Cómo distinguirlo de sus competidores (ventaja diferencial).

- El *posicionamiento* se refiere a la imagen del producto en relación con los productos competidores, así como otros productos que comercializa la misma compañía. La *ventaja diferencial* se refiere a cualquier característica de una organización o marca que los consumidores perciben deseable y distinta que la competencia

- *Mercado Meta y Demanda del Mercado:* En este punto se especifican los grupos de personas u organizaciones a los que la empresa dirigirá su programa de marketing. Luego, se incluye un pronóstico de la demanda (es decir, las ventas) para los mercados meta que parezcan más promisorios para decidir que segmento vale la pena o si se deben considerar segmentos alternativos

- *Mezcla de Marketing:* En esta parte, se incluye el diseño de la mezcla de marketing que es la combinación de numerosos aspectos de los siguientes cuatro elementos: 1) el producto, 2) el cómo se lo distribuye 3) cómo se lo promueve y 4) cuál es su precio. Cada uno de éstos elementos tienen por objeto satisfacer al mercado meta y cumplir con los objetivos de marketing de la organización

- *Evaluación de resultados o control:* En este punto se incluye un diseño del instrumento que permitirá la evaluación y control constante de cada operación

para que el resultado final sea lo más apegado al plan estratégico de marketing.⁹

4.2 MARCO CONCEPTUAL

- **AMCO:** Área Metropolitana Centro Occidente.
- **ARTESANÍAS:** La artesanía comprende, básicamente, obras y trabajos realizados manualmente y con poca o nula intervención de maquinaria, habitualmente son objetos decorativos o de uso común. Al que se dedica a esta actividad se le denomina artesano.
El término artesanía se refiere al trabajo realizado de forma manual por una persona en el que cada pieza es distinta a las demás, diferenciándolo del trabajo en serie o industrial.¹⁰
- **ASENTAMIENTO:** Un asentamiento es el lugar donde se establece una persona o una comunidad. El término asentamiento también puede referirse al proceso inicial en la colonización de tierras, o las comunidades que resultan.¹¹
- **AUTODEFENSAS:** Las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC) fue una organización ilegal paramilitar confederada, creada en abril de 1997 en Colombia, para reunir en una entidad relativamente centralizada a muchos de los múltiples grupos paramilitares y de autodefensa regional pre-existentes. Las AUC fueron clasificadas como una organización terrorista por el gobierno de Colombia, la Unión Europea y por los Estados Unidos.

Las AUC se declararon como un grupo contrainsurgente que combatía a las guerrillas de las FARC, ELN y EPL y eran patrocinados por grupos de

⁹ <http://www.marketing-free.com/articulos/plan-estrategico-marketing.html>

¹⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/Artesan%C3%ADa>

¹¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Asentamiento>

ganaderos, terratenientes y narcotraficantes de las regiones en las que operaban que eran hostigados o amenazados por dichas guerrillas. Más del 70% de sus ingresos provenían del narcotráfico, igualmente se financiaban con el secuestro y la extorsión además de recibir dinero de multinacionales que operaban en las zonas bajo su control También recibieron colaboración de varios miembros de las Fuerzas Armadas además de tener estrechos vínculos con múltiples políticos colombianos con el objetivo de ganar poder militar y político en el país.¹²

- **BISUTERIA:** Se denomina bisutería (del francés *bijouterie*) a la industria que produce objetos o materiales de adorno que imitan a la joyería pero que están hechos de materiales no preciosos.¹³
- **CABILDO:** El cabildo fue una de las primeras instituciones que España impuso en América. Dicha fórmula tiene su origen en los municipios españoles de la Edad Media, los cuales eran cuna y defensa de las libertades populares. Los cabildos eran instituciones urbanas que existían en Castilla. En cuanto los españoles fundaban una ciudad, se creaba el cabildo. Eran entidades importantísimas, porque representaban a la comunidad y derivaban su nombramiento de ésta, y —caso único— no del rey (debe recordarse que todos los nombramientos los hacía personalmente el rey). El cabildo se ocupaba del gobierno y administración de las ciudades y tenían jurisdicción sobre todo el territorio.

