

## ANEXOS

## LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Yonette Guerrero Sánchez

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 51 920 109 BJA

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

Nombre Completo \_\_\_\_\_

Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

CREATIVE CRAFTS S.A.S. MANUALIDADES CREATIVAS

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI  NO   
*(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).*

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizo (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Yanette Guerrero</u>	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: <u>Yanette Guerrero S.</u>	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>51.920.109</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: <u>FEAV</u>	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>ADMINISTRACION DE EMPRESAS</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

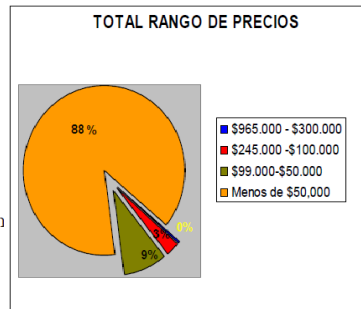
Fecha de firma: Yanette Guerrero S.  
1 Junio / 2012

ANEXOS CAPITULO 1:

**Canales de Promocion y comercializacion**

**Comercialización Nacional**

- Puntos de Venta (Almacenes), Ventas Institucionales o Empresariales, Ventas a Almacenes de Cadena, Exhibiciones.
- En el 2.005 se vendieron 18.962 productos artesanales

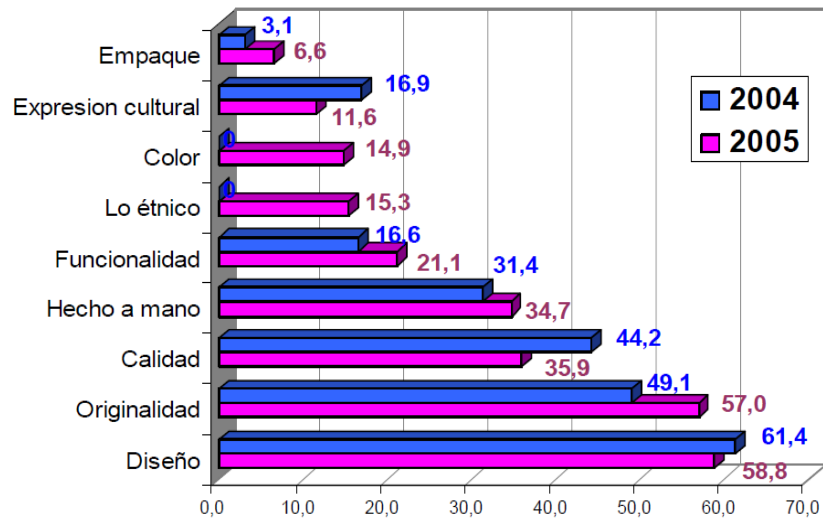


Ministerio de Comercio, Industria y Turismo  
**artesanias de colombia s.a.**

Fuente: CARACTERISTICAS SECTOR ARTESANAL COLOMBIA:

[http://www.eclac.org/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion\\_Sandra\\_Strouss.pdf](http://www.eclac.org/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion_Sandra_Strouss.pdf)

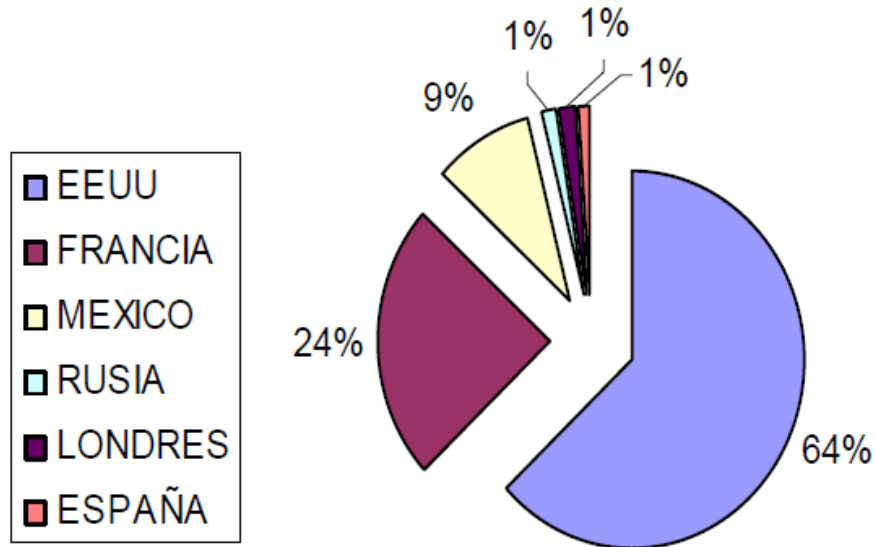
Características tenidas en cuenta para la Compra de artesanías



Fuente: CARACTERISTICAS SECTOR ARTESANAL COLOMBIA:

[http://www.eclac.org/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion\\_Sandra\\_Strouss.pdf](http://www.eclac.org/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion_Sandra_Strouss.pdf)

