

D1 - 2002.47

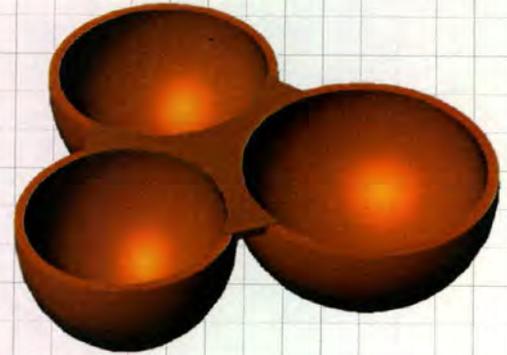
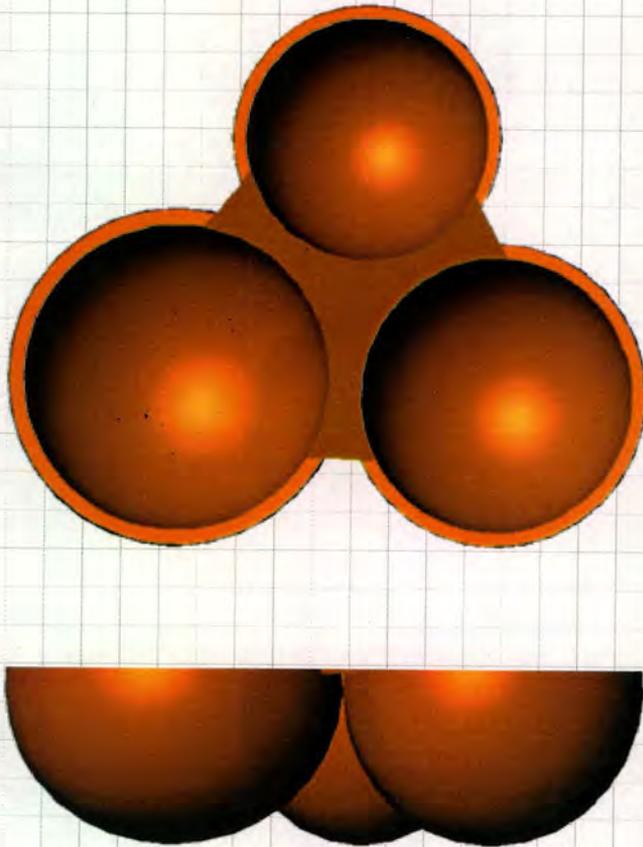
INNOVACIÓN Y DESARROLLO  
DE  
PRODUCTOS

ARTESANÍAS DE COLOMBIA  
Laboratorio Colombiano de Diseño

2002



# Dibujo y Planos Técnicos



Pieza: Recipiente	Referencia: 30-19-09-	Esc.(cm): 1:2	Pl. 1/1
Nombre: Coco vínculo3	Línea: Menaje: Recipientes "Mazinga"		
Oficio: Trabajos en coco, en hueso, madera, en piedra	Recurso Natural: Palma de coco, Árboles maderables finos, cart		
Técnica: Pelado, corte, pulido, brillado, ensamble, pegue	Materias primas: Concha de coco, maderas finas, piedra, hueso		

**Proceso de producción:** 1. Seleccionar cocos de concha gruesa y diámetro variable o similar, redondos, que se pelan, liján y pulen. 2. Trazarlos, para lograr piezas de alturas iguales, por encima del diámetro mayor -aprox. 6mm.-, y cortar, y pulir para lograr filos rectos. 3. Emparejar la altura de los cocos para lograr estabilidad. 4. Acoplar con ajuste preciso -logrando un filo horizontal- los contenedores entre sí con tarugos de calibre fino que se fijan en orificios en el punto de tangencia. 5. Pulir las zonas internas, sin rasguñarlas. 6. Cortar, dimensionar y pulir la estrella central de vínculo, en proporción con los cocos empleados. 7. Trazar y elaborar en los cocos las cajas en donde acopla la estrella. 7. Esmerilar-microperforar, y limpiar las partes a unir (estrella-cocos). Pegar con masilla de aserrín de coco y pegante conveniente. 7. Hundir los tarugos más adentro de la superficie interna del coco. 8. Masillar los orificios de los tarugos -invisibles-, con aserrín de coco y pegante a base de cianoacrilato y lijar. 9. Masillar con aserrín de coco y cianoacrilato (instantáneo) las pequeñas horadaciones entre las partes, por dentro y por fuera de la pieza, lijar. 10. Lijar y pulir todo nuevamente hasta obtener superficies suaves al tacto, perfectamente uniformes, y brillantes -

**Observaciones:** Se emplea la parte de coco que no tiene los ojos. Dado que las dimensiones son variables, pues dependen del diámetro y la forma única de los cocos, se debe procurar proporciones agradables. La pieza central puede ser en diversos materiales y tonalidades, que concuerden por contraste o similitud con el coco. La pieza puede ser Peq., Med. y Gra.

Responsable: Paola Cabrera Viancha D.I. Fecha: Abril de 2001

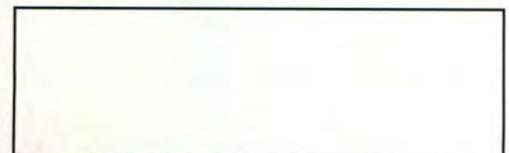
Sistema de ref. 4 7 5 1 2 3 Código de región 0 2 4 7 0 0 1 Referente(s)  Propuesta  Muestra  Empaque



Pieza: Dije	Referencia: Módulos Orgánicos	Esc.(cm): 1:1	Pl. 02 / 03
Nombre: Pingüino	Línea: Infantil		
Oficio: Joyería	Recurso Natural: Plata		
Técnica: Armado y Casting	Materia prima: Plata 0.925		

Proceso de producción: El módulo se realizó en cera para después fundirlo en plata, se realizó el caucho para hacer las copias en cera se fundieron y se armó la pieza. El armado se hace con soldadura y/o remache..

Observaciones: Esta es una impresión a escala, no se hicieron planos técnicos, pero la reproducción se puede hacer con ésta imagen y con los cauchos.



Responsable: Fernán Arias Uribe      Fecha: Nov. 2.001



Pieza: Dije	Línea: Infantil	Artesano: Jorge Olmedo Diaz
Nombre: Pingüino	Referencia: Módulos orgánicos	Departamento: Cauca
Oficio: Joyería	Largo(cm): 2.5 Ancho(cm): 2	Ciudad/Municipio: Popayán
Técnica: Casting y Armado	Espesor(cm): 1	Peso(gr): 9
Recurso Natural: Plata		Localidad/Vereda/
Materia prima: Plata 0.925	Certificado	Resguardo:
	Hecho a Mano: <input type="checkbox"/> Sí <input checked="" type="checkbox"/> No	Tipo de Población: Urbana

Mercado Objetivo: Nacional e Internacional	Costo	Precio
Producción/Mes: 30 piezas	Unitario: \$26.505	Unitario:
Empaque: Suave y hermético	P. Mayor:	P. Mayor:
Embalaje: Duro	Empaque:	Empaque:

Observaciones: El costo se determinó apartir del costo de la materia prima \$445/grm. + el precio del trabajo por gramo: \$2.500.