Sin embargo, su elección no era democrática. El fundador de una ciudad le daba a ésta un cabildo inicial, pero de allí en adelante la entidad se auto generaba; es decir, los miembros salientes del cabildo elegían a sus sucesores.

¹² http://es.wikipedia.org/wiki/Autodefensas_Unidas_de_Colombia

¹³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Bisuter%C3%ADa>

Los miembros del Cabildo recibían un cargo, el de regidor, y duraban un año en él.¹⁴

- **CATÍO:** Es el nombre dado por las crónicas a las etnias indígenas de origen y lengua Caribe que en la época de la conquista poblaban vastas regiones del centro-occidente del hoy departamento de Antioquia, Colombia.
- **COMERCIO INTERNACIONAL:** Se define como comercio internacional al intercambio de bienes, productos y servicios entre dos países (uno exportador y otro importador). El comercio exterior se define como el intercambio de bienes y servicios entre dos bloques o regiones económicas. Como por ejemplo el intercambio de bienes y servicios entre la Unión Europea y América. Las economías que participan de éste se denominan abiertas. Este proceso de apertura externa se produce fundamentalmente en la segunda mitad del siglo XX, y de forma espectacular en la década de los 90s al incorporarse las economías latinoamericanas y de Europa del Este.¹⁵
- **CRIR:** (Consejo Regional Indígena de Risaralda).
- **CHAMI:** Chamí o Embera-chamí son un grupo étnico indígena, que habla un dialecto de la lengua Embera. *Chamí* quiere decir "cordillera" y *embera* significa "gente"; los Chamíes son entonces la gente de la cordillera, por oposición a los Embera que viven en las selvas de las llanuras de la región del Pacífico y a los Embera-katío las cuencas de los ríos de Urabá y el alto Sinú.

Los Chamíes como los demás Embera, siempre han seguido un patrón de poblamiento disperso. Viven en distintas comunidades andinas, en Antioquia, Caldas, Risaralda, Quindío y Valle del Cauca.

¹⁴ <http://www.profesorenlinea.cl/chilehistoria/ColoniaCabildo.htm>

¹⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_internacional

Por sus diferencias lingüísticas dialectales los indígenas Embera, en Antioquia, Colombia, se subdividen en Catíos, quienes hoy 2007 constituyen el 61% de la población total indígena del departamento y en Chamies, que representan el 16%. Además viven en el departamento *Zenú* y Cunas, que constituyen el 13% y 8% respectivamente, de la población total.¹⁶

- **DESPLAZAMIENTO FORZADO INTERNO:** Se refiere a la acción llevada a cabo por personas o grupos de personas que se han visto forzadas u obligadas a escapar o huir de su hogar o de su lugar de residencia habitual, en particular como resultado o para evitar los efectos de un conflicto armado, de situaciones de violencia generalizada, de violaciones de los derechos humanos o de catástrofes naturales o provocadas por el ser humano, y que no han cruzado una frontera estatal internacionalmente reconocida.¹⁷
- **EJERCITO:** El ejército (en su sentido más general) es el nombre que recibe en español la institución encargada de la defensa o ataque militar de un estado. Como tal, cada país define la estructura que debe tomar, así como el tipo y cantidad de unidades que lo formarán, su composición, sus misiones y su equipo. No puede hablarse por tanto de una forma genérica de ejército, ya que cada nación lo estructura según sus propias necesidades y posibilidades. En este sentido, es equivalente a la palabra inglesa *military*, que en español suele traducirse como militar.¹⁸
- **EMBERA:** Los Embera son un pueblo amerindio del occidente de Colombia y el oriente de Panamá. Son unas 60 mil personas. Se conocen como *emberá katío* a los que habitan en el alto Sinú y el alto San Jorge, departamento de Córdoba y en Urabá; en Colombia, *embera chamí* a los que viven en las cordilleras