### Exportaciones de Artesanías de Colombia en 2005 por país



Fuente: CARACTERISTICAS SECTOR ARTESANAL COLOMBIA:

[http://www.eclac.org/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion\\_Sandra\\_Strouss.pdf](http://www.eclac.org/mexico/capacidadescomerciales/SeminarioEcuadorActB/presentacion_Sandra_Strouss.pdf)

Presentación \_Sandra\_ Strouss ARTESANIAS DE COLOMBIA.pdf – Adobe Reader

#### ANEXO C: LA ARTESANIA Y SU CLASIFICACION

Según Artesanías de Colombia, el objeto artesanal cumple una función utilitaria o decorativa y en algunos casos tiende a adquirir carácter de obra de arte.

La artesanía se puede clasificar en:

## **Clasificación**

### **Artesanía indígena**

Producción de bienes útiles, rituales y estéticos. Se constituye en expresión material de la cultura de comunidades con unidad étnica y relativamente cerradas. Elaborada para satisfacer necesidades sociales, integrando los conceptos de arte y funcionalidad. Materializa el conocimiento de la comunidad sobre el potencial de cada recurso del entorno geográfico, el cual es transmitido a través de las generaciones.

### **Artesanía tradicional popular**

Producción de objetos útiles y, al mismo tiempo, estéticos, realizada en forma anónima por un determinado pueblo, exhibiendo un dominio de materiales, generalmente procedentes del hábitat de cada comunidad. Esta actividad es realizada como un oficio especializado, transmitido de generación en generación, y constituye expresión fundamental de la cultura con la que se identifican, principalmente, las comunidades mestizas y negras, y cuyas tradiciones están constituidas por el aporte de poblaciones americanas y africanas, influidas o caracterizadas en diferentes grados por rasgos culturales de la visión del mundo de los originarios inmigrantes europeos.

### **Artesanía contemporánea o neoartesanía**

Producción de objetos útiles y estéticos, desde el marco de los oficios, y en cuyo proceso se sincretizan elementos técnicos y formales, procedentes de diferentes contextos socioculturales y niveles tecno económicos. Se caracteriza por realizar una transición hacia la tecnología

moderna y/o por la aplicación de principios estéticos de tendencia universal y/o académicos, y destaca la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo.

<http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/General/sectorPublicacion.jsf?publicacio>  
n=82

### Anexo Resultados y Análisis de la encuesta

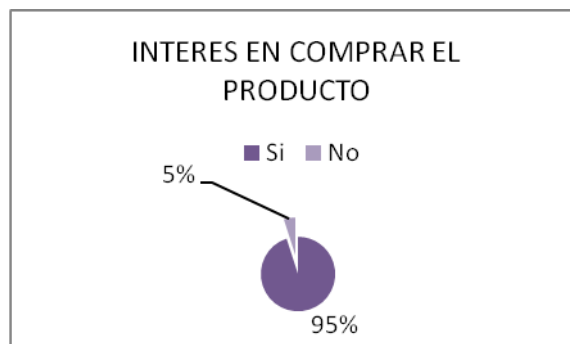
Una vez realizada la encuesta, los resultados fueron los siguientes:

1. ¿A usted le gustaría comprar cuadros para decorar su casa u oficina?

Si\_\_\_\_\_

No\_\_\_\_\_

Si	95%	66
No	5%	4
Total	100%	70



Análisis: casi el total del público encuestado afirma le gustaría comprar cuadros para decorar su casa u oficina. Dicho público conformaría la demanda potencial.