Responsable: Fernán Arias Uribe Fecha: Nov. 2.001

Sistema de referencia  1  9  3  3  0  3  0  1 Tipo de ficha: Referente(s)  Muestra  Línea  Empaque

## **Inducción al trabajo de Diseño aplicado a la Artesanía**

**Funcionarios de PROEXPORT**

**Bogotá, Enero 25 de 2002**

### **PROGRAMACIÓN**

---

*8:00am - 10:00am*

1. Marco Institucional
2. Laboratorio Colombiano de Diseño para la Artesanía y la Pequeña Empresa
  - Objetivo General
  - Objetivos Específicos
  - Unidades
    - Bogotá
    - Pasto
    - Armenia
    - Mapa de Atención por Departamentos
  - Estrategias
  - Asesoría en Diseño

*10:00am - 10:15am*

**Receso/Café**

*10:15am - 12:30am*

2. Laboratorio Colombiano de Diseño para la Artesanía y la Pequeña Empresa
  - Criterios de Trabajo y Proyectos
3. Presentación de Intervenciones en Diseño: Resultados
4. Conclusiones



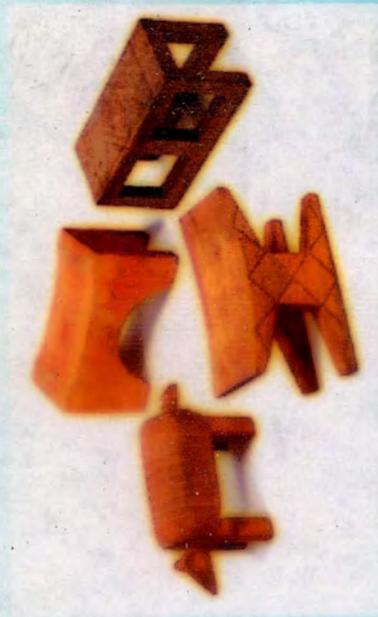




# Innovación y Desarrollo de Productos: Máscaras Carnaval de Barranquilla

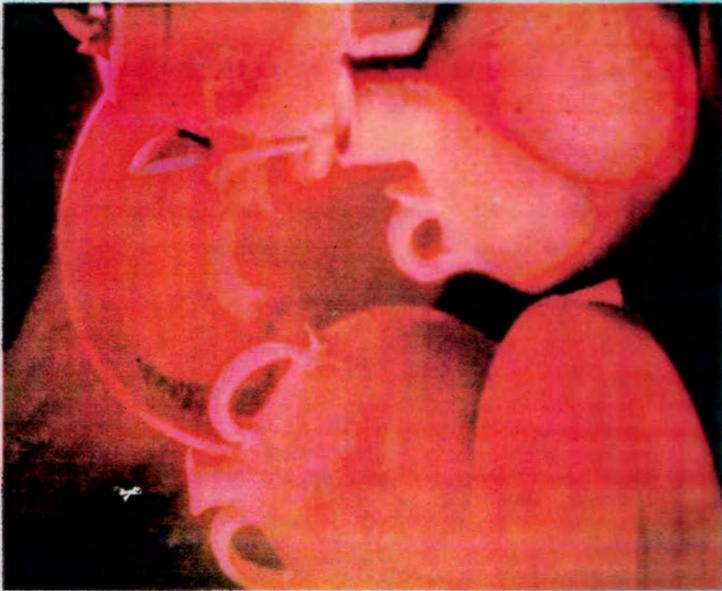


# Innovación y Desarrollo de Productos: Madera

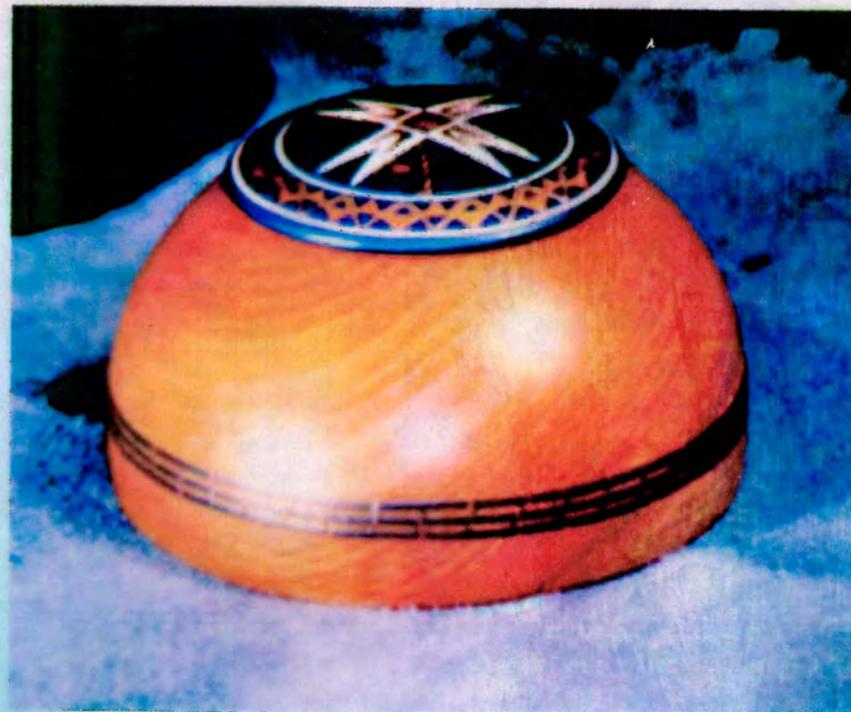
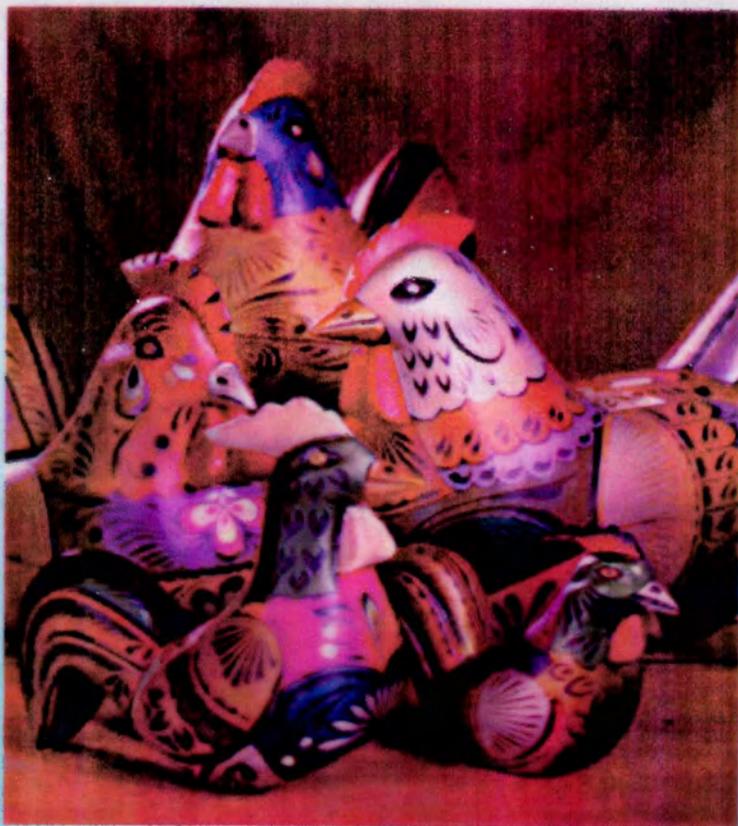




# Innovación y Desarrollo de Productos: Cerámica



# Innovación y Desarrollo de Productos: Barniz de Pasto



# CARACTERIZACION DE LA ARTESANIA EN COLOMBIA

## ASPECTOS FINANCIEROS

- Requiere comparativamente inversiones de capital muy bajas frente a otros sectores.
- Posee restricciones para satisfacer necesidades adicionales de producción.
- Posee un limitado acceso al mercado de capitales.
- Carencia de capital para asumir costos de investigadores en todo orden y para innovaciones tecnológicas.



# CARACTERIZACION DE LA ARTESANIA EN COLOMBIA

## COMO ACTIVIDAD PRODUCTIVA

- Los ingresos varían según el oficio.
- Su producción transcurre en unidades familiares conocidos como talleres, los cuales funcionan en el hogar.
- Su ingreso es complementario al ingreso familiar percibido por otras actividades.
- Bajos volúmenes de producción y productividad por su tamaño.
- El artesano posee conocimiento de todo el proceso productivo.
- La producción artesanal se circunscribe a una localidad, una comunidad o un pueblo.