¹⁶ <http://es.wikipedia.org/wiki/Cham%C3%ADes>

¹⁷ <http://www.mediosparalapaz.org/index.php?idcategoria=44>

¹⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Ej%C3%A9rcito>

occidental y central de los Andes colombianos, departamentos de Antioquia, Caldas, Risaralda, Quindío y Valle; Chocoes o simplemente Emberá a los que habitan las cuencas del río Baudó y del bajo San Juan, municipios de Istmina, Alto Baudó y Pizarro; el río Curiche, municipio de Juradó en el Chocó (Colombia); y en la Comarca Emberá-Wounaan en el Darién (Panamá); y como *eperara siapidara* o *epená*, a los de la costa pacífica de los departamentos de Valle, Cauca y Nariño en Colombia.¹⁹

- **EMIGRAR:** Dejar una persona una ciudad o país para establecerse en otro.²⁰
- **ELN:** El ELN o UC-ELN (Unión Camilista - Ejército de Liberación Nacional) es una organización guerrillera e insurgente colombiana que se autodefine de orientación marxista-leninista y pro-revolución cubana. Son partícipes del conflicto armado colombiano desde su conformación en 1964 y son dirigidas por el Comando Central, del que hacen parte cinco miembros, incluyendo el jefe del ELN, Nicolás Rodríguez Bautista alias "Gabino".

El ELN es considerado un grupo terrorista por 31 países (Colombia, Perú, Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea). Los gobiernos de algunos países latinoamericanos como Nicaragua, Ecuador, Brasil, Argentina y Chile no le aplican esta calificación. El Gobierno del presidente venezolano Hugo Chávez ha solicitado que se le otorgue un estatus de grupo beligerante al ELN y no les considera terroristas.

El ELN ha hecho presencia a lo largo de su historia en la zona del Catatumbo, el departamento de Norte de Santander, el sur del departamento de Bolívar, los

¹⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Ember%C3%A1>

²⁰ <http://www.definicion.org/emigrar>

departamentos de Arauca, Cesar, Antioquia, Cauca, Nariño y Valle del Cauca, entre otros.²¹

- **EPL:** El Ejército Popular de Liberación (EPL) era un grupo guerrillero colombiano, brazo armado del Partido Comunista de Colombia - Marxista Leninista. Fundado en 1965, aunque solo inició acciones militares en 1968, principalmente en Antioquia (regiones de Urabá y Bajo Cauca), los departamentos de Córdoba y Sucre y la región del Magdalena Medio.

El Ejército Popular de Liberación EPL, es considerado el tercer grupo guerrillero colombiano en tamaño después de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) y el Ejército de Liberación Nacional (ELN).

Según información publicada por la Fuerza Aérea de Colombia y afirmada por la VII División del Ejército de Colombia, el EPL desapareció en el departamento de Antioquia como guerrilla rural en 1996, pero continúan con milicias en zonas urbanas como Medellín. Realizan algunas acciones en conjunto con la guerrilla de las FARC, como la realizada en Hacarí. Hacia 2006 contaban con tres frentes que agrupaban, aproximadamente 200 combatientes.²²

- **FARC:** Las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia - Ejército del Pueblo o FARC-EP es un grupo guerrillero colombiano que se autoproclama marxista-leninista. Opera en Colombia y en las regiones fronterizas de Venezuela, Ecuador, Panamá y Perú. Son partícipes del conflicto armado colombiano desde su conformación en 1964 y son dirigidas por un secretariado de siete miembros que estuvo bajo el comando de Pedro Antonio Marín, conocido por los alias de *Manuel Marulanda* o *Tirofijo* hasta su fallecimiento en marzo de 2008, desde entonces su comandante en jefe es 'Alfonso Cano'.