2. Si no tiene la intención, enuncie cuál es la razón:

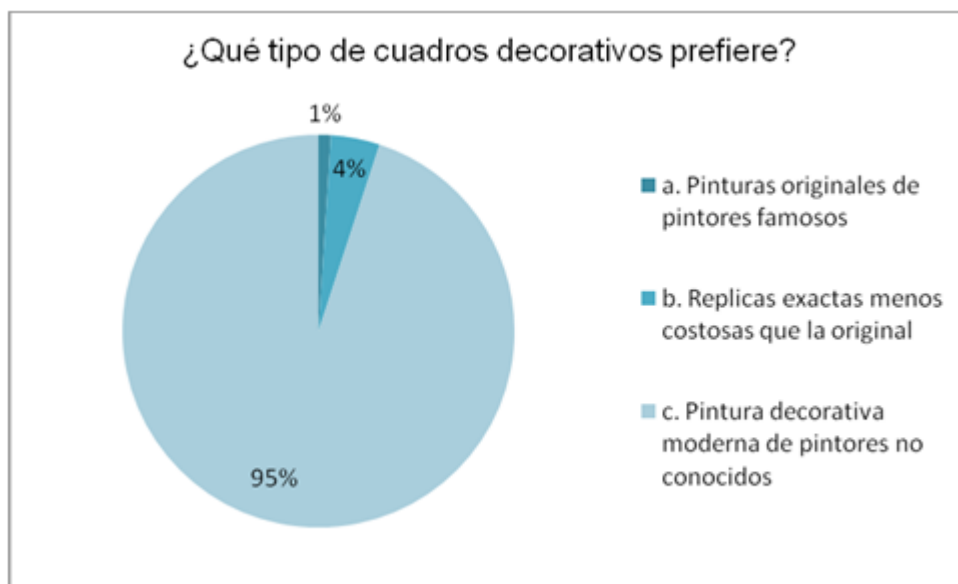
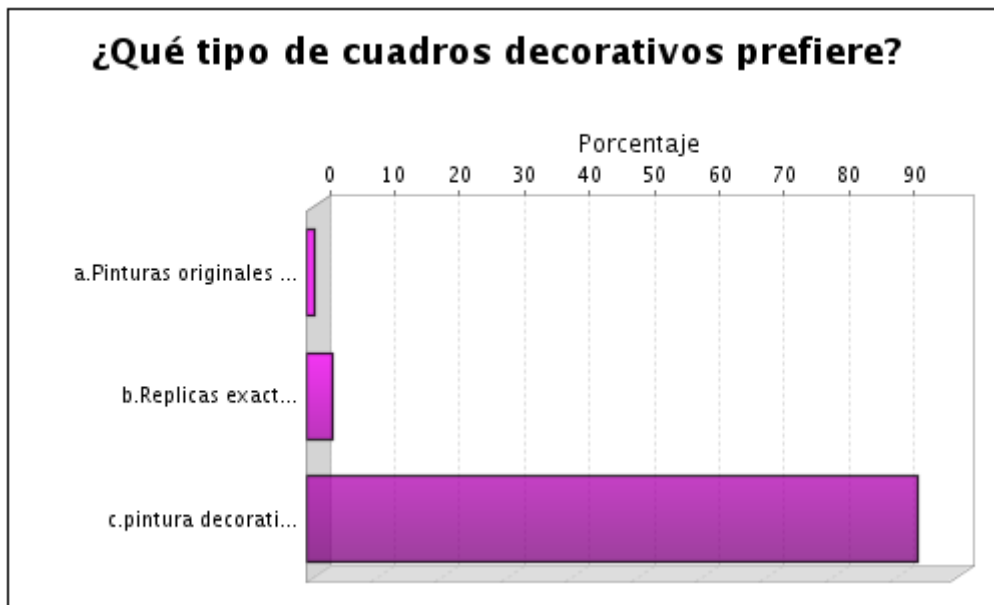
	Porcentaje	Respuestas totales
a.No lo considera necesario	1 %	1
b.Por falta de dinero	2 %	2
c.No tengo facilidad de crédito	1 %	1
Otro (por favor, especifique)	1 %	1
<b>Total Respondentes</b>		<b>5</b>
si	95%	65

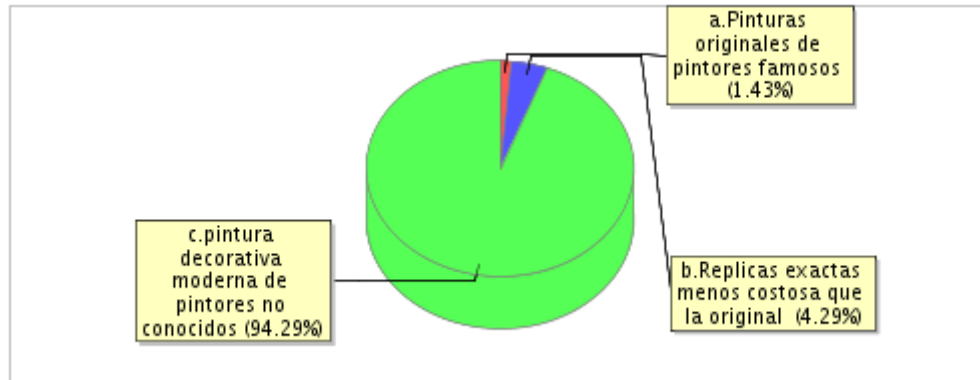


Análisis: Tan solo el 5% del público encuestado respondió que no tiene intención de compra, frente a una demanda potencial del 95%, lo que nos muestra buenas perspectivas para este negocio.

1 ¿Qué tipo de cuadros decorativos prefiere?