# CARACTERIZACION DE LA ARTESANIA EN COLOMBIA

## A NIVEL COMERCIAL

- Su principal mercadeo es local y regional.
- Limitada capacidad de respuesta a políticas o cambios de la demanda.
- Inadecuado manejo de precios de condiciones de pago, de condiciones de entrega y de imagen del producto.
- Desarticulación de los productos por oficio, lo que impide la articulación de pequeños volúmenes y la disminución de costos de transacción.
- Restricciones de capital de trabajo para satisfacer necesidades de embalaje y de transporte.
- La organización local se basa en la búsqueda de mercados.
- Posicionamiento creciente del producto artesanal en el mercado como bien de consumo.
- Las posibilidades de la artesanía son los mercados externos, enfrenta obstáculos similares a los del sector exportador en su conjunto : Deficiencia de estructura de transporte, en telecomunicaciones, excesivos controles aduaneros.
- Se posee una oferta diversificada de la producción por oficios, con alto contenido cultural



# CARACTERIZACION DE LA ARTESANIA EN COLOMBIA

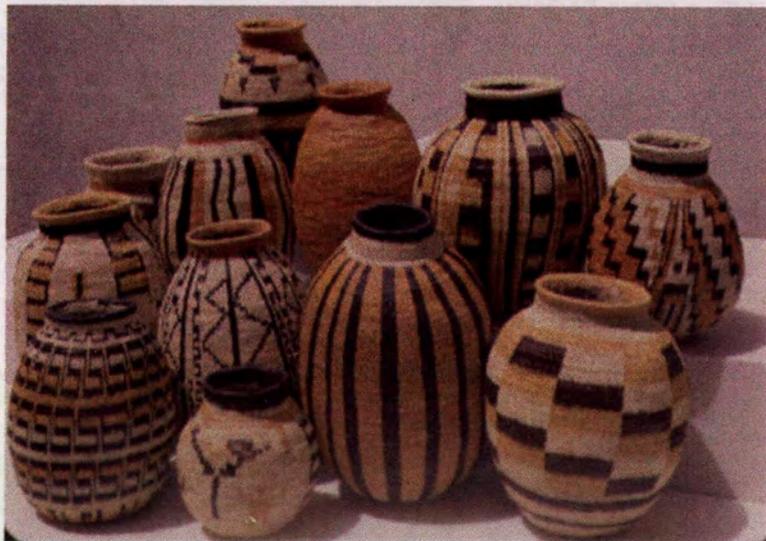
## ASPECTOS SOCIOCULTURALES

- Posee arraigo Familiar
- Permite permanencia en el hogar y en la localidad
- Utiliza conocimientos ancestrales
- El aprendizaje es por tradición, permite la vinculación de niños, jóvenes, adultos y ancianos.
- La organización artesanal posee como unidad básica el taller familiar, con expresiones colectivas a nivel local.
- La artesanía como producto, presenta factores de identidad que posibilitan el surgimiento de sentimientos de pertenencia y coparticipación en las diferentes culturas.
- La artesanía, como producto permite que a través de ella se identifique "al otro" o a "los otros, convirtiéndose así en un medio de reconocimiento de la pluriculturalidad y el multiétnico consagrado en la constitución Colombiana.
- A nivel educativo, posee bajos y medianos niveles de escolaridad.