²¹ [http://es.wikipedia.org/wiki/Ej%C3%A9rcito_de_Liberaci%C3%B3n_Nacional_\(Colombia\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Ej%C3%A9rcito_de_Liberaci%C3%B3n_Nacional_(Colombia))

²² [http://es.wikipedia.org/wiki/Ej%C3%A9rcito_Popular_de_Liberaci%C3%B3n_\(Colombia\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Ej%C3%A9rcito_Popular_de_Liberaci%C3%B3n_(Colombia))

Las FARC son consideradas como una agrupación terrorista por 31 Estados (Colombia, Perú, Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea). Los gobiernos de otros países latinoamericanos como Ecuador, Brasil, Argentina y Chileno le aplican esta calificación. El Gobierno de Venezuela ha solicitado que se le otorgue un estatus de grupo beligerante a las FARC y no las considera terroristas.

Hacen presencia en 24 de los 32 departamentos de Colombia sobre todo al sur y oriente del país, concretamente en Putumayo, Huila, Nariño, Cauca y Valle del Cauca. Se ha reportado la existencia de operaciones militares y campamentos en los países que tienen frontera con Colombia, como Venezuela, Ecuador, Panamá y Brasil.

Sus acciones consisten en guerra de guerrillas y combate regular convencional así como técnicas terroristas, como el asesinato de civiles, miembros del gobierno y militares, el secuestro con fines políticos o extorsivos, atentados con bombas o cilindros de gas, y actos que han provocado desplazamientos forzados de civiles violando así el Derecho Internacional Humanitario.

Su número de efectivos varía según las fuentes, desde 6.000 hasta 16.000. Según un informe de Human Rights Watch, aproximadamente el 20-30% son menores de 18 años, muchos reclutados forzosamente.²³

- **M19:** El Movimiento 19 de Abril abreviado como M-19 o el eme fue un movimiento insurgente colombiano nacido a raíz del presunto fraude electoral en las elecciones presidenciales del 19 de abril de 1970. El M-19 empleaba tácticas de guerrilla urbana con base en golpes de opinión. Tras su desmovilización se convirtió en un movimiento político de izquierda conocido como AD-M19 (*Alianza Democrática M-19*) que ganó importante respaldo popular y fue uno de los constituyentes de 1991; desapareció a mediados de la

²³ http://es.wikipedia.org/wiki/Fuerzas_Armadas_Revolucionarias_de_Colombia

década de 1990 y algunos de sus miembros se unieron a otras agrupaciones políticas.²⁴

- **MERCADO INTERNACIONAL:** Marketing internacional es la prestación de las actividades comercial que dirige el flujo de las mercaderías y los servicios de la empresa a los consumidores o usuarios en más que una nación por la ganancia.²⁵
- **MIGRACION:** Desde el punto de vista demográfico, se define como el cambio de residencia de un lugar denominado "origen", hacia otro lugar llamado "destino" en el que permanece durante un período de tiempo determinado.²⁶
- **ORIVAC:** (Organización Indígena del Valle del Cauca)
- **PARCELA:** Una parcela es, en la terminología empleada en el planeamiento urbanístico, una superficie de terreno legalmente conformada o dividida, que puede ser soporte de aprovechamiento en las condiciones previstas en la normativa urbanística²⁷
- **RESGUARDO INDIGENA:** El Resguardo Indígena es una institución legal sociopolítica de origen colonial español en América, conformada por un territorio reconocido de una comunidad de ascendencia amerindia, con título de propiedad colectiva o comunitaria, que se rige por un estatuto especial autónomo, con pautas y tradiciones culturales propias.²⁸
- **TADÓ:** Es un municipio de Colombia ubicado en el departamento de Chocó y fundado 19 de marzo de 1740 en el nombre del Estatuto Libre Español, es

²⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_19_de_abril

²⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_internacional

²⁶ <http://ciencia.glosario.net/agricultura/migraci%F3n-11543.html>

²⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Parcela>

²⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Resguardo_ind%C3%ADgena

municipio desde el 1821. Su Extensión es de 878 kilómetros cuadrados y cuenta con una temperatura promedio de 28 Grados centígrados. Se encuentra a 66 kilómetros de la capital del departamento Quibdó y a 90 metros sobre el nivel del mar. Cuenta con una población de 16.531 habitantes.²⁹