	Porcentaje	Respuestas totales
a.Pinturas originales de pintores famosos	1,43%	1
b.Replicas exactas menos costosa que la original	4,29%	3
c.pintura decorativa moderna de pintores no conocidos	94,29%	66
<b>Total Respondentes</b>		<b>70</b>
<b>Filtros aplicados</b>		<b>0</b>

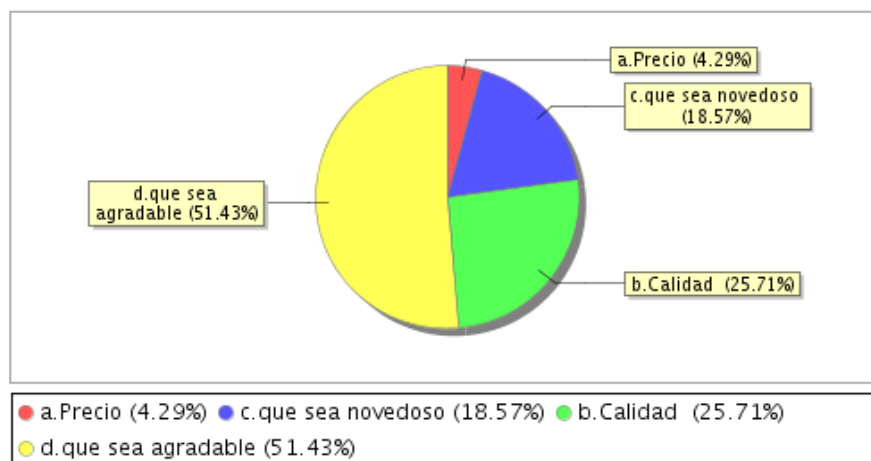




Análisis: un gran porcentaje de 95% afirma no tener preferencia por las pinturas de pintores famosos ni las replicas exactas

2 ¿Al momento de comprar un cuadro, qué es lo primero que toma en cuenta?

	Porcentaje	Respuestas totales
a. Precio	4,29%	3
b. Calidad	25,71%	18
c. que sea novedoso	18,57%	13
d. que sea agradable	51,43%	36
<b>Total Respondentes</b>		<b>70</b>
<b>Filtros aplicados</b>		<b>0</b>



Análisis: las principales razones que toman en cuenta las personas al momento de comprar un cuadro, son: que sea agradable, calidad y que sea novedoso; por lo que éstos serán los principales aspectos a tomar en cuenta al momento de elaborar el producto.

Otro punto a considerar es que al momento de adquirir un cuadro, el precio no fue tomado muy en cuenta, lo que permite aumentar un poco el precio.

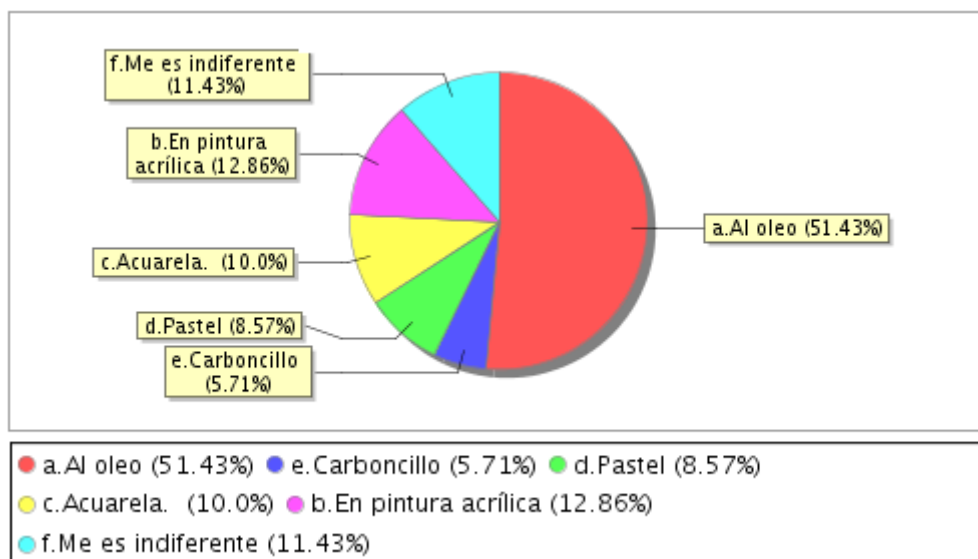
3 ¿Qué cuadros prefiere?



	Porcentaje	Respuestas totales
a. Bodegones	25,71%	18
b. Paisajes	22,86%	16
c. Pintura abstracta	28,57%	20
d. Temas marinos	11,43%	8
e. Figuras humanas, rostros.	7,14%	5
Otro (por favor, especifique) <input type="button" value="Ver"/>	4,29%	3
0 ciudades en impresionismo	<b>Total Respondentes</b>	<b>70</b>
1 ciudades en impresionismo	<b>Filtros aplicados</b>	<b>0</b>
2 VARIOS		

Análisis: Los modelos abstractos modernos parecen ser los preferidos, en segundo lugar están los bodegones y en tercer lugar están los paisajes.