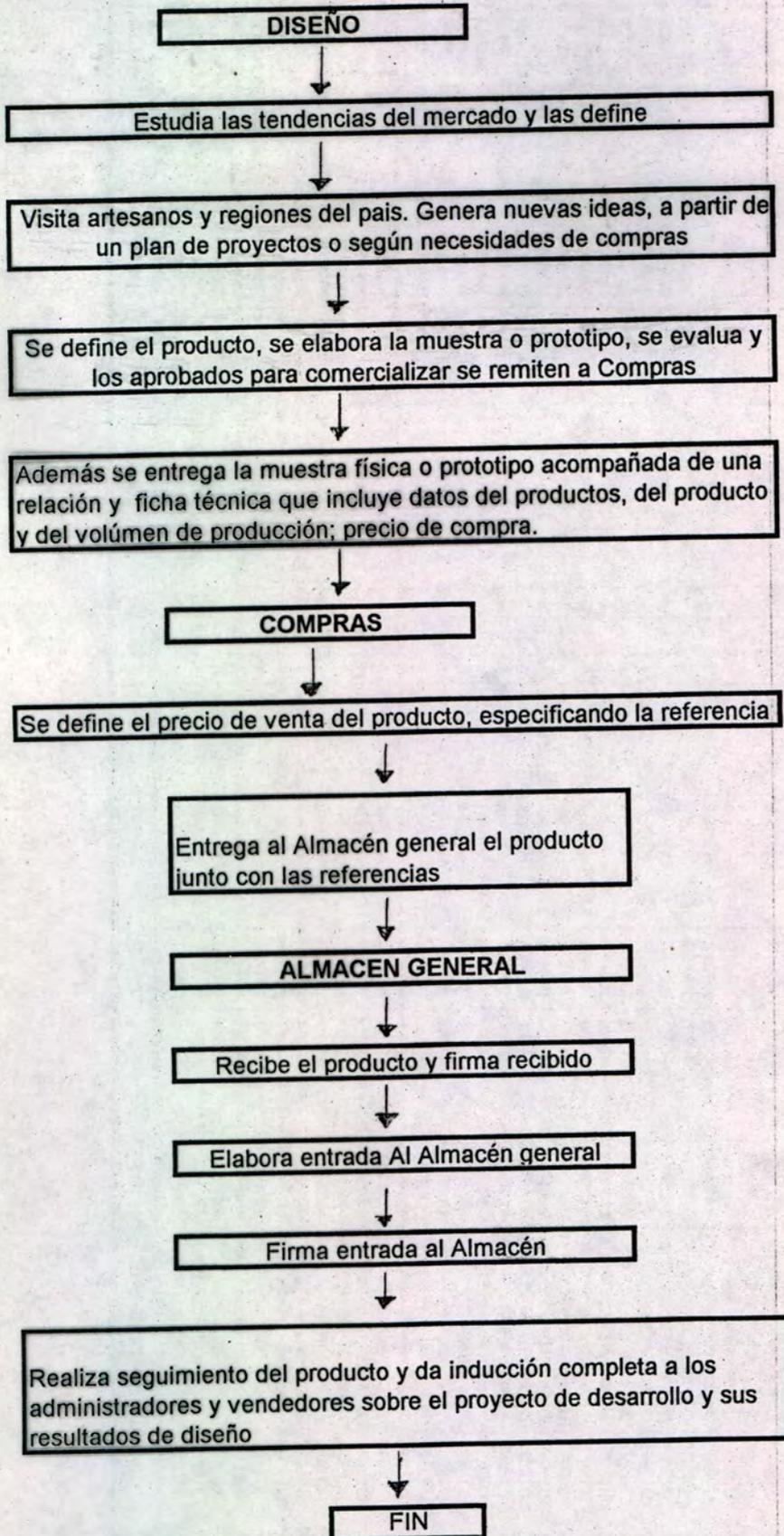


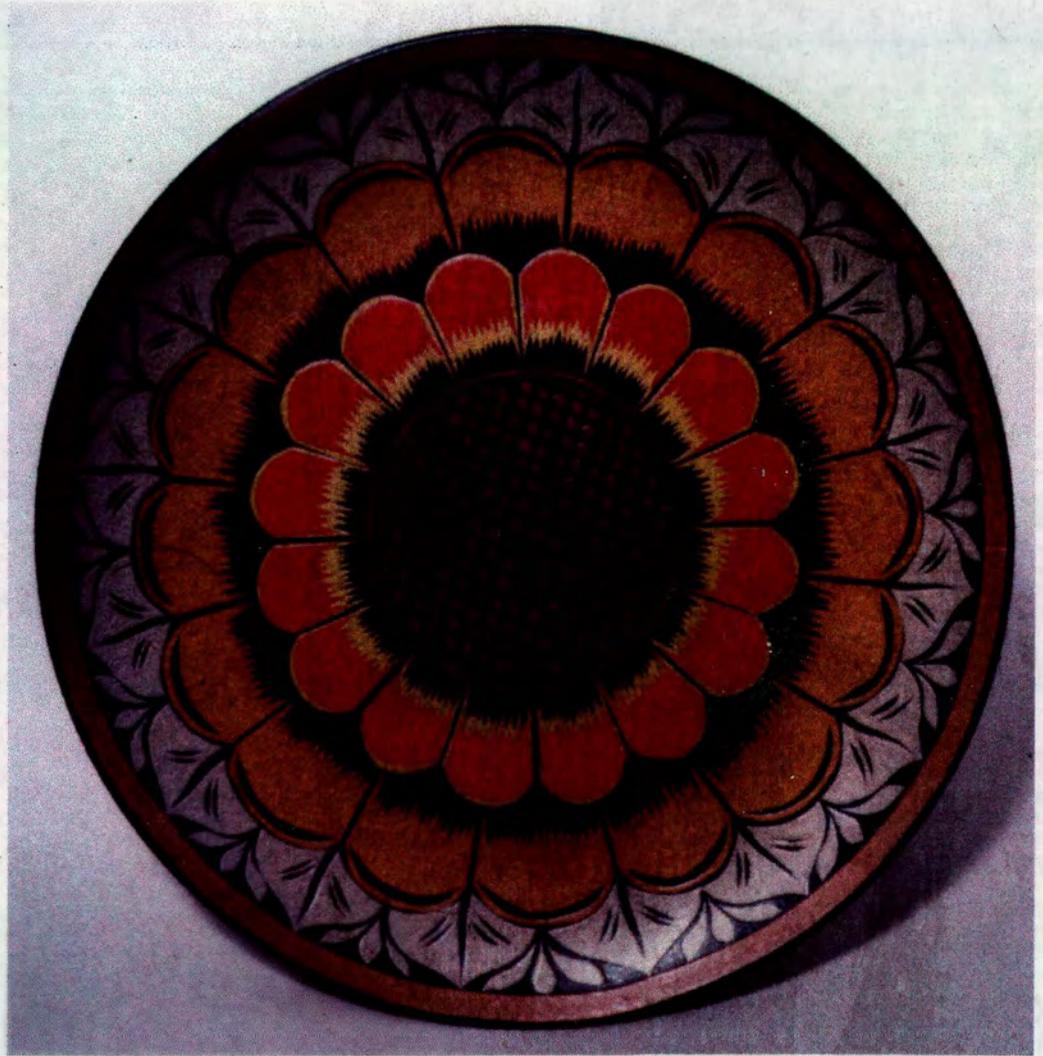
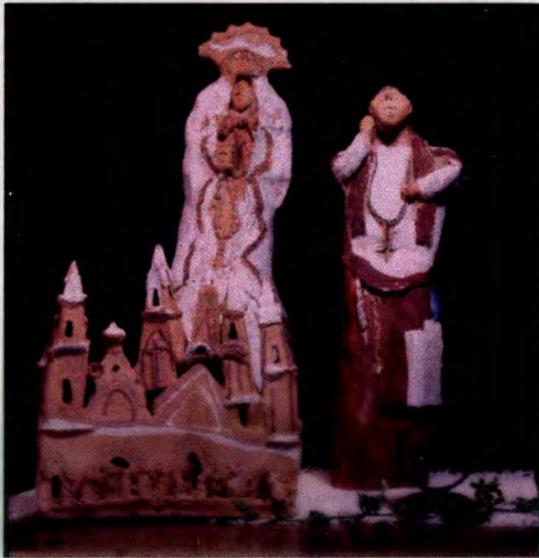
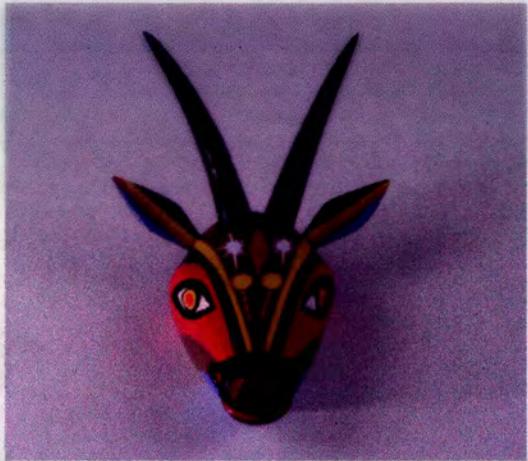




ARTESANIA INDIGENA

LISTA DE PROCEDIMIENTOS DE LA UNIDAD DE DISEÑO





ARTESANIA TRADICIONAL

## DIAGRAMA CAUSA-EFECTO

### UNIDAD DE DISEÑO

Dificultades grandes  
Para que el area  
Comercial reciba los  
Prototipos y muestras  
De diseño aprobados

No existe retroalimentación  
del área comercial

DESARROLLO DEL  
PRODUCTO

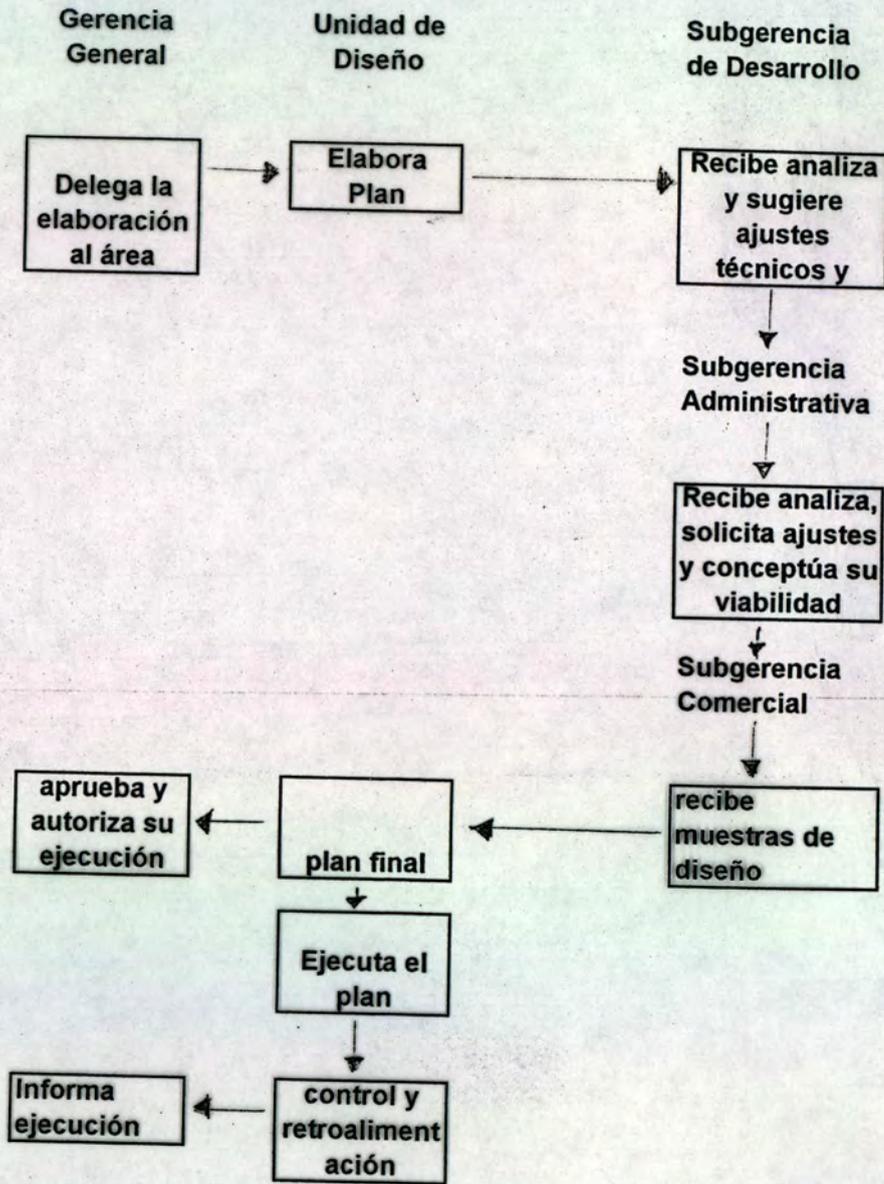
No existe claridad  
Sobre que área recibe  
Muestras NO  
APROBADAS  
Por el momento se están  
Entregando Servicios Grales