- **WOUNAAN:** Waunaan, Waunana, Chanco o Noanamá es un pueblo indígena que habita en la cuenca del bajo San Juan, municipios de Istmina y Pizarro; el río Curiche, municipio de Juradó, en Colombia; y en la Comarca Emberá-Wounaan, en Panamá. Son unas nueve mil personas que hablan una lengua de la familia chocó.³⁰

²⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Tad%C3%B3>

³⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/Wounaan>

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La propuesta metodológica del presente estudio se basa en un estudio descriptivo, en el cual se elabora un perfil de la comunidad Embera Chamí, donde se describe cómo surge la comunidad indígena, cuales son los territorios habitados por ellos, cual es su sistema de producción, su sistema social, cultural, demográfico, como es su forma de vida dentro de su ecosistema y en general todas las características esenciales para el presente estudio.

También se define la población objetivo, la cual se encuentra en el Área Metropolitana Centro Occidente, se identificaron las razones por las que se encuentran en este territorio, que hacen para sobrevivir en la ciudad, sus oportunidades de empleo, como es su vivienda, cuáles son sus ingresos; al igual se describe como trabajan la artesanía, cuáles son sus habilidades y diseños.

En el estudio se toma como referencia los pasos para la creación de empresa, el cual es el principal objetivo del presente proyecto, también se hace uso de conocimientos del marketing internacional con todas sus variables para elaborar un plan exportador, todo esto con el fin de determinar el mercado objetivo, el tipo de producto, las características comparativas y competitivas del mismo, y las estrategias de comercialización, para finalizar con en análisis de factibilidad de la creación de una empresa exportadora de artesanías elaboradas por la comunidad Embera Chamí y la elaboración de un plan de negocio.

5.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Los métodos utilizados para la realización del presente proyecto van desde el método analítico al de síntesis, porque a partir de la información recolectada se analizará cada una de las características del objeto de estudio y la realidad donde se encuentra inmerso, partiendo desde los elementos fundamentales para ascender al conocimiento de nuestro interés; después de este proceso analítico, se realizará la síntesis de toda esta información que nos permitirá establecer cómo afecta el proyecto la realidad y las características de nuestro objeto de estudio.

5.3 FUENTES DE INVESTIGACIÓN

Para el presente proyecto, dado que por sus características no es tan fácil encontrar información primaria se recurrió principalmente a la búsqueda de la información secundaria, la cual ya ha sido recopilada y transcrita por otros autores. Como fuentes secundarias se utilizaron: Páginas Web en donde se encontraron artículos, folletos y textos relacionados con la historia de la comunidad indígena Embera Chamí, con los pasos de un plan de exportación y otros temas de mercadeo internacional, otra fuente secundaria y quizá la principal es el libro Presencia Embera en el Área Metropolitana Centro Occidente, donde se describe la situación actual de los Embera Chamí en el Área Metropolitana Centro Occidente. Para el estudio de comercio internacional se utilizaron fuentes como Proexport, Trademap entre otras páginas web de las cuales se obtuvieron datos socioeconómicos y logísticos del país objetivo. Para la formulación y evaluación se recurrió principalmente al sitio web de Bancoldex.

5.4 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Para el presente proyecto la variable independiente es el país objetivo que se obtuvo de la matriz de selección que se realizó en el estudio de comercio internacional; la variable dependiente son las proyecciones financieras que están relacionadas con la anterior selección, donde se procederá a comercializar las artesanías.

6. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

6.1 PROCESAMIENTO DE DATOS

Se filtrará la información secundaria que se encontró, se realizará el análisis y la síntesis de toda la información realizando los correspondientes cruces que permitirán el hallazgo de características que puedan afectar la viabilidad del proyecto.

7. DESARROLLO METODOLÓGICO

FASE 1: Se buscarán fuentes primarias, para la recolección de información acerca de cómo es la producción de las artesanías de los Embera Chamí, para determinar qué cantidad del producto se va a exportar.