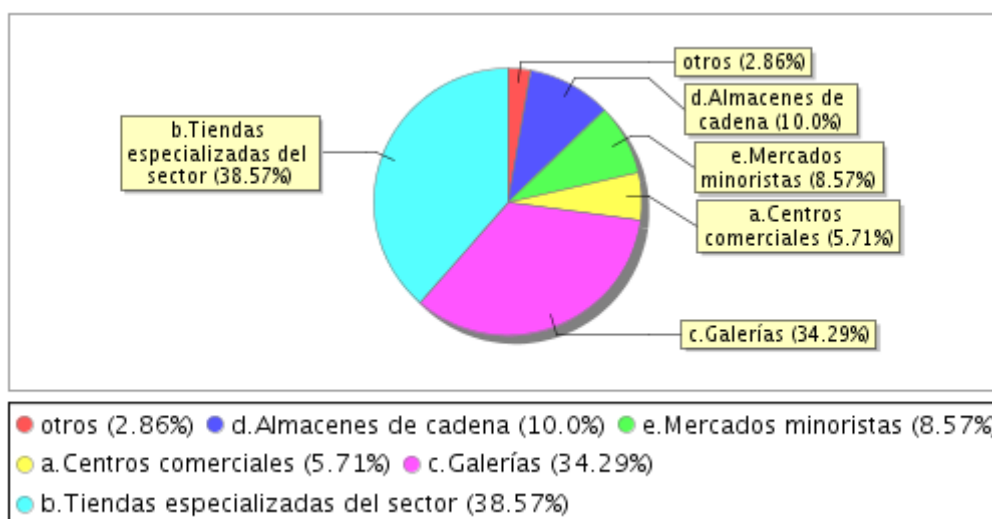
4 En que técnica prefiere un cuadro decorativo?



	Porcentaje	Respuestas totales
a. Al oleo	51,43%	36
b. En pintura acrílica	12,86%	9
c. Acuarela.	10%	7
d. Pastel	8,57%	6
e. Carboncillo	5,71%	4
f. Me es indiferente	11,43%	8
Otro (por favor, especifique)	0%	0
<b>Total Respondentes</b>		<b>70</b>

Análisis: en cuanto a la técnica, hay preferencia por la técnica al oleo, aunque también hay un buen porcentaje que prefiere los cuadros en pintura acrílica.

7. ¿A cuál de estos lugares suele acudir para comprar sus cuadros y artículos para decorar?



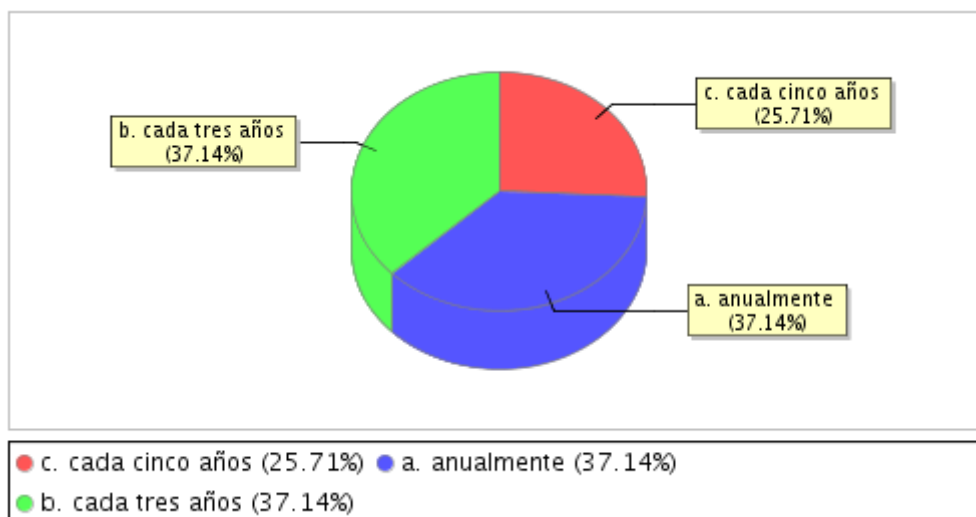
		Porcentaje	Respuestas totales
a. Centros comerciales		5,71%	4
b. Tiendas especializadas del sector		38,57%	27
c. Galerías		34,29%	24
d. Almacenes de cadena		10%	7
e. Mercados minoristas		8,57%	6
Otro (por favor, especifique)	<input type="button" value="Ver"/>	2,86%	2
	0 amigos pintores	<b>Total Respondentes</b>	<b>70</b>
	1 Estudios de pintores		

Análisis: del público encuestado, el mayor porcentaje afirma preferir las tiendas especializadas del sector para realizar las compras de sus cuadros, aunque seguido de cerca en preferencia de las galerías.

8. ¿Con qué frecuencia compra usted artículos para decoración como cuadros y porta retratos?