		DISEÑO	
FACTOR GERENCIAL	PROBLEMAS	RESPUESTA DE MEJORA	VALOR AGREGADO
<b>1. GESTION</b>			
1.1. Misión y visión	No Hay		
1.2 Valores corporativos	No hay		
1.3 Indicadores	Ha sido difícil que el artesano responda periódicamente a esta pregunta	Institucionalizar este indicador para socializarlo con el artesano y sistematizarlo en los instrumentos de registro de la entidad	permite medir experiencia y eficacia del desarrollo de producto.
1.4 Clientes	No hay		
1.5 Costo de Mala Calidad	No Hay		
1.6 Imagen	No Hay		
1.7 Contexto externo			
	Problemas de conflicto armado, desastres naturales	Implementar las estrategias de trabajo previamente definidas por la empresa que permitan realizar la actividad fuera de la zona de conflicto	Se permite continuidad en procesos de desarrollo de grupos artesanales. Un mayor número de artesanos se beneficia de las asesorías de expertos y se maximiza el tiempo asignado a la asesoría
	Bajo nivel organizativo de los artesanos	Genera programas sostenidos de organización productiva	
1.8 Mejoramiento continuo	No hay		
1.9 Niveles de decisión	No hay		
<b>2. GESTION DE LOS METODOS</b>			
2.1 Objetivos	No hay		
2.2 Duración	No hay		
2.3 Documentos y requisitos	No hay		
2.4 Número de pasos	No hay		
2.5 Secuencia	No hay		
2.6 Información	No hay		
2.7 Cuellos de botella	Muy largo el tiempo del proceso de contratación en el	Se recomienda una mayor delegación en el equipo de apoyo y no agregar tiempo en	Correlación oportuna entre la necesidad del servicio y la respuesta
2.8 Sencillez	No hay		
2.9 Flexibilidad	No Hay		
2.10 Costos	El desarrollo de productos es una actividad altamente costosa por el proceso experimental que implica	Racionalizar el recurso financiero desarrollando muestras de propuestas de gran impacto	Se ahorran recursos y se genera mayor pertinencia comercial de la propuesta
2.11 Organización del trabajo	Se requiere actualizar los programas	Adquisición de versión año 2000	Mejor imagen, divulgación y relación con el mercado
2.12 Tecnología			
2.13Relacionamiento	No hay		
2.14 Referencia competitiva	No hay		
2.15 Medio ambiente físico	No hay		
2.16 Distribución f.planta	No hay		
2.17 Puesto fis.trabajo	No hay		
<b>3. GESTION ADMINISTR</b>			
3.1 Adopción	No hay		
3.2 Despliegue	No hay		

3.3. Control de aplicación	No hay		
3.4 Procedimiento oficial vs re	No hay		
3.5 Marco normativo	No hay		
3.6 Autorizaciones y controles	No hay		
3.7 Esquema Organizativo	No hay		
3.8 Uniformidad de aplciación	No hay		
3.9 Dotación	No hay		
3.10 Formatos	No hay		
3.11 Tecnología y registro	Se carece de página WEB de resultados de desarrollo del	Conjuntamente con Informática diseñar e instaurar	Mejor imagen, divulgación y relación con el mercado.
4. GESTION DEL TALENTO HUMANO	No Hay		
4.1 Selección	No Hay		
4.2 Inducción	No Hay		
4.3 Entrenamiento y capacitación	No Hay No Hay		
4.4 Manual de funciones	No Hay		
4.5 Clima organizacional	No Hay		
4.6 Cargas de trabajo	No Hay		
4.7 Empoderamiento	No Hay		
4.8 Actitud	No Hay		
4.9 Motivación	No Hay		
4.10 Salud Ocupacional	No Hay		

# MACROPROCESO

## DESARROLLO DE PRODUCTOS DE DISEÑO COMERCIALIZABLES Y MUESTRAS ESPECIALES



# FICHA TECNICA DEL INDICADOR

DEPENDENCIA: DISEÑO	CODIGO:
PROCESO: DESARROLLO DEL PRODUCTO ARTESANAL	

1. NOMBRE DEL INDICADOR VOLUMEN DE VENTA EN PESOS,  $\times$  POR PARTE DEL ARTESANO  
DE NUEVOS PRODUCTOS. / NO DE PRODUCTOS

2. FORMULA O ESTRUCTURA DEL INDICADOR

3. ORIGEN DE LA INFORMACIÓN

Numerador: \_\_\_\_\_

Denominador: \_\_\_\_\_

Datos: \_\_\_\_\_

4. SIGNIFICADO Y OBJETIVO DEL INDICADOR

5. FRECUENCIA PROPUESTA

Mensual       Trimestral       Otra

Anual       Semestral       Cual? \_\_\_\_\_

6. CRITERIOS DE ANALISIS

Productividad       Desviación       Costo

Cobertura       Calidad       Participación

7. USUARIOS DEL INDICADOR

Artesanos \_\_\_\_\_

Gobierno \_\_\_\_\_

Empresa \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## INFORME EJECUTIVO

En el área de Diseño participan en el proceso la profesional LYDA DEL CARMEN DIAZ LOPEZ, responsable del área y la técnico ELIZABETH SALAZAR G, apoyo del área.

Se identificó el procedimiento prioritario del área el cual es el desarrollo del producto, con todo esto identificado.

- **Mapa del proceso de recursos físicos**
- Las áreas que mas tienen que ver con la UCI, Servicios Generales y Subgerencia Comercial.
- 
- **-Macroproceso**
- La Junta directiva solicita la formulación del plan general de diseño.
- Gerencia General delega la elaboración al área
- Unidad de diseño elabora el plan
- Sugerencia de Desarrollo recibe, analiza y sugiere ajustes técnicos.
- Subgerencia Administrativa: Recibe, analiza, solicita ajustes y conceptúa su viabilidad económica y financiera.
- La Gerencia aprueba su ejecución.
- Diseño ejecuta el plan y efectúa el control de retroalimentación e informa a Gerencia General su ejecución.
- 
- **Diagrama de causa y efecto**
- Se identificaron los problemas y sus posibles soluciones.
- Existe dificultad para que el área comercial reciba los prototipos y muestras de diseño aprobadas.

## MAPA FISICO DE DISEÑO

### DISEÑO

#### GERENCIA GENERAL

- . Políticas
- . Planes
- . Criterios
- . Informes

#### SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA

- . Planes técnicos y financieros
- . Presupuesto
- . Contabilidad
- . Tesorería
- . Servicios Grales

#### SUBGERENCIA DESARROLLO

- . Planes técnicos y operativos
- . Proyectos nacionales,  
regionales, departamentales y  
municipales.
- . Cendar

#### SUBGERENCIA COMERCIAL

- . Compras
- . Puntos de venta

#### OTRAS AREAS

- . Expoartesanías
- . Plaza de los artesanos
- . Cooperación y Divulgación
- . Laboratorios

Respuesta: Se recomienda una mayor delegación en el equipo de apoyo y no agregar tiempo en la revisión de control interno, haciendo este paso en el mismo tiempo de Jurídica.  
Valor agregado: correlación oportuna entre la necesidad del servicio y la respuesta legal.