FASE 2: Se analizará la información encontrada en la fase 1, para establecer el porcentaje producido y enfrentarlo con la demanda existente en el mercado objetivo.

FASE 3: En esta fase se presentara el informe final con sus respectivas conclusiones y recomendaciones acerca del tema y se determinara si el proyecto es factible.

8. CONCLUSIONES

- Las artesanías de los Embera Chamí son muy apetecidas en el exterior, por tal motivo poseen un precio atractivo en el mercado de Estados Unidos, por esta razón el presente proyecto es una buena alternativa de inversión.
- El proyecto genera unas utilidades netas en los tres primeros años muy bajas, pero al evaluarlo en este mismo tiempo los gastos financieros y el capital a pagar es cubierto totalmente por lo generado con las ventas de los productos.
- El proyecto es una alternativa social que además de generar 3 empleos directos posee aproximadamente 300 empleos indirectos para la comunidad Embera que se encuentra asentada en el Barrio Las Brisas.
- Al realizar el análisis respectivo desde la pre matriz de países y la matriz Estados Unidos siempre se marcó como uno de los principales países objetivos, debido a su gran afinidad comercial y cultural con Colombia y por los tratados comerciales que actualmente se encuentran vigentes para la posición arancelaria del producto.
- Al realizar el análisis beneficio / costo se obtuvo como resultado 1.03 lo cual indica que es un proyecto atractivo para realizar inversión y que se podría mejorar la rentabilidad realizando un análisis de costos.

9. RECOMENDACIONES

- Es necesario realizar un análisis del costo de los juegos de bisutería, para determinar alternativas de negociación con la comunidad indígena y lograr una disminución en el costo de mercancía, ya que genera un gran impacto en las utilidades netas.
- Es necesario que antes de realizar el proyecto se llegue a un acuerdo para trabajar con la comunidad Embera Chamí del barrio Las Brisas, debido a que poseen normas que restringen el acceso de las personas interesadas en conocer sobre la producción y el diseño de los productos artesanales y en realizar tratos de comercialización de los mismos.
- Antes de ejecutar el proyecto es necesario realizar el contacto con los clientes potenciales y garantizar que las cantidades presupuestadas para la venta van a cubrir lo pactado en las negociaciones.
- Es necesario ejecutar el proyecto en el primer trimestre del año 2011 para evitar pérdida de validez de la información.

10. BIBLIOGRAFÍA

1. Artesanía [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 30 de agosto de 2003. [Fecha de consulta: 4 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet: <<http://es.wikipedia.org/wiki/Artesan%C3%ADa>>
2. Asentamiento [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 14 de febrero de 2006. [Fecha de consulta: 4 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Asentamiento>
3. Autodefensas Unidas De Colombia [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 13 de mayo de 2004. [Fecha de consulta: 4 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet: http://es.wikipedia.org/wiki/Autodefensas_Unidas_de_Colombia
4. Bisutería [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 21 de enero de 2007. [Fecha de consulta: 5 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Bisuter%C3%ADa>
5. Colonia: El cabildo [en línea]. Profesor en línea. Editado por www.profesorenlinea.cl. [Fecha de consulta: 5 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet: <http://www.profesorenlinea.cl/chilehistoria/ColoniaCabildo.htm>
6. Comercio Internacional [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 18 de agosto de 2003.

[Fecha de consulta: 6 de noviembre]. Disponible desde internet:
http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_internacional

7. Chamíes [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 26 de julio de 2006. [Fecha de consulta: 6 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Cham%C3%ADEs>
8. Disponible desde internet: <<http://unaspapas.com/category/artesania/>>
9. Disponible desde internet:<http://www.eafit.edu.co/NR/rdonlyres/9C78FBD7-CB6A-4C88-AE68-FBC8A50F239E/0/C%C3%92MOARMARUNPLANDENEGOCIOS2.doc>>
10. Ejército [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha publicación 11 de agosto de 2004. [Fecha de consulta: 5 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Ej%C3%A9rcito>
11. Embera [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 2 de enero de 2006. [Fecha de consulta: 5 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Ember%C3%A1>
12. Emigrar [en línea]. Definicion.org. Editado por www.definicion.org. [Fecha de consulta: 5 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet:
<http://www.definicion.org/emigrar>
13. Ejército de Liberación Nacional (Colombia) [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 27 de

abril de 2005. [Fecha de consulta: 5 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet:
[http://es.wikipedia.org/wiki/Ej%C3%A9rcito_de_Liberaci%C3%B3n_Nacional_\(Colombia\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Ej%C3%A9rcito_de_Liberaci%C3%B3n_Nacional_(Colombia))

14. Ejército Popular de Liberación (Colombia) [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 3 de agosto de 2005. [Fecha de consulta: 6 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet:
[http://es.wikipedia.org/wiki/Ej%C3%A9rcito_Popular_de_Liberaci%C3%B3n_\(Colombia\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Ej%C3%A9rcito_Popular_de_Liberaci%C3%B3n_(Colombia))

15. Fundación Jaide [en línea]. Fecha de publicación 2008. Disponible desde internet: <<http://www.jaide.org.co/index.php?sec=embera-chami>>

16. Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 17 de abril de 2004. [Fecha de consulta: 6 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Fuerzas_Armadas_Revolucionarias_de_Colombia>

17. JÁUREGUI, Alejandro [en línea]. Elementos de mercadeo internacional. Fecha de publicación diciembre de 2001. Disponible desde internet:
<<http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/no26/mercadeointer.htm#mas-autor>>

18. La República [en línea]. Disponible desde internet:
<<http://www.aciem.org/bancoconocimiento/P/Pasosparacrearunaempresaconexito/Pasosparacrearunaempresaconexito.asp>>

19. Marketing Internacional [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 12 de octubre de 2009. [Fecha de consulta: 6 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_internacional>
20. MARTINEZ, Andrés [en línea]. Disponible desde internet: <<http://www.todacolombia.com/etnias/gruposindigenas/chami.html>>
21. MEJÍA OCHOA, William. Presencia Embera en el Área Metropolitana Centro Occidente. Pereira: Punto Editorial Ltda, 2007. p.255.
22. Migración [en línea]. Glosario.net. Editado por www.glosario.net. [Fecha de consulta: 6 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet: <http://ciencia.glosario.net/agricultura/migraci%F3n-11543.html>
23. Movimiento 19 de abril [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 7 de diciembre de 2004. [fecha de consulta: 6 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet: http://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_19_de_abril
24. Parcela [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 3 de octubre de 2007. [Fecha de consulta: 6 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Parcela>
25. Personas en situación de desplazamiento forzado [en línea]. Bogotá-Colombia. Organización Medios para la Paz. [Fecha de consulta: 5 de noviembre]. Disponible desde internet: <http://www.mediosparalapaz.org/index.php?idcategoria=44>

26. Resguardo Indígena [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 13 de enero de 2006. [fecha de consulta: 6 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet: http://es.wikipedia.org/wiki/Resguardo_ind%C3%ADgena
27. Tadó [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 21 abril de 2006. [fecha de consulta: 6 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Tad%C3%B3>
28. Tejiendo un futuro [en línea]. Fecha de publicación 5 de mayo de 2009. Disponible desde internet: <http://risaraldatejiendounfuturo.blogspot.com/>
29. THOMPSON, Iván [en línea]. El plan de marketing. Fecha de publicación febrero de 2006. Disponible desde internet: <http://www.marketing-free.com/articulos/plan-estrategico-marketing.html>
30. Wounaan [en línea]. WIKIPEDIA, La enciclopedia libre. Comunidad de WIKIPEDIA. Fecha de publicación 8 de julio de 2007. [Fecha de consulta: 6 de noviembre de 2009]. Disponible desde internet: <http://es.wikipedia.org/wiki/Wounaan>