	Porcentaje	Respuestas totales
a. anualmente	37,14%	26
b. cada tres años	37,14%	26
c. cada cinco años	25,71%	18
<b>Total Respondentes</b>		<b>70</b>
<b>Filtros aplicados</b>		<b>0</b>

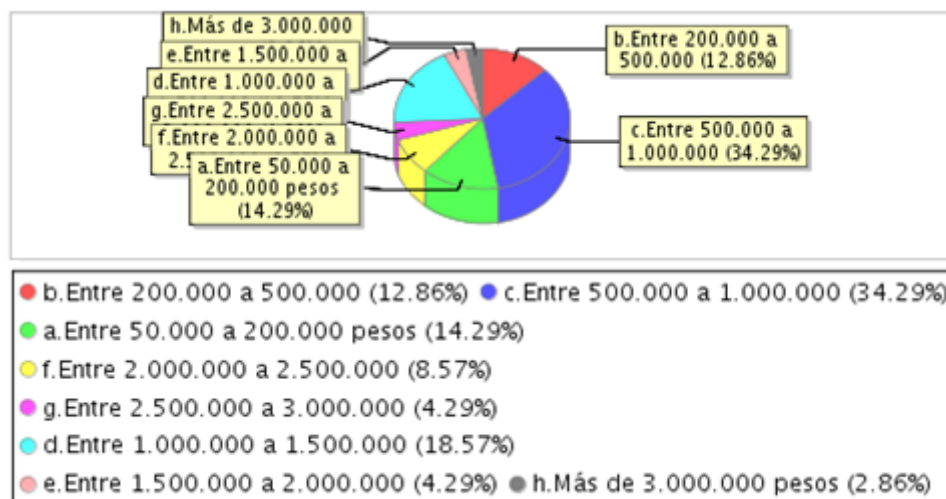
FRECUENCIA DE CONSUMO:



Análisis: según los resultados, el promedio de compra de un cuadro y / o porta retrato es de cada 3 años.

9. ¿dentro de su presupuesto cuanto asignaría Ud. a la decoración de su casa?

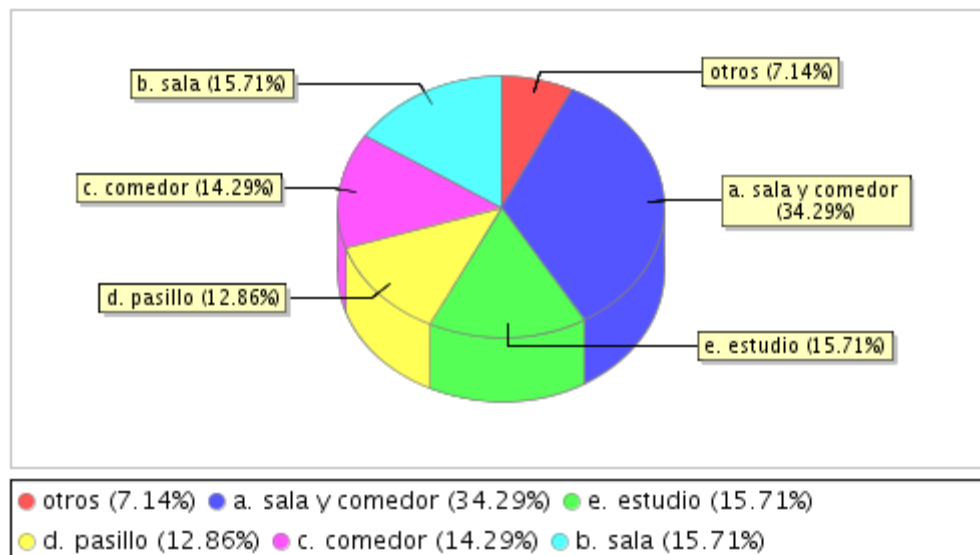
	Porcentaje	Respuestas totales
a.Entre 50.000 a 200.000 pesos	14,29%	10
b.Entre 200.000 a 500.000	12,86%	9
c.Entre 500.000 a 1.000.000	34,29%	24
d.Entre 1.000.000 a 1.500.000	18,57%	13
e.Entre 1.500.000 a 2.000.000	4,29%	3
f.Entre 2.000.000 a 2.500.000	8,57%	6
g.Entre 2.500.000 a 3.000.000	4,29%	3
h.Más de 3.000.000 pesos	2,86%	2
<b>Total Respondentes</b>		<b>70</b>



Análisis: Del público encuestado, el 34% asignaría entre 500.000 a 1.000.000, el 18, 57% entre 1 millón y millón y medio, el 14% entre 50 y 200 mil y el 12, 8% entre 200 y 500 mil pesos.