#### 2.10 Costos:

Problema: El desarrollo de productos es una actividad altamente costosa por el proceso experimental que implica.

Respuesta: Racionalizar el recurso financiero desarrollando muestra de solo propuestas de gran impacto.

Valor agregado: Se ahorran recursos y se genera mayor pertinencia comercial de la propuesta.

#### 2.12 Tecnología

Problema: Se requiere actualizar los programas

Respuesta: Adquisición versión dos mil

Valor agregado: Compatibilidad con las comunicaciones interinstitucionales y con el mercado.

#### 3.11 Tecnología de registro:

Problema: Se carece de página Web de resultados de desarrollo del producto.

Respuesta: Conjuntamente con informática diseñar e implementar.

Valor agregado: Mejor imagen, divulgación y relación con el mercado.

- No existe retroalimentación del área comercial
- No existe claridad sobre que área recibe las muestras no aprobadas. Por el momento se están entregando a Servicios Generales, pero esa no es su función.

## **Gestion Gerencial**

En este cuadro se plantean los siguientes parámetros en los siguiente puntos:

1.3 Volumen en \$ de venta por parte del artesano de los nuevos productos.

Problema: Ha sido difícil que el artesano responda periódicamente a esta pregunta.

Respuesta de mejora: Institucionalizar este indicador para socializarlo con el artesano y sistematizarlo en los instrumentos de registro de la Entidad.

Valor agregado: Permite medir experiencia y eficacia del desarrollo de producto.

1.7 Problemas: Entre los más sentidos está el del de conflicto armado y desastres naturales.

Respuesta Implementar las estrategias de trabajo previamente definidas por la empresa, que permitan realizar la actividad fuera de la zona de conflicto.

Valor agregado: Se permite continuidad en procesos de desarrollo de grupos vulnerables.

Problemas: Bajo nivel organizativo de los artesanos.

Respuesta: Generar programas sostenidos de organización productiva.

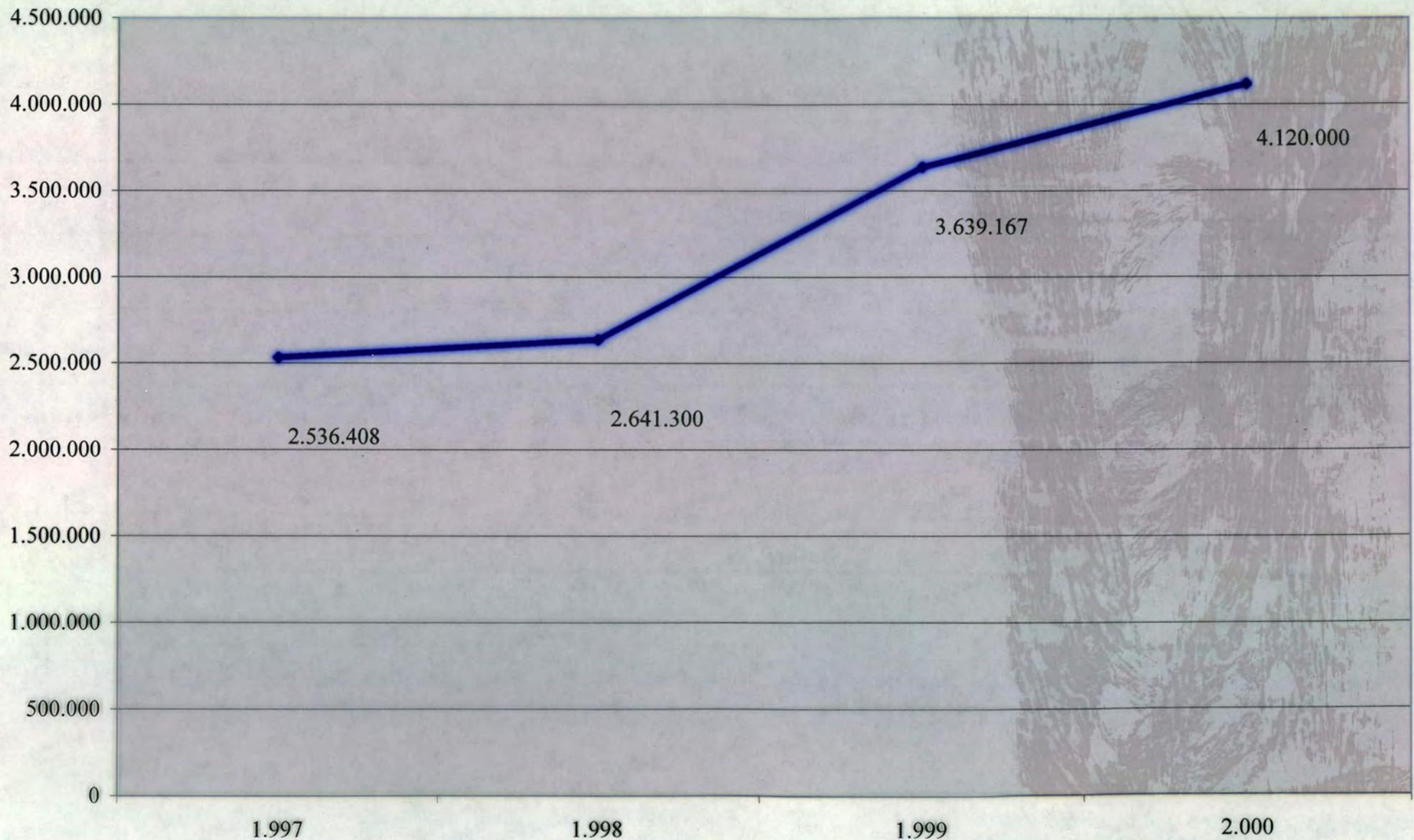
Valor agregado: Un mayor número de artesanos se beneficia de los asesores expertos y se maximiza el tiempo asignado a la asesoría.

2.7 Cuellos de botella:

Problemas: En los últimos meses se ha hecho más largo el tiempo del proceso de contratación en el area jurídica.



# CUADRO COMPARATIVO I E VENTAS DE EXPOARTESANIAS 1997 A 2000





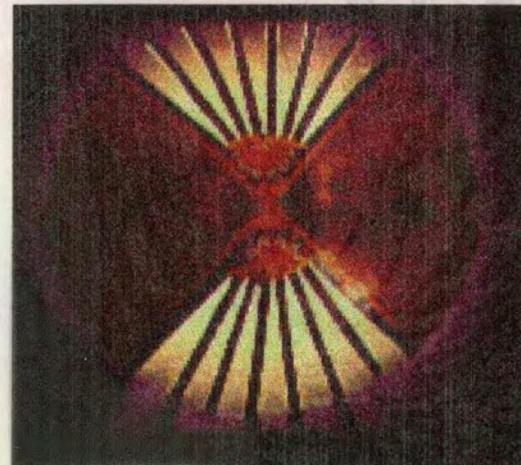
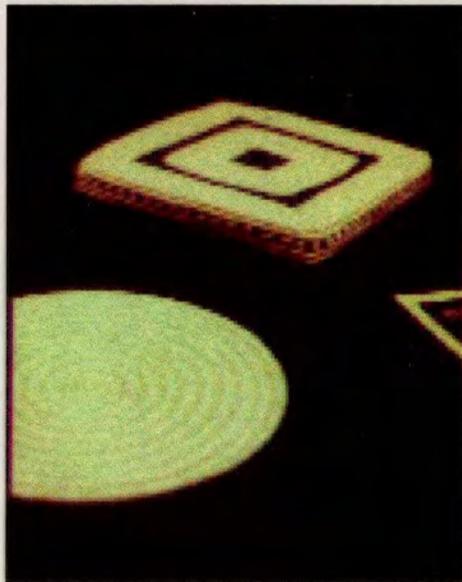
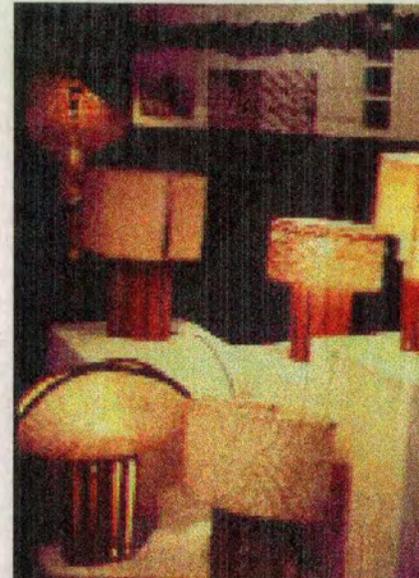
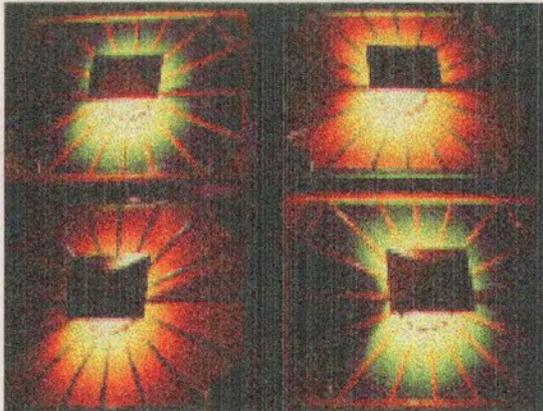
## La Marca como Núcleo de la Entidad Corporativa

✓ “Es un desdoblamiento de la Marca, y más exactamente de la *Marca de Identidad* de los primeros artesanos, heredadas por los fabricantes y comerciantes de la era industrial -que a su vez eran originarias de las Marcas de los antiguos alfareros- cuya etapa más significativa fue el corporativismo medieval”.

✓ “La marca medieval era una especie de estampilla del artesano que venía a ser además de una señal de origen o una firma del productor, un sello de garantía de autenticidad y de calidad”.

Fuente: Costa Joan, *Identidad Corporativa y Estrategia de Empresa*, págs 26-27

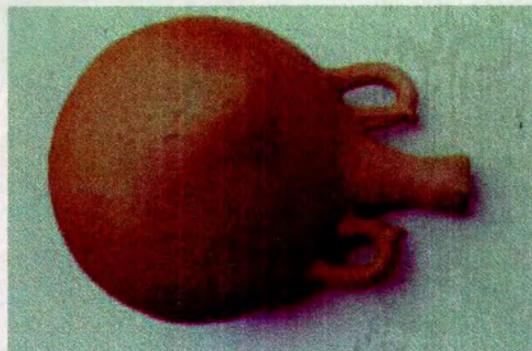
# INTERDESIGN 1994





Ministerio de Desarrollo Económico  
**artesañas de colombia s.a.**

## INCONTRO 1993



**LABORATORIO COLOMBIANO DE  
DISEÑO PARA LA ARTESANIA Y LA  
PEQUEÑA EMPRESA**



**MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO**  
**artesanías de colombia s.a.**



# INSTRUMENTOS

UNIDAD DE DISEÑO  
SANTA FE DE BOGOTÁ

LABORATORIO COLOMBIANO DE DISEÑO  
PARA  
LA ARTESANÍA Y PEQUEÑA INDUSTRIA:  
Unidades Experimentales:  
Armenia  
Pasto

# OBJETIVOS ESPECIFICOS

- *Formular y ejecutar proyectos de DESARROLLO DE PRODUCTOS ARTESANALES con valor agregado, mayor diversidad, aumento de la calidad y de la productividad*
- *Realizar ESTUDIOS E INVESTIGACIONES para ampliar la frontera del conocimiento técnico y científico, promover el desarrollo sostenido y mejorar la calidad de vida*

# OBJETIVOS ESPECIFICOS

- *Brindar ASESORIA, ASISTENCIA TECNICA Y CAPACITACION, en el área de diseño y tecnología, al sector artesanal y de la microempresa*
- *Ofrecer programas de CAPACITACION Y CUALIFICACION a diseñadores, técnicos y profesionales especializados*

# OBJETIVOS ESPECIFICOS

- *Captar, procesar y difundir **INFORMACION TECNICA** referente a insumos, materias primas, procesos, productos y servicios para la artesanía*
- *Apoyar y asesorar organismos gubernamentales en la **FORMULACION DE POLITICAS** estrategias, programas y proyectos en áreas de diseño para la artesanía*

# OBJETIVOS ESPECIFICOS

- *Realizar acciones de **PROMOCION Y DIVULGACION** de todas las actividades del Laboratorio*
- *Contribuir en el mejoramiento de la **IDENTIDAD DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES COLOMBIANOS** y en su mayor reconocimiento en los mercados externos*

# OBJETIVOS ESPECIFICOS

- *Establecer relaciones de COOPERACION E INTERCAMBIO TECNOLOGICO en todos los niveles y en todas las áreas de actuación del Laboratorio*

# CUBRIMIENTO

Actuación a nivel nacional a partir de  
Unidades Experimentales  
descentralizadas y de carácter  
regional

ZONA CENTRAL  
ZONA CAFETERA  
SUROCCIDENTE

# ACTIVIDADES

## **1. PROGRAMAS DE CAPACITACION DE RECURSOS HUMANOS**

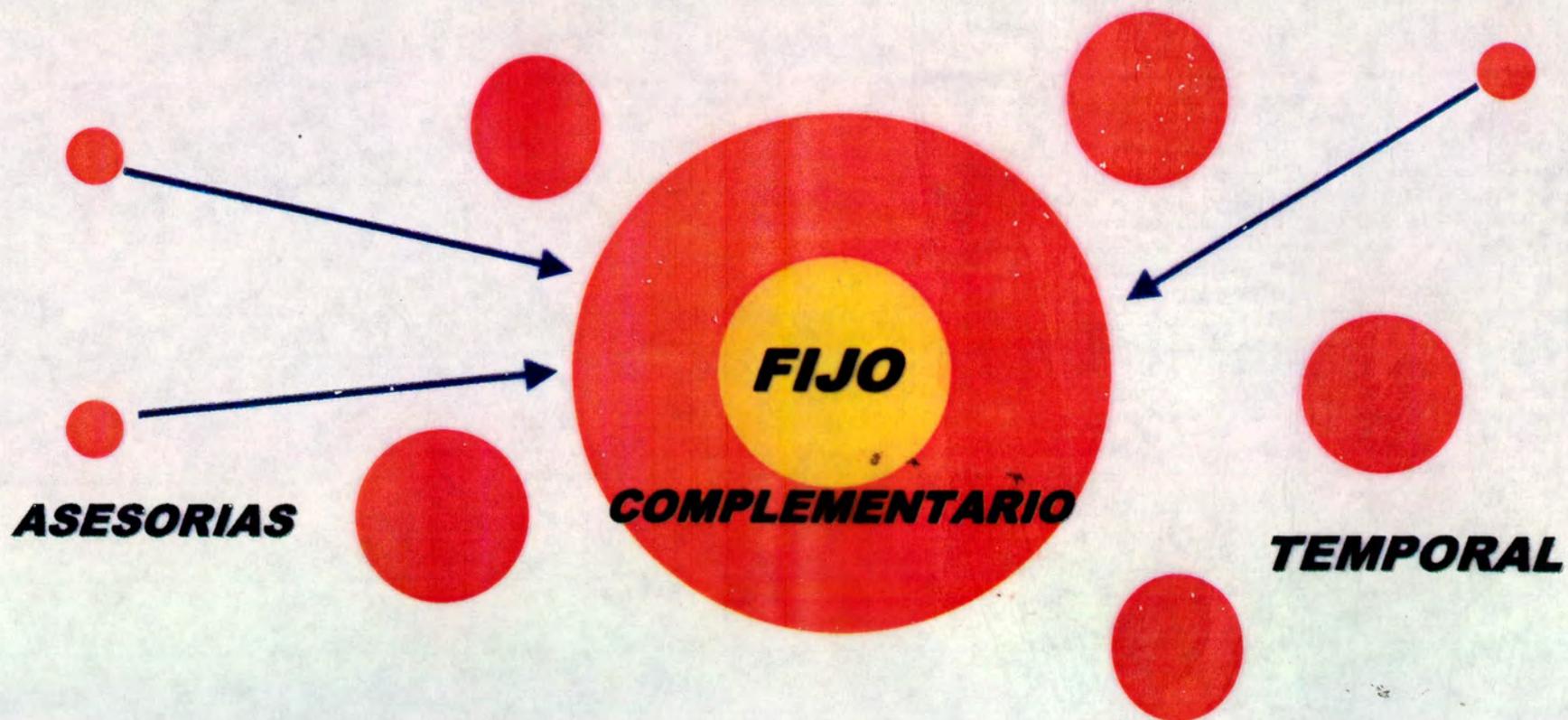
- **Entrenamientos**
- **Prácticas profesionales**
- **Cursos de actualización**
- **Cursos de perfeccionamiento**
- **Labor de Campo**

# ACTIVIDADES

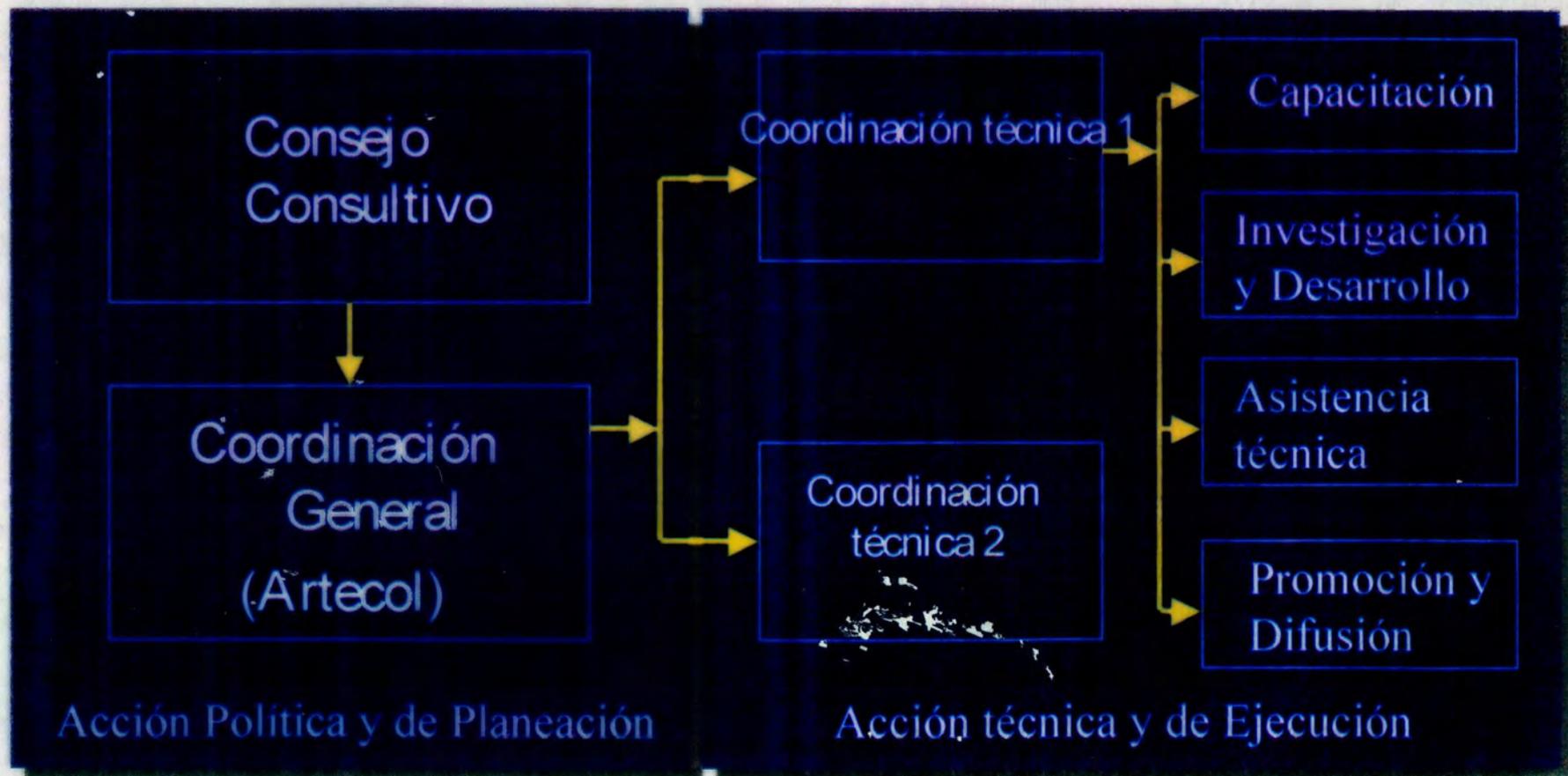
## **2. PROGRAMA DE INVESTIGACION Y DESARROLLO DE PRODUCTOS**

- **Proponer nuevos productos**
- **Proyectos de rediseño y mejoramiento de procesos**
- **Promoción y agregación de valor a los productos de elevada importancia socioeconómica y cultural**
- **Investigación de tendencias**
- **Ampliar la frontera de actuación del diseño**

# ORGANIGRAMA



# ORGANIGRAMA



# ORGANIZACION

## CARACTERISTICAS

- *Estructura horizontal*
- *Alto nivel de especialización*
- *Gestión participativa*
- *Flexibilidad*
- *Estrategias pro-activas*
- *Elevado compromiso con la calidad*
- *Actuación como "Fuerza - Tarea"*
- *Mecanismo de autoevaluación*

# RETORNO DE LA INVERSION

## DIRECTA

- Ventas de proyectos
- Venta de servicios
- Regalías

## INDIRECTA

Aumento de la recaudación tributaria

Bogotá, D.C. 22 de Mayo de 2001

Doctora  
Mónica Vivas  
Directora de Certificación  
ICONTEC  
Ciudad

Con un cordial saludo estoy respondiendo a su comunicación del día 25 de abril, en la que se plantea continuar con el desarrollo del referencial de la cerámica de la Chamba, sin incluir las características relacionadas con Calidad, propuesta que surge debido a tiempo y recursos adicionales no previstos en el convenio.

Respecto a esto le manifiesto que nuestro interés es continuar con la propuesta del Calidad para el Sello. Artesanías de Colombia cubriría la totalidad de los costos que impliquen las pruebas técnicas; teniendo en cuenta esto, la Empresa ha determinado las pruebas técnicas y contratado con los laboratorios avalados por ustedes.

Cordial Saludo

Ernesto Orlando Benavides  
Subgerente Administrativo y Financiero  
Artesanías de Colombia

# Artesanías Unidas



## FICHA TÉCNICA

### Datos del Producto

Producto : Vestido de fiesta  
Línea : Moda  
Materia prima : Tela-Hilo algodón  
Oficio : Tejeduría  
Técnica : Telar  
Acabado :

### Datos del Artesano

Artesano : Alida Pérez  
Diseñador : Diana Franco  
Comunidad :  
Localidad :  
Departamento : Guatemala  
Fecha : Dic. 21/97

### Modificaciones sugeridas

El diseño es de la artesana.  
Busca elegancia, colores vivos y sobriedad a la vez.  
Propone la repetición de elementos extractados de la tela original, y colocados simétricamente a lado y lado del vestido