10. Que áreas de su hogar o empresa lo necesitan?

		Porcentaje	Respuestas totales
a. sala y comedor		34,29%	24
b. sala		15,71%	11
c. comedor		14,29%	10
d. pasillo		12,86%	9
e. estudio		15,71%	11
f. otro	0 habitacion	0%	0
	1 todos los anteriores		
Otro (por favor, especifique) <input type="button" value="Ver"/>	2 Habitacion	7,14%	5
	3 habitacion		
	4 Habitacion		
		<b>Total Respondentes</b>	<b>70</b>

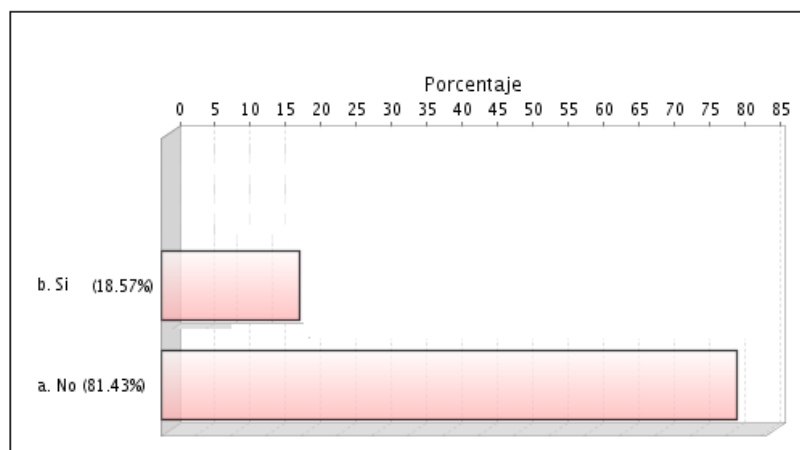


Análisis: El 34% de los encuestados necesitan cuadros para la sala comedor, 15, 7% necesitan cuadros para la sala, 15,7% necesitan cuadros para el estudio, el 14 % para el comedor, el 12, 8% para el pasillo y el 7% restante necesitan cuadros en la habitación y todos los anteriores.

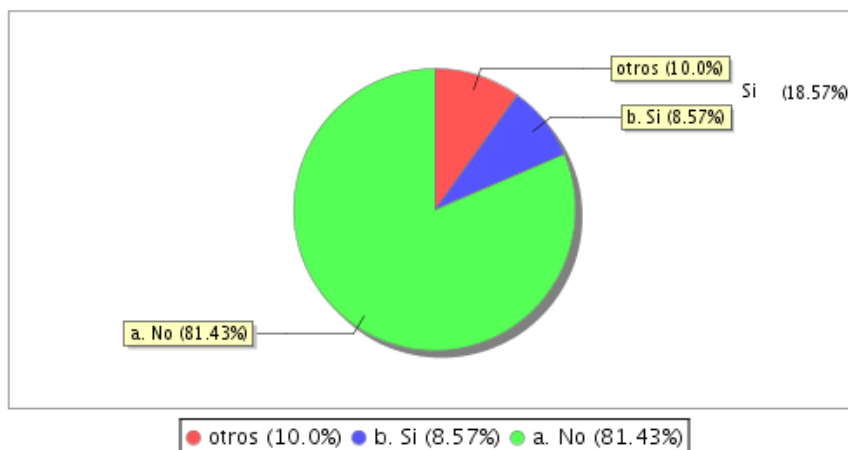
11. Conoce algún lugar que venda cuadros como los que Ud. necesita?

- a. No
- b. Si ¿cuál ? \_\_\_\_\_

	Porcentaje	Respuestas totales
a. No	81,43%	57
b. Si	8,57%	6
¿cual? (por favor, especifique) <input type="button" value="Ver"/>	10%	7
0 estudios de artistas	<b>Total Respondentes</b>	<b>70</b>
1 En Galerías		
2 galerías	<b>Filtros aplicados</b>	<b>0</b>
3 mercado minorista de artesanos colombianos		
4 Barrio Galerías		
5 Galerías		
6 en la 53		



Análisis: El 81,4% del público encuestado no conocen un lugar que venda cuadros como los necesita, el 18, 57% si conoce y algunos mencionan a estudios de artistas, galerías que ya conocíamos, mercados minoristas y en la 53.



### **Anexos del capítulo III**

#### **Las generalidades de la Sociedad S.A.S**

“La Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), Es un nuevo tipo de asociación empresarial que ha sido diseñada para facilitar trámites, reducir costos (gastos pre operativos y Notariales) y tener más flexibilidad en las organizaciones colombianas. Este nuevo modelo ayudará a las empresas a desarrollar mecanismos de gobierno corporativo a la medida de sus necesidades, entre otras ventajas.

Según el ministro de Comercio, Industria y Turismo, Luis Guillermo Plata “este modelo societario le permite a los empresarios crear empresa y hacerla crecer rápidamente, sin tener que cambiar de clase de asociación en el transcurso del tiempo, como sucede en la actualidad”, explicó el titular de esa cartera.

La ley 1258 que dio vida a esta tipología empresarial reza en sus tres primeros artículos: *La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.*

*Personalidad jurídica: La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.*

*Naturaleza: La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su*

*objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.*

Este tipo de sociedad, permite a los pequeños empresarios escoger las normas societarias más convenientes a sus intereses, ya que gracias a su carácter de regulación flexible puede ser adaptada a las condiciones y requerimientos especiales de cada una. En tal sentido, esto significa un gran beneficio para los nuevos emprendedores que quieran formalizar su actividad económica.

Algunas de las ventajas de las sociedades por acciones simplificadas son:

Al constituir la empresa, sus propietarios podrán ahorrar tiempo y dinero dado que pueden hacerlo a través de un documento privado. Esto también aplica a la reforma de estatutos durante el desarrollo de la actividad económica que desempeña la empresa.

Otro punto destacable consiste en que los empresarios pueden beneficiarse de la limitación de la responsabilidad sin tener que acudir a la estructura de la sociedad anónima: por ejemplo, la SAS no obliga al empresario a crear ciertos órganos, como la junta directiva, o a cumplir con otros requisitos, como la pluralidad de socios.

Una sociedad anónima simplificada es más fácil de gobernar, en la medida en que permiten los acuerdos de accionistas sobre cualquier asunto lícito.

El pago de los aportes de los socios de la compañía puede diferirse hasta por un plazo máximo de dos años y no se exige una cuota o porcentaje mínimo para iniciar. Este aspecto facilita su constitución y da un crédito de dos años para que los socios consigan el capital necesario para pagar sus acciones”. (Secretaría del Senado de la República, 06 de Marzo de 2009) ABC de la Pyme. Misión Pyme.<http://www.misionpyme.com/cms/content/view/3351/44/>

### Ley 1014 De De Fomento A La Cultura Del Emprendimiento.

En Colombia existe una ley nacional que busca fomentar la cultura del emprendimiento. Esta, identificada como la ley 1014 de 2006, pretende promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes y hacer de ellos personas capacitadas para innovar y generar bienes servicios dirigidos a formar competencias empresariales.

La Ley del Emprendimiento se rige por varios principios de formación integral del ser humano: fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo, reconocimiento de responsabilidades y apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde lo social, cultural, ambiental y regional.

¿Qué pretende la Ley?

- \*Promover el espíritu emprendedor.
- \*Fomentar y desarrollar cultura emprendedora.
- \*Que el país tenga emprendedores con planes de negocio exitosos.
- \*Crear un vínculo entre el sistema educativo y el emprendimiento.
- \*Crear nuevas empresas.
- \*Promover la innovación.
- \*Fortalecer las empresas y unidades productivas existentes.

¿A que se compromete el Estado?

- \*Promover y garantizar el vínculo entre el sistema educativo y el emprendimiento.
- \*Destinar recursos públicos a través del Ministerio de Comercio para apoyar las redes de emprendimiento.
- \*Buscar acuerdos con entidades financieras que apoyen a los nuevos empresarios.
- \*Generar condiciones para que en las regiones surjan fondos de inversionistas ángeles.
- \*Establecer fondos de capital semilla y de capital de riesgo para apoyar nuevas empresas.

¿Qué son las redes de emprendimiento?

La Ley 1014 establece la creación de redes de emprendimiento que direccionen políticas de fomento a la cultura emprendedora. Para este fin existe la Red Nacional del Emprendimiento, la cual es coordinada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. La Red esta conformada por 15 representantes de instituciones públicas y privadas, tal es el caso de ministerios, SENA, Colciencias, Fenalco y Acopi. Así mismo, acoge a jóvenes empresarios y representantes de fundaciones que apoyan y promueven la cultura...

[http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2006/ley\\_1014\\_2006.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2006/ley_1014_2006.html)

<http://cesarcabrera.info/blog/%C2%BFcomo-hacer-un-buen-proyecto-de-grado/>

**LEY No. 590**  
**10 de julio de 2000**

**“POR LA CUAL SE DICTAN DISPOSICIONES PARA PROMOVER EL DESARROLLO DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS”**

**EL CONGRESO DE COLOMBIA,**

**D E C R E T A:**

**CAPÍTULO I**

**DISPOSICIONES GENERALES**

**ARTÍCULO 1º. OBJETO DE LA LEY.** La presente Ley tiene por objeto:

- a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.
- b) Estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas,- MIPYMES-.
- c) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas.
- d) Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital, y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales.
- e) Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y a la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- f) Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- g) Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas.
- h) Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de MIPYMES rurales.
- i) Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las MIPYMES.

- j) Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.

**ARTÍCULO 2º. DEFINICIONES.** Para todos los efectos, se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a los siguientes parámetros:

1. Mediana Empresa:
  - a) Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores.
  - b) Activos totales por valor entre cinco mil uno (5.001) y quince mil (15.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.
2. Pequeña Empresa:
  - a) Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores.
  - b) Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil uno (5.001) salarios mínimos mensuales legales vigentes.
3. Microempresa:
  - a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores.
  - b) Activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

**PARÁGRAFO 1º.** Para la clasificación de aquellas micro, pequeñas y medianas empresas que presenten combinaciones de parámetros de planta de personal y activos totales diferentes a los indicados, el factor determinante para dicho efecto, será el de activos totales.

**PARÁGRAFO 2º.** Los estímulos, beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer.