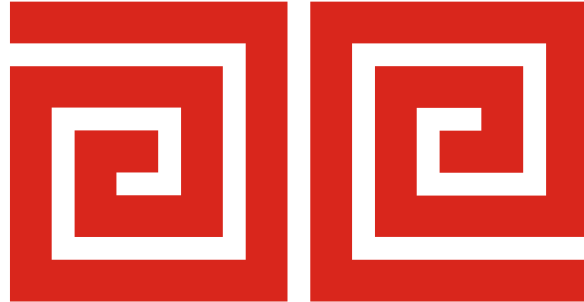


Ministerio de Comercio, Industria y Turismo  
**artesanías de colombia s.a.**

Estructura institucional, administrativa y operativa  
de los laboratorios regionales de Diseño de  
Artesanías de Colombia  
Marco de ejecución del componente de diseño del  
programa nacional de Cadenas Productivas

Estrategia para la Competitividad

Bogotá, D. C., 2004



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

# **Laboratorio Colombiano de Diseño para la Artesanía**

## **Una Estrategia para la Competitividad**

---

**Junio 2004**



Jorge Humberto Botero Angulo	Ministro de Comercio, Industria y Turismo
Maria Isabel Campo Cuello	Secretaria General de Comercio, Industria y Turismo Presidenta Junta Directiva Artesanías de Colombia
Cecilia Duque Duque	Gerente General
Ernesto Orlando Benavides	Subgerente Administrativo y Financiero
Carmen Inés Cruz	Subgerente de Desarrollo
Sandra Strouss de Jaramillo	Subgerente Comercial
Rosa Hilda Caicedo Peña	Control Interno
Maria Teresa Marroquín de Narváez	Cooperación Internacional
Germán Ortiz	Planeación
LABORATORIO COLOMBIANO DE DISEÑO	
Unidad de Bogotá Lyda del Carmen Díaz López	Coordinadora
Unidad de Armenia Manuel José Moreno	Coordinador
Unidad de Pasto Dayra Palacios Mulcué Gabriele Cöen	Coordinadora Colombia Coordinador Europeo



## Tabla de Contenido

<b>TABLA DE CONTENIDO .....</b>	<b>2</b>
<b>MARCO INSTITUCIONAL .....</b>	<b>4</b>
1. RESCATE E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS .....	6
2. GESTIÓN DE RECURSOS Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL.....	7
3. SOSTENIBILIDAD DE LOS RECURSOS NATURALES PARA LA ARTESANÍA.....	7
4. FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN DE LA ARTESANÍA COLOMBIANA EN EL ÁMBITO NACIONAL E INTERNACIONAL .....	8
5. SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA LA ARTESANÍA .....	8
6. COMERCIALIZACIÓN .....	9
<b>ANTECEDENTES DEL DISEÑO EN COLOMBIA.....</b>	<b>12</b>
1. INCONTRO ENCUENTRO DE DISEÑADORES EUROPEOS CON ARTESANOS COLOMBIANOS.....	13
2. INTERDESIGN COLOMBIA 94 .....	13
<b>LABORATORIOS DE DISEÑO EXISTENTES EN COLOMBIA.....</b>	<b>17</b>
<b>LABORATORIO COLOMBIANO DE DISEÑO – ARTESANÍAS DE COLOMBIA .....</b>	<b>19</b>
1. INTRODUCCIÓN .....	19
2. OBJETIVOS .....	19
3. ALCANCES .....	20
4. ACTIVIDADES .....	21
5. ASPECTOS GENERALES .....	23
5.1. <i>Áreas de actuación.....</i>	23
5.2. <i>Estructura organizacional.....</i>	23
5.3. <i>Sistemas de evaluación.....</i>	24
5.4. <i>Infraestructura.....</i>	25
5.5. <i>Programas.....</i>	26
6. IMPLEMENTACIÓN DE UNA UNIDAD EXPERIMENTAL.....	28
7. ESTRATEGIAS DE TRABAJO .....	29
7.1. <i>Innovación y mejoramiento tecnológico: .....</i>	29
7.2. <i>Investigación y desarrollo de productos: .....</i>	30
7.3. <i>Desarrollo integral del talento humano:.....</i>	30
8. LÍNEAS DE ACCIÓN DEL LABORATORIO DE DISEÑO .....	30
9. DINÁMICA DE TRABAJO EN LOS LABORATORIOS DE DISEÑO .....	33
10. HERRAMIENTAS METODOLÓGICAS .....	33
10.1. <i>Talleres de creatividad.....</i>	33
10.2. <i>Taller de diseño asistido por computador.....</i>	35
10.3. <i>Asesoría en diseño.....</i>	35
10.4. <i>Asesorías puntuales.....</i>	35
10.5. <i>Cursos talleres.....</i>	36
10.6. <i>Asistencia técnica.....</i>	36
10.7. <i>Gira educativa o taller móvil.....</i>	36



10.8.	<i>Seminarios</i> .....	37
11.	INSTRUMENTOS DE TRABAJO.....	37
11.1.	<i>Planeación</i> .....	37
11.2.	<i>Investigación</i> .....	38
11.3.	<i>Experimentación</i> .....	38
11.4.	<i>Desarrollo de productos</i> .....	38
11.5.	<i>Pruebas de mercado</i> .....	41
11.6.	<i>Otras actividades</i> .....	42
12.	CARACTERIZACIÓN DE LA ARTESANÍA Y SUS POTENCIALIDADES.....	43
12.1.	<i>Identidad en la artesanía</i> .....	43
12.2.	<i>Clasificación de núcleos artesanales</i> .....	43
12.3.	<i>Instrumentos de registro</i> .....	45
13.	AREAS DE DESEMPEÑO.....	54
13.1.	<i>Desarrollo de productos</i> .....	54
13.2.	<i>Investigación de materiales</i> .....	57
13.3.	<i>Área tecnológica</i> .....	58
13.4.	<i>Desarrollo del talento humano</i> .....	59
14.	SUBPROYECTOS DEL LABORATORIO DE DISEÑO.....	59
14.1.	<i>Definición de líneas de productos</i> .....	59
14.2.	<i>Mercados</i> .....	67
14.3.	<i>Oficios y materiales</i> .....	68
14.4.	<i>Empaques y embalaje</i> .....	69
14.5.	<i>Combinación de materiales y oficios</i> .....	69
14.6.	<i>Materiales nuevos y alternativos</i> .....	70
14.7.	<i>Procesos productivos</i> .....	71
14.8.	<i>Organización para la producción</i> .....	72
14.9.	<i>Acabados</i> .....	72
14.10.	<i>Proyectos especiales de interés institucional</i> .....	73
15.	PROYECTOS ESTRATÉGICOS DE DISEÑO.....	79
15.1.	<i>Pasarela Identidad Colombia</i> .....	79
15.2.	<i>Concurso de Diseño</i> .....	84
15.3.	<i>Sistema Integrado de Información y Asesoramiento para la Artesanía - SIART</i> .....	89
16.	ESTUDIOS DE CASO.....	91
16.1.	<i>Colección Casa Colombiana</i> .....	91
16.2.	<i>Caso Guadua</i> .....	100
16.3.	<i>Colección Mueble Étnico • Innovación y mejoramiento de la Competitividad</i> .....	103
16.4.	<i>Caso Resguardo Zenú San Andrés de Sotavento • Diversificación, extensión de líneas e Innovación</i> .....	105
16.5.	<i>Caso del Municipio de Bolívar</i> .....	107
16.6.	<i>Caso del Municipio de San Agustín</i> .....	110
16.7.	<i>Caso: Programa Nacional De Joyería</i> .....	112
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>121</b>
	<b>ANEXOS</b> .....	<b>123</b>



## Marco Institucional

Artesanías de Colombia, entidad del Estado responsable del desarrollo del sector artesanal en Colombia, orienta su misión hacia la promoción y desarrollo de todas las actividades sociales, culturales, económicas y educativas, ligadas al progreso de los artesanos del país y de la industria artesanal.

La población artesanal en Colombia es de 350.000 artesanos aproximadamente y un 60% de ella proviene de regiones rurales e indígenas. Un 65% la conforman mujeres y en total, cerca de un millón de personas vive de la artesanía.

Artesanías de Colombia adelantó en 1998 el Censo Económico Nacional, para caracterizar el sector, medir su tamaño y definir acciones a corto y mediano plazo. Este censo ha permitido insertar la gestión del desarrollo artesanal en los planes de desarrollo departamental y municipal convirtiéndose en un instrumento base de consulta para los programas sociales y económicos del sector.

Gracias a las acciones pioneras que Artesanías de Colombia viene realizando con mayor énfasis en el último decenio, en los últimos años en todo el territorio nacional, el sector se ha fortalecido de forma creciente. Contribuyen a ello los convenios firmados con entes territoriales, ONG's, fondos mixtos, universidades, empresas privadas y asociaciones de artesanos. En este desarrollo han tenido también un papel de primer orden los proyectos estratégicos de la gestión comercial nacional y de exportaciones, las ferias como Expoartesanías, destinadas a mejorar la competitividad productiva, el Sistema de Información para la Artesanía, los Laboratorios o Centros de Diseño para la innovación y desarrollo de productos, los procesos de cadenas productivas para normalizar la oferta y la demanda, los concursos nacionales e internacionales de diseño, la asistencia técnica internacional y la Plaza de los Artesanos. La Empresa es hoy reconocida internacionalmente y ha llegado a ser un modelo de desarrollo del sector en América Latina.

Además, Artesanías de Colombia desarrolla varios de sus programas en alianza estratégica con empresas líderes en la industria que buscan vincular sus marcas con el sector artesanal, lo cual les permite presentar un importante valor agregado y asociarse con conceptos como hecho a mano, producto colombiano, fomento a la identidad nacional, sostenibilidad y medio ambiente, generación de empleo. La alianza Artesanías de Colombia y las marcas comerciales ha sido pionera en la construcción de nuevos esquemas de integración entre el sector público y privado, entre las causas sociales y las marcas comerciales.



Construir imagen de país, hacer visible el sector, dignificar los oficios, fomentar el aprecio por nuestros valores tradicionales, así como las nuevas expresiones contemporáneas, son algunos de los retos que nos hemos propuesto y que vamos consiguiendo día a día. Fomentar la artesanía es una forma de sostener el empleo productivo y de generar nuevas fuentes de trabajo para numerosas personas que encuentran en los oficios artesanales modos de expresión creativa, nuevas formas de convivencia y generadores de paz.

Fundada en mayo de 1964, es una sociedad de economía mixta vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Su misión es incrementar la competitividad del sector artesanal con el fin de mejorar la calidad de vida de las comunidades artesanas, preservar y recuperar el patrimonio cultural vivo y la sostenibilidad del medio ambiente. Trabaja en alianzas con entidades gubernamentales, regionales y locales, empresas privadas, fundaciones y organismos internacionales.

Como entidad del Estado, define políticas de desarrollo, lidera y coordina planes y programas estratégicos, concerta con entidades públicas y privadas, la inversión de recursos físicos, humanos y financieros, para impulsar el sector.

## **Objetivos**

Dignificar los oficios artesanales y consolidar la imagen del sector y la identidad nacional.

Elevar el nivel socio – cultural, profesional y económico de los artesanos y las personas vinculadas al sector.

Fomentar la comercialización nacional e internacional de los productos artesanales.

Incrementar la participación de la artesanía en la economía y contribuir a la generación de empleo.

Concertar el desarrollo del sector artesanal con entidades públicas y privadas, nacionales e internacionales y gestionar recursos financieros y técnicos para invertir en el sector.

Lograr la eficacia y la eficiencia de la Empresa en sus procesos de gestión administrativos, comerciales y financieros.

Promover el intercambio de experiencias, conocimientos y técnicas que faciliten el desarrollo artesanal de manera conjunta con entidades nacionales y extranjeras.

Fomentar la investigación y el desarrollo de tecnologías aplicadas a la artesanía en un marco de rescate, preservación y desarrollo del sector.



Fomentar la formación de conciencia ecológica y el compromiso de asegurar la sostenibilidad de las materias primas naturales para la artesanía.

Los objetivos propuestos se logran a través de las siguientes estrategias: Rescate e Innovación del Diseño, Gestión de Recursos y Cooperación Internacional, Sostenibilidad de los Recursos Naturales para la Artesanía, Fortalecimiento de la Imagen de la Artesanía Colombiana en el ámbito nacional e internacional, Sistema de Información para la Artesanía y Comercialización.

## **1. Rescate e innovación de productos**

El diseño es el hilo conductor de todas las labores que adelanta Artesanías de Colombia y se constituye en uno de los mayores aportes innovadores al sector artesanal nacional y de América Latina. La empresa ha consolidado el Área de Diseño y con ella busca la competitividad del sector artesanal colombiano a través de procesos integrados en desarrollo de productos dirigidos al mercado nacional e internacional.

La asesoría en diseño tiene cinco modos de intervención: rescate, mejoramiento, rediseño, diversificación y creación. Estos varían de acuerdo con las características propias de la artesanía de cada región y localidad.

La empresa estructuró los Laboratorios de Diseño que operan en Bogotá, Armenia y Pasto y facilitan el trabajo conjunto entre artesanos y diseñadores en busca de interacción de conocimientos, experiencias y capacidad creativa. También acercan la informática a los artesanos y abren espacio a la innovación y a la adecuación de la oferta a la demanda de los mercados nacionales e internacionales. Los Centros de Diseño buscan mejorar la calidad del producto artesanal, mediante la incorporación de tecnologías e innovación; se trata de un programa estratégico que atraviesa transversalmente todas las áreas del sector y responde a las exigencias de un mundo globalizado en el que el cambio y la innovación son la constante y la capacidad de respuesta se convierte en un elemento estratégico para abrir nuevos mercados.

Como resultado del trabajo en el campo del diseño, se destaca:

“Casa Colombiana”. Es un programa que busca identificar una imagen con identidad colombiana en muebles y accesorios para espacios contemporáneos. Se realiza con asistencia técnica del diseñador filipino P.J. Arañador y el equipo de cuarenta diseñadores del Centro Colombiano de Diseño. “Casa Colombiana” parte de la fusión de objetos del Pacífico y el Atlántico, el Amazonas y los Andes; es una celebración de la diferencia y la individualidad. Se presenta cada año, desde el 2001, en el marco de Expoartesanías y permite la exhibición y venta de productos de 50 comunidades artesanales.





Programa nacional de joyería “Joyería colombiana”. El programa busca fortalecer el desarrollo de la joyería colombiana y definir una “Joyería con identidad nacional” cuya búsqueda nace de la interacción entre joyeros tradicionales y contemporáneos de todo el país. Artesanías de Colombia y la Empresa Nacional Minera – MINERCOL Ltda., comparten el propósito de dinamizar y fortalecer el sector joyero del país, agregando valor a la explotación minera e identificando oportunidades para las regiones auríferas de los departamentos de Nariño, Cauca, Caldas, Córdoba, Bolívar, Vaupés, Guanía, Santander, Chocó, Antioquia y Risaralda; así como en los núcleos joyeros de Bogotá, Popayán y Quimbaya en el Quindío.

## **2. Gestión de recursos y cooperación internacional**

La cooperación internacional es un instrumento fundamental para el desarrollo; con ello se busca elevar la calidad de la producción y el posicionamiento del producto artesanal en los mercados nacionales e internacionales, a través del perfeccionamiento tecnológico, la asistencia técnica y el intercambio cultural y comercial.

Las actividades que se desarrollan incluyen el intercambio de experiencias y conocimientos sobre avances tecnológicos aplicados a la actividad artesanal: Programas de Asistencia Técnica Internacional, pasantías de artesanos y expertos, seminarios internacionales y formulación y presentación de proyectos para la consecución de recursos.

## **3. Sostenibilidad de los recursos naturales para la artesanía**

Artesanías de Colombia apoya la gestión ambiental en la producción artesanal con la concertación institucional para el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales utilizados en la producción de artesanías, la incorporación de tecnologías limpias y eficientes en los procesos productivos. Esta estrategia busca sensibilizar al colectivo artesanal, proveedores de materias primas naturales, comercializadores, clientes y técnicos de apoyo local, sobre la importancia y responsabilidad del manejo sostenible de los recursos naturales para conservar los oficios, como expresión sociocultural y factor del desarrollo económico. También apoya la implementación de planes de manejo sostenible de especies vegetales escasas o de recursos minerales para la alfarería y la cerámica, dentro del entorno de una economía campesina e indígena sostenible.

Esta iniciativa también busca adicionar valor agregado por el concepto de sostenibilidad al producto artesanal que le permita acceder a certificación verde y participar así en mercados diferenciados y ambientalmente sensibles; apoyar el desarrollo de tecnologías limpias y eficientes aplicables a los procesos extractivos y transformativos, sustituyendo técnicas de trabajo ambientalmente costosas o



depredadoras, como hornos y fogones de leña; y rescatar saberes y conocimientos ancestrales sobre la polifuncionalidad de usos y aplicaciones de las especies, en la medicina, la industria, los alimentos y la producción microempresarial.

#### **4. Fortalecimiento de la imagen de la artesanía colombiana en el ámbito nacional e internacional**

Como entidad del Estado, Artesanías de Colombia construye la imagen de la artesanía colombiana para el mundo, contribuye a identificar nichos de mercado y estrategias de comunicación para cada segmento y necesidad. Para este efecto propicia la participación de los artesanos en ferias internacionales y realiza ferias por regiones y oficios que conforman un calendario anual donde figuran Expoartesanías, Manofacto, la Feria del Eje Cafetero, el Día del Artesano, La Medalla a la Maestría Artesanal y los Concursos Nacional e Internacional de Diseño para la Artesanía, entre otros eventos. Dentro de esta estrategia figuran las publicaciones de la Empresa, las vitrinas comerciales, la presentación de “Casa Colombiana” y el Sistema de Información para la Artesanía.

La estrategia de difusión ha tenido como lema, retomar lo nuestro, volver la mirada hacia adentro, explorar nuestra esencia y recuperar nuestros valores. La fuerza de las tradiciones continúa viva en la artesanía.

Los Concursos Nacionales e Internacionales de Diseño para la Artesanía son un punto de encuentro entre la artesanía y el diseño y se han constituido en un generador que impulsa el desarrollo del sector.

El centro de Investigación y Documentación Artesanal “CENDAR”, se especializa en artesanía y arte popular. Cumple la labor de acopio y difusión de la información sobre la cultura del sector artesanal, su historia, estructura social, cobertura, características de procesos productivos, comercialización, etc.

#### **5. Sistema de información para la artesanía**

La competitividad del sector artesanal colombiano y su inserción en los mercados nacionales e internacionales, son el objetivo principal de este proyecto realizado con cooperación del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). SIART busca que los artesanos y comercializadores vinculados, accedan a la información que les permita el ejercicio de su actividad. Por primera vez los artesanos contarán con un instrumento para interactuar en forma permanente con los diseñadores.

El Diseño como componente diferenciador del producto artesanal, abre en este Sistema de Información, un espacio virtual para la creación, la asesoría y la



capacitación de los artesanos acerca de la producción de artesanías, las tendencias del mercado y los eventos. Todo esto se realizará con programas y estrategias innovadoras y actuales, a través e Internet, de una manera práctica y eficiente.

Con un excelente equipo de trabajo se realizarán asesorías virtuales para el desarrollo del producto, imagen, empaque, embalaje y exhibición, acompañadas de información permanente y evaluaciones de los productos, para el fomento y desarrollo del sector artesanal, basada en líneas de producción, oficios y técnicas, tendencias, cartas de color, eventos y herramientas de última tecnología.

## **6. Comercialización**

La comercialización es el eslabón de la cadena que hace posible insertar productos artesanales dentro de la dinámica del mercado. Este objetivo se logra con:

Impulso comercial de las franquicias nacionales e internacionales.

Desarrollo de planes exportadores.

Comunicación constante de los clientes.

Participación de ferias especializadas. De esta forma, se ha logrado identificar clientes potenciales y conocer los mercados.

Oferta comercial competitiva en precios, diseño, calidad y capacidad de producción.

### **6.1.1. Puntos de venta.**

Con el propósito de impulsar la oferta de productos que desarrollan los Laboratorios de Diseño para la Artesanía, las vitrinas comerciales del Almacén del Norte en Bogotá y la Plaza de los Artesanos y el Almacén de las Aguas, exhiben productos y líneas especiales de artesanías con alto contenido de diseño.

### **6.1.2. La Plaza de los Artesanos, y la Mediana Empresa – Centro de Exposiciones y Negocios.**

Desde 1998 el Centro de Exposiciones y Negocios “Plaza de los Artesanos y la Pequeña y Mediana empresa” abrió sus puertas para la exposición y venta de productos artesanales y de la pequeña empresa; hace parte del Plan Maestro Parque Simón Bolívar y es uno de los proyectos prioritarios para Artesanías de Colombia. Es el segundo recinto ferial en la Capital de la República, tiene un área de 37.000 metros cuadrados y gran atractivo turístico, tanto para los habitantes de Bogotá como para los visitantes del país y del exterior.

La Plaza fomenta la generación de ingresos mediante la creación de un espacio adecuado para la exhibición, comercialización y promoción de productos artesanales



y de la pequeña empresa. Así mismo, sirve a la capacitación de artesanos y microempresarios.

Nació de la necesidad de tener espacios adecuados para exhibir las artesanías y los productos de las pequeñas y medianas empresas. Es un punto de encuentro en la ciudad, alrededor de una nueva estética. Es la ventana por donde el artesano muestra al mundo sus productos, música, folklore, danza, allí se recrea la cultura colombiana. Alrededor de la Plaza se reencuentra el país.

Es un gran espacio que evoca las tradiciones ancestrales de las plazas y los patios, lugar común de las raíces latinoamericanas. Está concebida como un espacio versátil, de encuentro, recreación, comercio y cultura. Sus instalaciones, diseñadas como un organismo urbano son un conjunto de plazas y patios que se mezclan con jardines y paseos. El diseño arquitectónico, flexible, y adaptable, permite gran multiplicidad de usos y eventos.

En la Plaza se realizan eventos como: la Feria del Eje Cafetero durante Semana Santa, y Manofacto durante el Festival de Verano de Bogotá, la Feria de Artes Manuales en mayo, y muchos otros eventos relacionados con la pequeña y mediana empresa.

### **6.1.3. Expoartesanías.**

Es un programa estratégico que busca fomentar altos estándares de calidad en los productos artesanales así como capacitación en diseño, comercialización y promoción. La feria dinamiza y fortalece el sector artesanal y se ha constituido en plataforma para que comercializadores y almacenes incorporen en sus inventarios productos artesanales.

Expoartesanías es una sociedad entre la Corporación de Ferias y Exposiciones S.A. CORFERIAS y Artesanías de Colombia. Es la primera feria artesanal de América Latina. Es el lugar para encontrar lo mejor de la expresión artesanal indígena, tradicional contemporánea a través de productos elaborados con materias primas naturales como fibras, textiles, madera, plata, oro, arcilla, cerámica y piedra, entre otros. Es un maravilloso recorrido por el país.

Desde sus inicios en 1991, el principal reto de Expoartesanías ha sido estimular la demanda del producto artesanal en el mercado. Por los resultados obtenidos puede afirmarse que responde a las nuevas tendencias de diseño y calidad de productos que busca el consumidor.

Año tras año, Expoartesanías cumple con el propósito de comercializar el producto artesanal; permite a los compradores negociar directamente con los artesanos y



facilita un acercamiento directo con el Mercado; rescata las tradiciones, convierte el oficio en una actividad rentable, aporta al bienestar socioeconómico de los artesanos y hace efectivas las exigencias de la demanda.

En 1997, Artesanías de Colombia recibió la medalla de oro Pablo Picasso otorgada por la UNESCO y en el 2002 el Primer Premio Nacional de Alta Gerencia, otorgado por el Gobierno Nacional al proyecto comercial Expoartesanías.



## **Antecedentes del diseño en Colombia**

El Diseño aplicado a la artesanía ha sido un proyecto prioritario en Artesanías de Colombia desde su creación en 1964. Las modalidades de apoyo al sector se han modificado de acuerdo con las condiciones de desarrollo del sector en las distintas etapas de la Empresa.

En la década de los setenta se creó la Escuela Taller de Diseño, dirigida por un reconocido artista plástico del país y se hizo una convocatoria para invitar a renombrados artistas a que hicieran aportes con nuevos diseños para algunos núcleos artesanales. En ese momento se vincularon Arquitectos y Maestros en Bellas Artes, pues en Colombia aún no existía el Diseño como disciplina académica.

Un poco más adelante se empezaron a vincular diseñadores industriales, textiles y de otras áreas que empezaron a hacer escuela en la aplicación del Diseño a la artesanía a través de su actividad en la institución.

Posteriormente, en los ochenta se separó la División de Diseño de la Escuela, dejando esta área para adelantar los programas de Capacitación en los Talleres de la Empresa y a través del Programa de Maestros Artesanos en las regiones. De la Escuela surgió el Proyecto de la Escuela de Artes y Oficios que funciona hoy realizando una excelente labor de capacitación en Bogotá.

La División de Diseño empezó una nueva etapa en la que se buscó documentar el trabajo artesanal en el país, con una investigación histórica y socio cultural de la comunidad y de los oficios. Igualmente se continuaba dando asesoría a los artesanos por medio de viajes de los diseñadores por todo el país y de asistencia técnica con expertos nacionales e internacionales.

En la década de los noventa, el énfasis del desarrollo artesanal se centró en el Diseño, como herramienta para elevar el nivel de calidad de la producción y alcanzar los niveles de competitividad que el reto de la globalización planteaba en ese momento para los artesanos y los pequeños y medianos empresarios.

Se fortalecieron igualmente los proyectos de Cooperación Internacional y en ese sentido se realizaron dos experiencias que se describen a continuación pues marcaron un camino y abrieron nuevas perspectivas, tanto para los artesanos como para los diseñadores colombianos: Incontro e Interdesign.



## **1. INCONTRO Encuentro de diseñadores europeos con artesanos colombianos**

En la década de los 90, la competencia en los mercados internacionales se había tornado más difícil para los productos tradicionales, que poco a poco iban siendo reemplazados por aquellos industriales, lo que hizo necesario ir a la búsqueda de nuevos nichos de mercado nacionales e internacionales, investigando preferencias y mejorando la oferta a través de innovación tecnológica y diseño.

Con el fin de mantener viva la artesanía, tanto urbana como rural en el país, era necesario ir adecuando los productos a las tendencias del mundo contemporáneo. Por eso en 1993 se llevó a cabo el Proyecto denominado INCONTRO, planteado por la firma Studio Vinaccia de Milán, Italia. El proyecto buscaba desarrollar líneas de nuevos productos, conservando las técnicas y materiales tradicionales, para satisfacer el gusto de los mercados de Italia, Alemania y Francia principalmente.

El equipo integrado por los italianos Giulio y Valerio Vinaccia, graduados en Diseño Industrial en Colombia, el Diseñador Gráfico francés, Ruedi Baur y la Diseñadora de Interiores, alemana Gabriela Raible, recorrieron distintas zonas del país en compañía de diseñadores vinculados a Artesanías de Colombia y realizaron un trabajo de investigación y desarrollo de productos en diez comunidades artesanas, localizadas en todo el país.

Las técnicas y materiales utilizados fueron cerámica, madera, barniz de Pasto, fibras vegetales como la caña flecha y la paja tetera, los tejidos en algodón, vidrio soplado y la tradicional filigrana en oro que por primera vez se combinó con lámina y plata para darle una imagen contemporánea.

Las muestras resultantes del Proyecto fueron exhibidas en el Colombian Center de Nueva York y en Milán, donde contaron con gran aceptación del público visitante.

INCONTRO constituyó un novedoso proyecto de Cooperación Internacional en el área de Diseño y abrió un camino para el desarrollo de acciones similares de apoyo al sector.

## **2. INTERDESIGN COLOMBIA 94**

Como proyecto innovador se propuso al Consejo Internacional de Sociedades de Diseño Industrial, ICSID, la realización de un Interdesign que por primera vez, se dedicara al sector artesanal de un país. La propuesta fue acogida y del 23 de noviembre al 7 de diciembre de 1994, se realizó Interdesign en Colombia.



Interdesign es un seminario taller, con una metodología propia, establecido por el ICSID, en el que diseñadores analizan y buscan soluciones a problemas del sector industrial.

Interdesign Colombia 94 giró en torno al tema de la artesanía en la decoración de interiores, para lo cual durante un espacio de dos semanas se reunieron artesanos y diseñadores colombianos, quienes en compañía de expertos internacionales trabajaron en equipo para desarrollar líneas de productos en las áreas de mobiliario, accesorios para mesa y cocina, divisiones de espacios, recubrimientos de paredes – en cuanto a aplicaciones de telas artesanales – todo esto con el fin de estar acordes con la demanda de los mercados contemporáneos.

El seminario taller **Interdesign Colombia 94** se desarrolló por talleres o grupos de trabajo, que laboraron en distintas áreas, y con resultados bastante positivos pues a partir de este evento surgen alternativas viables y concretas para elaboración de productos artesanales.

Cada uno de los talleres tuvo una denominación que identificaba el área de trabajo, así en **“El Mito del Café”**, los Diseñadores Gianfranco Zaccai, Diseñador Industrial y Arquitecto de la Universidad de Siracuse, fundador de Design Continuum y ganador del premio a la “Excelencia en Diseño” del gobierno de los Estados Unidos y Eduardo Barroso Neto Diseñador Industrial de Brasil, crearon una estrategia de diseño y mercadotecnia basada en el rescate de la tradición, la revaloración de los elementos propios de la región cafetera, a través de una línea de productos especiales que conjugan la tradición rural, artesanal e industrial.

El taller **“Textil Iconos de Utopía”** coordinado por la Diseñadora Textil brasilera Heloísa Crocco, logró la combinación de texturas y fibras, para que el textil como elemento visual, con todas sus posibilidades de mezclas, transmita el concepto integral de diseño.

**“Iluminación y Accesorios para Mesa”**, contó con el Diseñador Industrial Dirk Jacobs, de Bélgica. Resaltó la utilización de diferentes materiales artesanales y recuperó un ritual: la calidez del hogar, presente en la mesa donde objetos y funciones armonizan con el tiempo de la familia.

La Diseñadora de Interiores, con Master de la Domus Academy, Gabriela Raible, alemana, lideró el tema de **“Muebles”**, para lo cual realizó con su equipo de trabajo cajas modulares, taburetes y cortinas, con la utilización de fibras naturales y tejidos para decorar volúmenes básicos y simples.

Avram Grant, Diseñador de Israel del Rhode Island School of Design, desarrolló con su grupo el taller **“Artesanía de la Luz”**, demostrando los contrastes de la naturaleza que hacen eco en los colores, formas y texturas de lámparas, elaboradas en cerámica que se combinan en cestería liviana.





“**Accesorios para Mesa y Cocina**” fue el tema escogido por el Diseñador Gráfico e Industrial, Ivens Fontoura, brasilero, quien en compañía de artesanos y diseñadores colombianos dieron vida a la madera y a la cerámica con un tratamiento gráfico complementado con el barniz de Pasto, para abrir con esto, nuevos caminos de mercado.

Larry St.Croix, Master del Royal Collage of Art, de Inglaterra, desarrolló para su taller “**Mobiliario**”, un sistema que permite emplear independientemente cada elemento o en conjunto, de modo lineal o circular. El grupo utilizó mimbre y maderas.

Por Holanda, el Diseñador Lácides Márquez de Pratt Institute, y su grupo trabajaron el tema “**Nuevo Ambientalismo**”, en el cual destacaron la importancia de continuar el ritual de la cocina en la mesa, con objetos de ancestros indígenas que van más allá de su simple función práctica.

El taller coordinado por el italiano Giulio Vinaccia, Diseñador Industrial de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, denominado “**Iluminación**”, elaboró lámparas inspiradas en colores y diseños de las puertas y cielos razos típicos de la colonización antioqueña con el concepto de las bateas y un trabajo de decoración se da paso a la proyección de diversas técnicas artesanales.

“**Muebles para Baño y Alcoba**”, taller dirigido por el Diseñador de la Universidad de París, Christian Ragot, rompe los paradigmas y le otorga una esencia artesanal a un lavamanos tallado en madera con lo que la guadua biche cobra vida con la sabiduría tradicional.

De esta forma y tras dos semanas de intenso trabajo, de creación, y de trabajo interactivo, **Interdesign Colombia 94** logró posicionarse como un evento orientado al desarrollo de propuestas innovadoras, con una nueva metodología de trabajo.

Para Artesanías de Colombia, organizar y llevar a feliz término un seminario como **Interdesign 94**, en el que se logró reunir a artesanos y diseñadores colombianos con los más destacados profesionales del diseño en el mundo, constituyó una experiencia enriquecedora, pues permitió que los artesanos se capacitaran y también, contribuyó a que el diseño en la artesanía adquiriera más visibilidad e importancia en el ámbito nacional.

Los proyectos de Asesoría en Diseño y Asistencia Técnica con cooperación de expertos internacionales han enriquecido la producción artesanal y han ayudado a elevar su calidad. Entre estos cabe mencionar los Proyectos de Bambú y Guadua, y Cerámica y Porcelana con experto de la República Popular China; la asistencia técnica en joyería de Italia, México y Brasil, el apoyo de Gran Bretaña en Talleres de cerámica y Desarrollo Empresarial; construcción de hornos cerámicos de México, entre otros.



El ejemplo más reciente, ha sido la asesoría con consultores Filipinos en los campos de Diseño y Desarrollo de Productos, Comercialización y Participación en Ferias Internacionales y la Colección Casa Colombiana, un concepto de diseño y desarrollo de colecciones que se presenta en el capítulo de los Estudios de Caso del presente documento.



## Laboratorios de diseño existentes en Colombia

En 1994, con el ánimo de desarrollar una estrategia innovadora para el desarrollo del sector artesanal, teniendo como componente principal el diseño, Artesanías de Colombia se propuso adelantar el Proyecto “Laboratorio Colombiano de Diseño para el desarrollo de la Artesanía y la Pequeña Empresa” basándose en el esquema del Laboratorio Brasileño de Diseño Industrial, LBDI.

Para esto contrató los servicios de Consultoría con el entonces Director del LBDI, el Diseñador Industrial Eduardo Barroso Neto, quien con un equipo de funcionarios de las áreas de Cooperación Internacional y Diseño de la Empresa trabajó en la formulación del Proyecto, adaptando el modelo brasilero a las condiciones y necesidades del sector artesanal en el país.

Se consideró la estrategia de priorizar el trabajo en las regiones, descentralizando las actividades de la capital del país. Se consideró como zona apta para iniciar el proceso de los Laboratorios, la región cafetera, por contar con una enorme riqueza en recursos naturales utilizados en la producción artesanal, y con técnicas y oficios practicados por los artesanos tradicionales de la región, así como un gran número de artesanos de reciente inclusión en el sector.

Se trataba además de contar con la voluntad política y con la unión de recursos financieros con entidades gubernamentales y privadas del orden municipal, regional y departamental y del gremio organizado del sector artesanal.

Se logró la concertación con las instancias correspondientes y se consiguió la primera sede para el Laboratorio de Diseño en la ciudad de Armenia, departamento del Quindío, iniciando su funcionamiento en Marzo de 1995, inaugurado oficialmente en el mes de Julio del mismo año, con el apoyo de nueve entidades y organizaciones.

Su localización estratégica en la zona y las excelentes vías de acceso a los departamentos vecinos: Risaralda, Caldas, Valle y Tolima, que constituyen el área de influencia del Laboratorio, hacen de ésta ciudad el lugar ideal para el funcionamiento del Proyecto.

Siguiendo con el mismo proceso de concertación con las entidades regionales el Laboratorio de Diseño de Pasto, localizado en el departamento de Nariño, abrió sus puertas en abril de 1996, con el apoyo de trece entidades y organizaciones. La zona de influencia del Proyecto que incluye los departamentos del Cauca y Putumayo, además de Nariño, cuenta con una enorme riqueza y variedad de técnicas artesanales tradicionales, algunas de las cuales datan de la época precolombina y posee núcleos artesanales con miles de personas dedicadas a la actividad artesanal, constituyéndose en el tercer departamento de mayor concentración artesana en el país.



En ese mismo año, con el fin de contar con mayores recursos financieros y con el apoyo de la cooperación internacional se presentó el Proyecto de Pasto a la Unión Europea, a través de la Delegación en Colombia, fue aprobado y en febrero de 1998 se firmó el Convenio de Financiación entre el Gobierno de la República de Colombia y la Comisión Europea.

La Comisión abrió la licitación pública internacional con el fin de contratar una firma europea que debía actuar en la codirección del proyecto. La empresa seleccionada fue la firma INTEGRATION que inició actividades bajo el esquema de funcionamiento establecido por la Unión Europea en el mes de Junio del 2002.

El Convenio con la Unión Europea tiene una duración de tres años, y se espera que al finalizar el tercer año, el Laboratorio pueda seguir contando con los aportes de entidades públicas y privadas de la región y de Artesanías de Colombia para continuar con su labor y alcanzar un nivel de sostenibilidad financiera.

La tercera unidad de los Laboratorios de Diseño, la constituye el Laboratorio de Bogotá, sus acciones llegan al resto del país, ya que es el dinamizador de la interlocución entre las tres unidades y el encargado de la coordinación de proyectos nacionales, además de garantizar la aplicación metodológica de diseño para el sector.

Su objetivo es el de fortalecer el talento humano, dándole las herramientas teórico - prácticas necesarias para responder a las diferentes necesidades del sector artesanal, para lograr profesionales especializados en temas referentes a la artesanía a través de actividades específicas como:

Formar un gran número de profesionales y especialistas de diferentes áreas en el contexto de la artesanía.

Compartir los conocimientos aplicados al tema de la artesanía con entidades y organizaciones afines.

Planear y organizar seminarios, talleres y conferencias en temas de interés para la empresa y el sector.

Conformar equipos interdisciplinarios de trabajo, los cuales estén comprometidos con el desarrollo de actividades específicas dentro del plan macro del laboratorio de diseño.

Su esquema básico de trabajo se encuentra organizado en:

1. Equipos por oficios
2. Equipos por actividades
3. Equipos por áreas
4. Equipos por proyectos



# Laboratorio Colombiano de Diseño – Artesanías de Colombia

## 1. Introducción

Dada la necesidad sentida en el sector artesanal y la pequeña empresa, de elevar el nivel de competitividad en la producción y el fortalecimiento en el componente de diseño, Artesanías de Colombia diseñó y formuló un proyecto tendiente a la creación de un laboratorio de diseño que respondiera efectivamente al desarrollo de dicho sector.

Dicho proyecto se planteó en unidades experimentales de carácter regional las cuales fueron dotadas de autonomía técnico administrativa, al tiempo que contaron con el apoyo de instituciones regionales y locales de carácter público y privado, con la participación de representantes del sector productivo y de la comunidad académica.

Las principales ventajas además de ofrecer una acción simultánea en el fortalecimiento del recurso humano e incorporación de tecnologías apropiadas, son la investigación pertinente a materias primas y uso adecuado de recursos naturales; el desarrollo de productos; la asistencia técnica y extensión tecnológica, y la promoción y difusión del diseño, cada una de ellas pensadas y apropiadas con el firme propósito de beneficiar directamente a todos los grupos participantes del proceso.

## 2. Objetivos

### Objetivo general

Contribuir a la integración de los procesos de desarrollo económico y social, del sector productivo artesanal de Colombia, mediante el perfeccionamiento de la calidad, la inclusión de una alta competitividad en los productos y el fortalecimiento en el componente de diseño de los mismos, al tiempo que se consolidan prácticas de desarrollo que permitan mejorar la calidad de vida de la población involucrada en el proceso.

### Objetivos específicos

Formular y ejecutar proyectos de diseño y desarrollo de productos artesanales, acordes con la demanda del mercado.



Brindar asesoría, asistencia técnica y capacitación al sector artesanal, específicamente en las áreas de diseño y tecnología.

Ofrecer programas de capacitación y calificación a diseñadores, técnicos y profesionales, especializados en las áreas de producción y desarrollo de artesanías.

Fortalecer la identidad de los productos artesanales Colombianos y su reconocimiento en los mercados internos y externos.

Asesorar a organismos regionales, con respecto a la interpretación y aplicación de la política de diseño, y concertar con los mismos la formulación de estrategias, programas y proyectos para el sector artesano.

Compilar, procesar y difundir información técnica referente a insumos, materias primas, conservación del medio ambiente, procesos, productos y servicios para la artesanía.

Promover el desarrollo sostenido de la producción artesanal, procurando con ello mejorar la calidad de vida de los artesanos.

Realizar estudios e investigaciones en las áreas de acción e interés del laboratorio, de tal modo que amplíen la frontera del conocimiento técnico y científico inmerso en el proceso.

Establecer relaciones de cooperación e intercambio tecnológico en todos los niveles y en todas las áreas de actuación del laboratorio.

Realizar acciones de promoción y divulgación de todas las actividades del laboratorio.

### **3. Alcances**

Desarrollo de líneas de productos artesanales para el mercado nacional e internacional en cada una de las regiones. Para este caso, las líneas se definirán de acuerdo a las características y recursos de la producción, y en las zonas donde se localice el proyecto.

Desarrollo de proyectos para el rescate de productos artesanales en cada región, y adecuación a las innovaciones tecnológicas.

Desarrollo de proyectos de investigación sobre utilización de materias primas e insumos para la producción artesanal - por región -, basados en programas de desarrollo sostenible.



Capacitación en diseño y tecnología para el desarrollo de productos, y generación de multiplicadores directos de tales conocimientos dentro de la misma población artesanal.

Capacitación de diseñadores, técnicos y profesionales especializados en el campo del diseño, aplicado a la artesanía.

Establecimiento de un banco de datos por cada región, el cual reúne información referente a: materias primas, insumos, procesos, productos y servicios para la artesanía.

Aplicación concertada con entidades regionales públicas y privadas, de la política de diseño para el sector artesano.

Establecimiento de líneas de productos por cada región, representativos de la artesanía nacional, con sello de identidad y posicionamiento de los mismos en el mercado nacional e internacional.

Consolidación de convenios y programas de cooperación para cada región, con organismos gubernamentales y privados.

Edición y publicación de folletos, catálogos, afiches y material de divulgación de las acciones del laboratorio en cada una de las regiones.

Elaboración de publicaciones anuales con información técnica sobre materias primas, insumos, procesos, productos y servicios para la artesanía.

#### **4. Actividades**

(Programación anual y por unidad experimental ).

4.1.1. Contratación de diseñadores que ejecuten trabajos de laboratorio en los proyectos de desarrollo de productos.

4.1.2. Contratación de especialistas en marketing, que realicen investigaciones de mercado.

4.2.1. Contratación de profesionales para el desarrollo de investigaciones relacionadas con el sector.

4.2.2. Contratación de profesionales para el desarrollo de la investigación de materias primas.



- 4.3.1. Realización de cursos, asistencias técnicas y seminarios de capacitación para artesanos, en el área de diseño y tecnología para el desarrollo de productos.
- 4.3.2. Realización de asesoría directa a los artesanos sobre diseño y tecnología para el desarrollo de productos.
- 4.3.3. Contratos para la producción de un paquete de material didáctico, el cual servirá como apoyo a los programas de capacitación.
- 4.4. Realización de cursos, talleres, seminarios de capacitación para diseñadores, técnicos y profesionales especializados en el campo del diseño aplicado en la artesanía.
- 4.5. 1.1. Contratación de expertos que recolecten y procesen la información pertinente al banco de datos.
- 4.5.1.2. Contratación de expertos en la creación del banco de datos.
- 4.5.2.1. Contratación de servicios profesionales para la recopilación de información, diseño, diagramación, e impresión de las publicaciones.
- 4.5.2.2. Distribución de las publicaciones.
- 4.6. Realización de reuniones, seminarios y talleres específicos, con entidades regionales involucradas en el desarrollo del sector.
- 4.7.1. Realización de talleres con artesanos y diseñadores en cada unidad experimental, tendientes a la investigación y rescate de la identidad cultural regional.
- 4.7.2. Realización de proyectos - en cada región -, que incluyan mejoramiento del producto empaque y embalaje del mismo.
- 4.8. Ejecución de programas de apoyo al sector, a través asesoría directa, conferencias y cursos complementarios sobre organización para la producción y comercialización.
- 4.9. Contratación de servicios profesionales para diseñar, formular y realizar una campaña que promueva y divulgue la actividad artesanal y del laboratorio. Dicha campaña incluiría: videos, afiches, plegables, audiovisuales, y vallas publicitarias.





## **5. Aspectos generales.**

Para la elaboración del esquema general y desarrollo del proyecto se tuvo en cuenta como se expuso anteriormente el modelo del laboratorio brasilero de diseño industrial -IBDI-, el cual se adaptó a las condiciones nacionales y a las características específicas del sector artesanal.

Las unidades, (que se concibieron en el marco de la descentralización, de la autonomía de las entidades territoriales, y de las características de pluralidad cultural y étnica del país), servirán como parámetro de evaluación comparativa al término de la etapa experimental, ya que a través de indicadores mostrarán el impacto y/o cambios, y las debilidades y/o fortalezas generados en el medio, todo con el propósito de aplicar los correctivos y refuerzos necesarios para cada caso.

### **5.1. Áreas de actuación**

Para alcanzar los objetivos propuestos, el laboratorio se propuso adelantar sus acciones en las siguientes áreas específicas:

- Investigación y desarrollo de productos.
- Fortalecimiento del recurso humano.
- Asistencia técnica y extensión tecnológica.
- Promoción y divulgación.

### **5.2. Estructura organizacional**

La estructura organizacional del laboratorio se basa en dos campos de acción:

En el primer campo: “Gestión y Planeación” se contemplan principalmente dos instancias de decisión:

5.2.1. El consejo consultivo, conformado por un número equitativo de miembros representantes de Artesanías de Colombia, instituciones patrocinadoras (públicas y privadas), comunidad académica y artesana.

5.2.2. La coordinación general designada por Artesanías de Colombia, la cual se convierte en un interlocutor entre: el sector, los agentes financieros y los técnicos.

En el segundo campo: “Técnica y de Ejecución”, se contemplan los grupos de administración y ejecución, y hacen parte:



1. La coordinación técnica (diseñador senior), que representa al laboratorio y coordina su funcionamiento.
2. La gestión administrativa y labores de secretaría.
3. La gestión en comunicaciones y relaciones públicas.
4. El equipo de profesionales (diseñadores junior), que se encargan de la ejecución de los programas.

Las características principales del laboratorio son, el elevado compromiso con la calidad; un organigrama horizontal desburocratizado; un alto nivel de especialización de los profesionales adscritos al mismo, una gestión participativa y flexible; mecanismos de auto evaluación (que permitan el encuentro de debilidades y el fortalecimiento de los aciertos), y, estrategias pro-activas que se adaptan a la dinámica del medio.

La estructura organizacional básica, se complementa con contratos temporales de prestación de servicios para asesoría especializada y de apoyo, de acuerdo con las necesidades y demandas del sector, y cuyo propósito es cumplir los objetivos trazados inicialmente.

### **5.3. Sistemas de evaluación**

Los criterios y mecanismos de evaluación del laboratorio, a nivel interno y externo, se registran en informes e instrumentos escritos. Además de la información que recoge el personal designado por el laboratorio, se contemplan los registros contables y el seguimiento que hará al mismo, los medios de comunicación.

Dicha evaluación se realiza, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

#### **5.3.1. Evaluación del desempeño individual**

Es un Instrumento de evaluación interna, dirigida por la coordinación técnica. Su aplicación se realiza cada tres meses y está compuesta por una autoevaluación, una evaluación de la ejecución y una evaluación de pares (es decir, la que realizan personas del mismo nivel del evaluado).

Los aspectos tenidos en cuenta para la evaluación son: la productividad, la capacidad de innovación, la organización del trabajo, trabajo en equipo y capacidad de adaptación.



### **5.3.2. Evaluación de los proyectos**

Es un Instrumento de evaluación interna y externa, dirigida por las coordinaciones Técnica y de Planeación; se realiza al finalizar cada proyecto o actividad programada y se basa en dos fuentes:

1. El cliente, usuarios o beneficiarios. Por su intermedio se mide el grado de satisfacción de necesidades, la calidad del servicio, y lo oportuno de la ejecución respecto de los resultados.
2. El equipo técnico-administrativo. Quien determina el grado de innovación, el cumplimiento de las metas y la ejecución del presupuesto.

### **5.3.3. Evaluación del laboratorio**

Es un mecanismo de evaluación interna realizado por un equipo técnico, que está orientado por un consultor y es presentado posteriormente al consejo consultivo.

En este sentido, se definen dos clases de evaluación:

1. Evaluación por Comparación: De las unidades experimentales, a fin de establecer los niveles de desarrollo alcanzados y los factores que influyeron.
2. Evaluación General, realizada después de dos años de actividades y con base en los siguientes aspectos:
  - Impacto sobre el medio, de acuerdo a la caracterización del sector y al área de influencia.
  - Cumplimiento del plan de operaciones, respecto de los objetivos, metas y presupuesto.

El laboratorio también puede ser evaluado por los organismos involucrados en su financiación, a través de auditorías consideradas oportunas y convenientes.

## **5.4. Infraestructura**

Cada unidad del laboratorio funciona en una sede independiente y con identidad propia, evento que marca su presencia en la región, ya que la experimentación de los procesos técnicos se realiza generalmente en los talleres de los artesanos, sin necesidad de hacer grandes inversiones en la infraestructura física de estos.

Los laboratorios están conformados por las siguientes áreas:



- Oficinas para la coordinación y administración.
- Talleres para el desarrollo de productos.
- Salones para capacitación, asesorías, conferencias, etc.
- Unidad de medios audiovisuales, y,
- Unidad de sistemas.

De acuerdo con los recursos establecidos, se busca que cada área cuente con los medios de comunicación, equipos y materiales necesarios para cumplir con los objetivos y metas del proyecto.

## **5.5. Programas**

Los programas se han convertido a la vez en una estrategia para alcanzar los objetivos del proyecto. Son cuatro los establecidos y se realizan en forma simultánea, cada uno de ellos con la respectiva definición de actividades a corto, mediano y largo plazo:

1. Investigación y desarrollo de productos.
2. Fortalecimiento del recurso humano.
3. Asistencia técnica y extensión tecnológica.
4. Promoción y divulgación.

### **5.5.1. Investigación y Desarrollo de Productos**

Con dicho programa, se pretende:

- Proponer y desarrollar productos nuevos que posibiliten la diversificación de la producción artesanal y la pequeña empresa.
- Contribuir al perfeccionamiento de la calidad de la artesanía colombiana, a partir de proyectos del rediseño y de perfeccionamiento de los procesos.
- Desarrollar acciones y actividades que rescaten, promuevan y agreguen valor, a aquellos productos de elevada importancia social, económica y cultural.
- Identificar tendencias del mercado que contribuyan a la planificación de las empresas y grupos de producción, para mejorar el grado de competitividad.
- Participar en el desarrollo de investigaciones que implementen los conocimientos respecto del diseño en el contexto de la artesanía y ampliar la frontera de acción de los mismos.

La metodología para la formulación de proyectos de desarrollo de productos, contempla las siguientes fases:

- Fase Preparatoria -preinversión-: En la cual se define el problema con sus variables técnicas, socioeconómicas, culturales, recursos necesarios y tiempo de realización.



- Fase de Conceptualización -anteproyecto-: En la cual se definen los parámetros de acción, generación de las alternativas de solución, y el estudio de factibilidad.
- Fase de Precisión y Desarrollo: Donde se seleccionan las alternativas y desarrollo de modelos -prototipos-, para determinar procesos, materiales e insumos en la elaboración de los mismos.
- Fase de Experimentación: Producción de ensayo mediante la cual se verifican los procesos.
- Fase de Evaluación: Para confrontar resultados, impacto social y económico, el balance de inversión y los gastos.

### **5.5.2. Fortalecimiento del Recurso Humano**

En este programa se realizan actividades con el fin de:

- Perfeccionar y asesorar a los profesionales y técnicos del diseño.
- Contribuir a una mejor calificación de los artesanos y a la gestión eficaz, en el campo del diseño, de las instituciones comprometidas con el desarrollo de los mismos.
- Orientar la formación en diseño para la artesanía, mediante el apoyo a las instituciones de carácter académico.

Los proyectos y/o actividades son del tipo:

- Entrenamiento Interno: Dirigido a profesionales y técnicos del diseño.
- Cursos Cortos: Dirigido a artesanos y en los cuales se tratan temas relacionados con principios y elementos básicos del componente de diseño en la producción de artesanía.
- Cursos de Perfeccionamiento: Dirigido a diseñadores y artesanos, para tratar problemas o necesidades específicas.
- Prácticas Profesionales: Dirigidas a diseñadores recién egresados y estudiantes próximos a graduarse, interesados en el trabajo con el sector artesano.
- Seminarios y Talleres: Sobre temas relacionados con el diseño en la artesanía, dirigidos a artesanos, diseñadores, instituciones públicas y privadas, e instituciones educativas.

### **5.5.3. Asistencia técnica y extensión tecnológica**

Este programa tiene la finalidad de asistir a los artesanos, organizados o no, en el perfeccionamiento de la calidad y el diseño de sus productos, al tiempo que los



orienta en temas relacionados con la producción y la incorporación de innovaciones en todos niveles. También brinda asesoría a instituciones públicas y privadas, e instituciones educativas, en el aspecto técnico y tecnológico, implícitos en la producción artesanal.

#### **5.5.4. Promoción y divulgación**

Agrupar las actividades que promuevan el componente de diseño en la artesanía, y que divulguen el quehacer del laboratorio. Incluye acciones referidas al acopio, procesamiento y difusión de información.

Algunas de esas actividades son:

- Promoción, divulgación y realización de conferencias, exposiciones, ferias y eventos.
- Promoción y divulgación de los programas del laboratorio.
- Certificación y homologación de productos.
- Difusión de estudios normativos, legislativos y de estímulo al perfeccionamiento de la producción artesanal.
- Orientación al consumidor.
- Servicio de información a partir del banco de datos, sobre materias primas, insumos, productos, productores, proveedores, especialistas,
- Servicios relacionados con la producción artesanal y el diseño.
- Publicación y distribución de material informativo y técnico.

## **6. Implementación de una unidad experimental**

El proyecto se presenta ante las diferentes instancias gubernamentales y privadas, y ante los representantes del sector artesanal de cada región, para cumplir con el objeto y la estructura operativa; para la puesta en marcha y funcionamiento de cada unidad experimental, se concerta con las entidades locales y regionales, de tal modo que sean garantizados los aportes económicos, el apoyo político y la asesoría técnica.

Cada unidad experimental lleva a cabo dos fases: Una Preparatoria y una de Implementación y Puesta en marcha.

La fase preparatoria contempla los siguientes pasos:

### **Etapas 1.**

#### **Presentación del proyecto a las instituciones y sectores interesados.**



Mes 1.

-etapa 2

Estrategia de divulgación. Mes 1 y 2.

-etapa 3

Proyecto de identidad visual del proyecto.

Mes 2.

-etapa 4

Firma del convenio de cooperación con las instituciones de la región. Selección y nombramiento del Coordinador Técnico y del Consejo Consultivo.

Mes 3.

-etapa 5

Consecución y adecuación de la sede de la unidad experimental. Selección y adquisición de equipos.

Meses 4-6.

-etapa 6

Inicio de estudios de casos con base en las necesidades regionales.

Meses 4 y 5 -etapa 7

Formulación de perfiles y funciones del recurso humano del laboratorio. Selección y contratación del equipo básico de trabajo.

Mes 6

-etapa 8 curso interno sobre design management.

Mes 7

-etapa 9

Inicio de los trabajos en la unidad experimental.

## **7. Estrategias de trabajo**

Con el fin de lograr los objetivos propuestos, el laboratorio de diseño lleva a cabo las siguientes estrategias:

### **7.1. Innovación y mejoramiento tecnológico:**

Mediante la cual se estimula el desarrollo de tecnologías propias, y se facilita el acceso a nuevas tecnologías en el proceso productivo, de gestión empresarial y comercialización.



Para impulsar la innovación, como instrumento que adecue la producción artesanal a las exigencias de una economía globalizada, donde la obtención de la eficiencia y la productividad sean fundamentales para la participación competitiva en el mercado.

## **7.2. Investigación y desarrollo de productos:**

Investigación, diseño y desarrollo de productos para aumentar la competitividad con propuestas diferenciadas.

Vinculación del conocimiento endógeno, la tecnología y la técnica de los artesanos con el uso de nuevas tecnologías, para introducir al mercado productos representativos de la tradición artesanal y con carácter cultural.

## **7.3. Desarrollo integral del talento humano:**

Para fortalecer la cultura organizacional, orientada al logro de la calidad del grupo humano que la conforma.

Formación del capital humano con programas de cualificación, tanto para artesanos como para profesionales y así garantizar la sostenibilidad de los logros obtenidos en todos los componentes del trabajo.

# **8. Líneas de acción del laboratorio de diseño**

## **8.1. Determinar los límites de acción de las actividades de diseño aplicado a la artesanía.**

### *Actividades*

- Definir el producto artesanal en términos de la función, de la estética y del símbolo.
- Realizar investigaciones y organizar la documentación existente, relacionadas con las diferentes expresiones y valoraciones artesanales.

### *Resultados*

- Normalización de aspectos técnicos y acabados del producto artesanal.
- Reproducción de material técnico-didáctico para orientar el desarrollo del trabajo.
- Conservación y recuperación de la tradición artesanal.

## **8.2. Involucrar el concepto del diseño en la producción artesanal**

### *Actividades:*

- Trabajos en conjunto entre artesanos, diseñadores y otros expertos.
- Desarrollo de nuevos productos, de acuerdo a la demanda de los diferentes mercados.
- Promoción de la innovación, en las diferentes comunidades.





*Resultados:*

- Desarrollo de productos artesanales diferenciados, con valor agregado para mercados específicos.
- Ampliación de la oferta de productos artesanales.
- Ampliación del margen de utilidad por producto para el artesano.
- Optimización del aprovechamiento de los recursos físicos y económicos.

### **8.3. Fomentar programas de formación y especialización en el centro de diseño aplicado a la artesanía**

*Actividades:*

- Promoción de programas académicos en las diferentes facultades de diseño y organizaciones interesadas en el desarrollo del sector.
- Participación en los sistemas nacionales de diseño.
- Actualización permanente de la información relativa a tendencias del diseño a nivel nacional e internacional.
- Contratación de profesionales en diseño para desarrollo de actividades específicas.

*Resultados:*

- consolidación de grupos de profesionales en diseño aplicado a la artesanía.
- consolidación de un órgano consultor para asesorar proyectos en los diferentes aspectos de la producción artesanal.

### **8.4. Fortalecer la identidad del producto artesanal**

*Actividades:*

- Establecimiento del Certificado de Origen y de «Hecho a mano con calidad».
- Definición de imagen (marca y sello de identidad).
- Desarrollo de empaques y embalajes adecuados.
- Definición de especificaciones técnicas y prácticas del producto artesanal.

*Resultados:*

- Reconocimiento de la artesanía como parte de la cultura material.
- Posicionamiento del producto artesanal en los diferentes segmentos de los mercados nacionales e internacionales.
- Consolidación en los mercados de una demanda especializada y permanente.
- Obtención de mayores oportunidades en la comercialización de los productos.
- Desarrollo de proyectos de reinversión de utilidades, en y para, las comunidades.
- Beneficios arancelarios.

### **8.5. Fomentar la conservación y transmisión del dominio de los oficios artesanales en las comunidades y núcleos artesanales**



Actividades:

- Elaboración de diagnósticos de los oficios y evaluaciones respectivas.
- Investigación en procesos relacionados con técnicas, dimensiones, acabados y uso de herramientas
- Inmersión de poblaciones jóvenes en la práctica de los oficios.
- Tornar atractivos y lucrativos los oficios artesanales.

Resultados:

- Permanencia de la tradición artesanal.
- Ampliación de la memoria histórica de los oficios.

### **8.6. Impulsar la conservación y renovación de los recursos naturales involucrados en la producción artesanal, y la aplicación adecuada de los procesos de transformación en materias primas.**

Actividades:

Convenios con instituciones especializadas en el manejo de recursos naturales.

Resultados:

- Uso racional de los recursos naturales y protección del medio ambiente.
- Promoción del desarrollo sostenible.

### **8.7. Realizar y participar en eventos tales como ferias, salones, concursos y exposiciones en general, para promover la artesanía a nivel nacional e internacional**

Actividades:

- Consecución de una locación con infraestructura apropiada para exhibición de productos artesanales.
- Trabajo coordinado con el área de Cooperación Internacional y divulgación, y las áreas Comercial y de Desarrollo.

Resultados:

- Ampliación de la demanda de productos artesanales.
- Reconocimiento de las artesanías como producto diferenciado.
- Consolidación de estrategias de promoción comercial y cultural.

### **8.8. Desarrollar mecanismos para la planeación, el seguimiento y la evaluación de proyectos**

Actividades:

- Uso de correctivos, necesarios en la realización de las actividades a corto, mediano y largo plazo.



- Talleres de planeación participativa con las comunidades artesanales, las entidades y los diseñadores entre otros.

Resultados:

- Eficacia y eficiencia en la ejecución de las acciones de diseño.

## **9. Dinámica de trabajo en los laboratorios de Diseño**

El trabajo del laboratorio de diseño se realiza a través de procesos dinámicos, mediante los cuales se construyen metodologías que propendan al logro de eficiencia en el trabajo y resultados de mayor impacto.

El trabajo es de carácter interdisciplinario con participación de variantes afines, tales como la conformación de equipos de diseño por profesión y oficio, e integrales, las cuales complementan el proceso de desarrollo de productos, con las actividades de producción y comercialización.

El trabajar en equipos de diseñadores por oficio genera una actividad más eficiente ya que el diseñador no se encuentra sólo en la ejecución del proyecto asignado, y las inquietudes surgidas en el ámbito técnico, formal, estético y funcional del proceso, son evaluadas conjuntamente en reuniones de coordinación, asegurando con ellos resultados más positivos en relación con las condiciones de la comunidad artesanal y con los criterios de la empresa.

Una de las características de las actividades desarrolladas por el laboratorio es el trabajo de campo realizado directamente en las comunidades intervenidas, otra la generación de procesos interactivos de tipo horizontal y no vertical en el desarrollo de las actividades relacionadas con el artesano, en el que los participantes están en el mismo nivel y comparten sus conocimientos y experiencias.

## **10. Herramientas metodológicas**

### **10.1. Talleres de creatividad**

Actividad que contribuye al intercambio de conocimientos, orientado por el diseñador, para incentivar la creatividad del artesano a partir de su entorno, es una herramienta eficaz por su alto nivel de apropiación del resultado-producto y aceptación e implementación por parte del artesano.



Es un evento que se realiza con un grupo de artesanos, de un mismo oficio con el ánimo de colectivamente, crear y recrear objetos artesanales; en este taller se afirman valores de identidad, se construyen conceptos sobre el imaginario del grupo, se trata dialécticamente sobre la realidad del mercado y personalmente se produce.

En este trabajo los artesanos plantean todas sus inquietudes, sus limitaciones de orden tecnológico, la apreciación del mercado y del entorno circundante para formalmente con el concurso del diseñador obtener un trabajo de creación y de producción en equipo.

En todos los casos es preciso definir como actividad una temática, alrededor de la cual giran todas las actividades, los temas hacen parte de la realidad del artesano, lo que propicia en poco tiempo la construcción de una visión completa del universo en el que el vive, algunas veces son las leyendas, otras el entorno de la naturaleza, algunos otros la visión del futuro, los medios para explorar, para crear, para plasmar las ideas a través de los objetos elaborados con sus manos.

Para que un taller de creatividad sea exitoso es imperioso contar con un grupo de artesanos organizado, el cual no debe ser mayor de 25 personas con igual nivel de conocimientos en el manejo de la técnica.

El liderazgo lo ejerce el diseñador quien desarrolla la temática por medio de una charla, sobre identidad, mercado, artesanía en el contexto global, que direcciona el pensamiento hacia su entorno y sus conocimientos como fuente de inspiración en el proceso de creación.

Los artesanos en este proceso participan en dinámicas en las cuales ellos cuentan sus historias, sus vivencias, describen como viven el entorno, identifican cuales son los elementos de mayor tradición, sus raíces, describen su identidad y conjuntamente con el diseñador se aproximan al que hacer, para expresarlo en objetos artesanales utilizando la técnica y las herramientas que ellos conocen. La motivación es un componente fundamental, para encaminar al artesano a nuevas posibilidades de expresión.

El papel del diseñador es contribuir con el artesano a ordenar su trabajo, a adoptar una metodología de bocetos y dibujos sencillos de aquello que imaginan y a corto plazo van a crear.

Un taller de esta naturaleza concluye con una auto evaluación, en la cual el grupo describe los aciertos y desaciertos colectivos y las debilidades que como artesano tiene en el manejo de la técnica, su visión hacia el entorno, sus oportunidades, ya que en síntesis de una forma positiva define que será de su actividad en el futuro cercano.

Sobre los resultados obtenidos el diseñador elabora todas las observaciones necesarias para pasar luego a la fase de definición de detalles y elaboración de prototipos.



El taller de creatividad independiente de su duración da inicio a un proceso donde el resultado final depende del interés y de la apropiación que el artesano genere sobre su propuesta.

### **10.2. Taller de diseño asistido por computador.**

Metodología asistida por computador, fundamentada en la interacción horizontal entre artesano y diseñador, que permite incentivar los procesos de creatividad del artesano y que permite que al momento de la práctica se visualicen y contextualicen las alternativas del producto, facilitando así los mecanismos de creación y recreación de su imaginario cultural.

El proceso se inicia con un taller de acercamiento del artesano al conocimiento general de la tecnología de la informática y su aplicación al quehacer artesanal. Se trabaja directamente con el artesano en el desarrollo de productos que se apoyan en "diseños virtuales", elaborados conjuntamente con la animación y asesoría del equipo de profesionales encargados de la asesoría, este método ahorra materiales y mano obra en la elaboración de prototipos, permitiendo visualizar varias alternativas de forma, función y presentación final del producto.

### **10.3. Asesoría en diseño.**

La asesoría en diseño permite la aplicación del diseño a la artesanía, con base en el trabajo conjunto entre diseñadores y artesanos sobre aspectos previamente detectados en áreas de la artesanía o grupos artesanales en donde sea aplicable y/o necesaria, de acuerdo con los resultados de las investigaciones de diseño, memorias de oficio y diagnósticos.

### **10.4. Asesorías puntuales.**

Es un modelo de asesoría llevada a cabo con artesanos independientes o asociados que directamente o por su vinculación a otros proyectos recurren al laboratorio de manera espontánea para solicitar un concepto sobre su producto. Esta actividad es llevada a cabo por un profesional con conocimientos específicos en el oficio. Para la asesoría se parte de una evaluación inicial para determinar el estado del producto, a partir de allí se dan las recomendaciones necesarias que serán desarrolladas en varias sesiones de trabajo.

La asesoría también se brinda en temas pedagógicos y de metodología del diseño, organización de la producción y proyectos especiales para otras instancias públicas o privadas.



Como memoria de esta actividad se elabora una ficha de registro que a su vez es utilizada como carta de compromiso del artesano para el desarrollo de la actividad. (ver formato asesoría puntual).

### **10.5. Cursos talleres.**

Modelo que contribuye a la formación integral del artesano, cualificando los aspectos de expresión artesanal, manejo de los recursos naturales, perfeccionamiento de la técnica, desarrollo tecnológico, diseño y desarrollo de producto, y manejo empresarial.

Se desarrolla mediante la presencia de un maestro artesano, técnico o profesional, en un proceso de intercambio creativo de conocimientos con los artesanos, con el fin de ampliar y mejorar la calidad del proceso productivo en todas sus fases.

La intensidad de los cursos varía según las características del grupo urbano, rural o indígena.

### **10.6. Asistencia técnica.**

Está orientada a optimizar los procesos técnicos involucrados en la producción artesanal. Hace parte de la formación integral y se desarrolla a solicitud de los artesanos, la comunidad, las entidades que trabajen con el sector, mediante la asistencia al núcleo artesanal en cualquiera de las fases del proceso, tanto en aspectos técnicos como de apropiación, adecuación y desarrollo de tecnologías.

Los resultados de la asistencia técnica se consignan de manera didáctica en un documento denominado manual técnico, que servirá posteriormente de guía para la reafirmación de los conocimientos construidos.

### **10.7. Gira educativa o taller móvil.**

Está basada en el intercambio de experiencias entre grupos artesanales de diferentes oficios, valorando los componentes culturales de cada uno. Una gira educativa es un espacio de integración, de esparcimiento y además, de mutuo conocimiento.

Teniendo en cuenta que los núcleos artesanales desarrollan su actividad en un contexto de tradición local y en el ámbito de lo cotidiano, esta estrategia apunta a la superación de factores de resistencia al cambio, tanto en procesos organizativos, productivos, de diseño, de progreso tecnológico, de desarrollo del producto y



estrategias de mercadeo, entre otros. De la misma manera contribuye a la valoración del componente cultural de la artesanía, ante el conocimiento de las diferencias y el reconocimiento de los otros.

Una gira educativa obedece a un plan, con objetivos y metas específicos. Se programa con una duración de uno o varios días y contempla la preparación de dos grupos, receptor y visitante, la evaluación de logros y dificultades en el sitio visitado y un seguimiento posterior al grupo visitante, con base en el informe presentado sobre lo aprendido durante la gira.

## **10.8. Seminarios.**

Constituyen una herramienta fundamental, que permite activar los procesos de capacitación y retroalimentación de la acción institucional en tres diferentes niveles de ejecución:

Al interior del laboratorio como evaluación de las actividades programadas en los planes, programas y proyectos.

Del laboratorio hacia el sector artesanal como directo beneficiario de los servicios, y mecanismos de comunicación.

Del laboratorio hacia otras entidades nacionales o internacionales relacionadas con el sector, para confrontar sistemas, procesos y metodologías de trabajo.

Los seminarios son un mecanismo de capacitación y permiten la confrontación de procesos y metodologías de investigación, planeación, organización, capacitación, producción, y mercadeo artesanal con las organizaciones intermediarias en la ejecución o financiación y las organizaciones de base del sector artesanal.

## **11. Instrumentos de trabajo**

### **11.1. Planeación**

La planeación es un instrumento que permite la administración de los recursos físicos, técnicos y económicos para la realización de acciones específicas.

El laboratorio de diseño programa y organiza sus actividades con base en un plan operativo de diseño de presentación anual, de éste se genera un informe de diseño de presentación mensual y anual, estos se ordenan y presentan en un cuadro genérico



establecido por región, departamento, y municipio. Cada asesor por contratación directa o convenio, registra mes a mes en el formato la información pertinente a los proyectos bajo su responsabilidad, con miras a lograr continuidad en el trabajo desarrollado con cada grupo artesanal, marcando las pautas para las acciones a tomar, mensual y anualmente.

## **11.2. Investigación**

Actividad enfocada al análisis, evaluación y ponderación de los componentes que hacen parte de la actividad artesanal, como son: investigaciones para el mejoramiento de materias primas, nuevas tecnologías, referentes culturales e identidad, nuevos mercados, demanda del producto, sostenibilidad de los recursos, análisis de oferta, y demanda, nuevas tendencias, comportamiento del producto en los diferentes mercados, sistemas de promoción y divulgación en ferias y eventos. Igualmente se pretende mediante este instrumento, aportar conocimientos sobre el sector artesanal en aspectos técnicos, sociales, de identidad, componentes estéticos, simbólicos, prácticos, de producción, y comercialización entre otros.

## **11.3. Experimentación**

Conjunto de prácticas realizadas sobre temas específicos del quehacer artesanal, en las que se busca programar y ejecutar una serie de ensayos, ya sea directamente en los talleres artesanales, talleres piloto, y/o laboratorios, para evaluar materiales, procesos, combinaciones, aleaciones, y diferentes posibilidades de transformación física o química de los componentes que intervienen en el desarrollo del producto. El propósito de estas prácticas es generar planteamientos y propuestas, para alcanzar la productividad, el mejoramiento de la calidad y la innovación en los productos nuevos o tradicionales.

## **11.4. Desarrollo de productos**

Esta encaminado a la generación de piezas o productos artesanales que satisfagan mejor las necesidades, planteando el mejoramiento de la calidad, cambios o implementación de elementos tecnológicos en los procesos y/o modificaciones en la cultura organizacional; con el propósito de posicionar los productos artesanales y consolidar la empresa artesanal en el mercado.

### **11.4.1. Definición de líneas de productos, sistemas y familias**

Estrategia mediante la cual se define un conjunto de productos que se relacionan entre sí, ya sea por su forma y/o función, respondiendo a la demanda y tendencias del mercado, y consolidando a la empresa artesanal como organismo productor.





### **11.4.2. Desarrollo de imagen, empaque y presentación final de productos artesanales**

Mecanismo que pretende incrementar el valor agregado del producto a través de la imagen, de su empaque, sus variables de protección y el modo en como llega al consumidor final. Igualmente propone una variable importante para competir con otros productos similares en el mercado.

#### **Identidad gráfica para el producto artesanal.**

La artesanía compite en los mercados con otros productos hechos a mano, por esto es necesario dotarla con elementos de comunicación visual que permitan la transmisión de atributos y/o valores a la mente del consumidor y así competir en igualdad de condiciones con cualquier otro producto.

Con este propósito el laboratorio de diseño aplica un modelo de identidad gráfica el cual se desarrolla a través de talleres y asesorías con un profesional de diseño gráfico.

1. Taller teórico sobre la identidad gráfica en el producto y en la industria artesanal.
2. Taller práctico de evaluación de los elementos de identidad gráfica que posee el grupo, la empresa o taller artesanal.
3. Asesoría en identidad gráfica.
4. Implementación.

1. Taller teórico: es un evento colectivo y a él asiste el grupo sujeto del trabajo mas interesados en el tema, tiene una duración aproximada de cuatro horas, en el se aplica una metodología de seminario y el material de apoyo es: diapositivas, afiches con conceptos y ejemplos que ilustran el tema en la artesanía.

En este taller se trabaja el concepto de comunicación e identidad gráfica, su objeto de aplicación en la producción artesanal, elementos gráficos y sus características, sistemas de identidad grafica, identificadores institucionales y desarrollo en aplicaciones gráficas, lineamientos de rotulación y su normatividad.

2. Taller práctico: se desarrolla en la empresa o taller del artesano, allí, a la luz de los contenidos del taller teórico se evalúan las aplicaciones que posee el artesano: papelería, avisos publicitarios del negocio, plegables catalogo y otros.

La evaluación es un dialogo entre asesor y artesano que concluye con una lista de chequeo o cuestionario (anexo) sobre los elementos que requieren rediseño y/o los que requieren diseño y sus porques. En este punto el artesano decide su compromiso con la fase siguiente, si el artesano opta por la asesoría esta se inicia en este mismo momento en el taller o empresa.



3. Asesoría en identidad gráfica: se inicia trabajando en dos temas: lo que identifica el producto y lo que desea que se proyecte. Esta primera fase es interactiva y de producción conjunta y en ella se sientan las bases y se definen los primeros bocetos de la propuesta de identidad gráfica. Es fundamental la aceptación de la propuesta gráfica por parte del artesano

Luego el asesor aplica la propuesta gráfica seleccionada en la papelería: sobres, papel, tarjetas, etiquetas y avisos de fachada. Para los grupos se aplica el trabajo a plegables y/o catálogos.

Los resultados de la asesoría se condensan en un informe impreso y en cd que se remite al artesano asesorado para su implementación, este documento final contiene además recomendaciones sobre materiales a utilizar, carta de color y tipografías.

4. Aplicación: la aplicación es opcional para el artesano y puede desarrollarla por fases de acuerdo a su presupuesto.

Los artesanos, grupos o empresas artesanales aplican la identidad gráfica para la presentación de su producto al proceso de selección, a los eventos feriales organizados por Artesanías de Colombia, ya que entre sus requisitos está la identidad gráfica.

### **Diseño y desarrollo de empaque y embalaje para el sector artesanal:**

El propósito de esta asesoría es sensibilizar al artesano y pequeño productor sobre la importancia que tiene el empaque para un producto y el papel que este juega en el momento de la decisión de compra, al igual que lo que representa en cuanto a protección y presentación final.

La asesoría se desarrolla inicialmente con un seminario taller donde se conceptualiza el tema empaques y embalajes en lo relacionado con funciones y clasificación de los empaques, conocimiento pleno del producto, del mercado, de normas técnicas y materiales, distribución física, logística y proveedores, posteriormente se desarrolla un taller de creatividad donde el artesano, quien mas conoce el producto, se acerca a los materiales, las dimensiones y la estructura y con ella genera propuestas, que son evaluadas conjuntamente con el asesor, quien a lo largo de diferentes jornadas de trabajo individual coordina los ajustes y pruebas necesarias, para determinar la viabilidad de la propuesta.

### **Montaje y exhibición comercial para el sector artesanal.**

El principal objetivo de la asesoría es la sensibilización del artesano en el uso de esta herramienta para generar atracción, interés y estimulación del cliente hacia la compra del producto expuesto a través del buen uso de la exhibición, tanto en estantería como



en vitrina, pues el productor y comercializador que quiere aumentar sus ventas además de atender amablemente a sus clientes debe emplear su creatividad y buen gusto para atraer nuevos compradores.

Para que resulten atractivos a la vista del posible comprador, la exhibición debe tener equilibrio y buen gusto, y esto se logra con un proceso de diseño que incluye:

- Definición del concepto del punto de venta.
- Identificación y definición del cliente potencial
- Identificación de líneas de producto
- Elaboración de presupuesto y definición de recursos.
- Construcción del concepto de la exhibición
- Diseño de la propuesta
- Costeo
- Ejecución de la propuesta
- Plan de cuidado y mantenimiento

La asesoría en montaje y exhibición se realiza a unidades productivas artesanales, que ven en este concepto oportunidades para mejorar su negocio, la mayoría de los artesanos asesorados por Artesanías de Colombia y que según su criterio cuentan con un nivel óptimo de desarrollo, tiene la oportunidad de participar en los eventos programados como ferias, ruedas de negocios, ruedas de presa y otros. Un asesor con especialidad en el tema, realiza un trabajo conjunto con el artesano cuyo resultado es una propuesta de exhibición acorde a los requerimientos del evento y las posibilidades del productor.

La metodología utilizada son talleres teórico prácticos de carácter individual y/o colectivo, donde se elabora una estructura básica, sobre la cual el asesor en su oficina desarrolla la propuesta estructural y formal que socializa con el grupo, a partir de allí se toman las decisiones en cuanto a costos, manejo de materiales, producción y montaje.

Los contenidos desarrollados durante la asesoría son los siguientes:

- El espacio, el plano, la circulación, y el centro de interés o sub-espacio.
- Las tipologías de las formas (rectilíneas, curvas), la organización o ritmo de las piezas (por repetición, por simetría, por radiación, por variación, por contraste), componentes de la exhibición (el color, armonía, contraste, luz) y materiales necesarios en el momento del montaje de una exhibición.

## **11.5. Pruebas de mercado**

Conjunto de actividades dirigidas a evaluar el comportamiento comercial de los productos desarrollados por el laboratorio de diseño y los diferentes grupos artesanales a partir de los gustos y preferencias del consumidor.



Su objetivo es establecer por medio de la investigación de mercados las directrices sobre los productos que deben ser desarrollados en las diferentes comunidades y generar diferentes espacios de exhibición y promoción comercial permanentes e itinerantes que permitan realizar intercambio de información entre diseñador y comprador - consumidor, sobre el diseño, la calidad y el precio de los productos ofertados.

## **11.6. Otras actividades**

Existen otras actividades que se pueden identificar como estudios previos a la actividad de diseño o como resultado de las asesorías, y otros que forman parte de la memoria histórica de los oficios Artesanales de Colombia, ellas son.

### **11.6.1. Investigación**

Instrumento a través del cual se aportan conocimientos sobre el sector artesanal, en aspectos técnicos, sociales, de identidad, estéticos, simbólicos, prácticos, de producción y comercialización, entre otros.

### **11.6.2. Diagnostico**

Instrumento de vigencia determinada que permite la calificación y síntesis de la actividad artesanal de una comunidad, taller o artesano y del estado de la pieza artesanal objeto de intervención. Además es una síntesis escrita de la situación actual de una actividad artesanal enfatizando aspectos relacionados directamente con el producto, producción y comercialización.

### **11.6.3. Elaboración de material de apoyo o didáctico**

Se constituyen en memorias de una labor desarrollada con la comunidad artesanal, y dirigida a ella en donde se testimonia su identidad, se proporciona un material de capacitación y unas guías de trabajo y recomendaciones para mejorar y controlar la producción de sus talleres.

### **11.6.4. Memorias de oficio**

Instrumento que permite recopilar aspectos relacionados con una actividad artesanal específica que amerita ser investigada y publicada por su valor cultural.



## **12. Caracterización de la artesanía y sus potencialidades**

### **12.1. Identidad en la artesanía**

Al respecto se establecen los rangos de indígena, tradicional y neoartesanía. Las fronteras entre los tres pueden diluirse, si en una pieza convergen elementos de uno y otro, pues la artesanía no es un proceso estático:

#### **12.1.1. Indígena.**

Es el trabajo realizado por una comunidad indígena determinada, en la que se aprecia fácilmente la relación con su entorno, y a la cual se le aplica una tecnología propia, fundiéndose en él, el material, la funcionalidad, la cosmovisión y la belleza logrando la coexistencia de todos sus elementos.

Tradicional. Es el trabajo resultante de la fusión de las culturas americanas, africanas y europeas, elaborado por el pueblo en forma anónima con elementos transmitidos de generación en generación, formando parte de la identidad cultural del país.

#### **12.1.2. Tradicional.**

Es el trabajo resultante principalmente de la fusión de las culturas americanas, africanas y europeas principalmente, elaborado por el pueblo en forma anónima con elementos transmitidos de generación en generación, formando parte de la identidad cultural del país.

#### **12.1.3. Neoartesanía.**

Es el trabajo que actualmente se está desarrollando dentro del marco artesanal, en el que se incorporan elementos de distintas culturas, así como nuevos materiales, técnicas y elementos de diseño como respuesta a las necesidades y funciones de la vida actual.

### **12.2. Clasificación de núcleos artesanales**

El núcleo contempla tres componentes: uno como área geográfica determinada, otro como comunidad, constituida por un número significativo de artesanos, que se identifica con un oficio artesanal específico, y un tercero en relación a que esta actividad sea su principal fuente de ingresos económicos.



### **12.2.1. Núcleos artesanales indígenas.**

Comprende las comunidades indígenas del país con características etno-culturales propias, ubicadas en reservas y resguardos organizados político-administrativamente en cabildos u otras formas. Tradicionalmente estas comunidades han elaborado piezas y objetos con materias primas de su entorno natural, de carácter funcional para uso cotidiano, de trabajo, ritual o festivo con expresión de su cultura.

### **12.2.2. Núcleos rurales de tradición artesanal.**

Comprende las comunidades ubicadas en zonas rurales del país que tradicionalmente han generado ingresos con la elaboración de objetos y piezas con materias primas del entorno natural para satisfacer necesidades de carácter funcional o festivo de uso cotidiano, con un alto porcentaje de expresión étnico-cultural y generalmente de creación colectiva con características individuales.

En estas comunidades predomina el taller familiar y generalmente se combina con actividades de agricultura y labores domésticas. Estos núcleos a su vez comprenden dos tipologías diferentes:

#### **Núcleos con participación mixta en la actividad:**

Núcleos donde la participación en la actividad artesanal es tanto del género masculino como femenino, en proporciones similares de dedicación de tiempo.

#### **Núcleos con prioridad de participación en la actividad del género femenino:**

Son aquellos donde prima el nivel de dedicación y participación de la mujer en el trabajo artesanal.

### **12.2.3. Núcleos artesanales urbanos y contemporáneos.**

Comprende aquellos grupos de población ubicados en zonas urbanas del país, especialmente en las grandes ciudades, que se han dedicado recientemente a la elaboración y manufactura de objetos y piezas fundamentalmente de uso decorativo y funcional. Estos grupos según su motivación y características de trabajo pueden subdividirse en tres categorías:

#### **Núcleos de artesanos urbanos tradicionales:**

Son aquellos núcleos ubicados en zonas urbanas del país que conservan los oficios tradicionales de las ciudades, tales como ebanistería, forja, vidrio, y mampostería, entre otros, generalmente de origen colonial. Estos núcleos se comportan como



talleres familiares de producción y combinan su actividad con empleos de carácter urbano, con el objeto de generar mayores ingresos.

### **Núcleos de artesanos urbanos contemporáneos provenientes de procesos académicos:**

Son aquellos que por motivación académica o de investigación, encuentran en la artesanía una actividad que permite expresiones de diseño aplicado para ofrecer al mercado alternativas de objetos o piezas decorativas y/o funcionales. Estos grupos generalmente mantienen una estrecha relación con la dinámica moderna de mercados nacionales e internacionales.

### **Núcleos de artesanos provenientes de procesos de economía informal:**

Son aquellos núcleos que acceden a la artesanía como alternativa de ingreso económico y funcionan en las zonas urbanas con talleres de carácter familiar o empresarial (relación contractual). Estos grupos generalmente realizan diseño de sus productos, en dinámicas circunstanciales de mercado tales como la moda e innovación permanente de objetos manufacturados. Emplean técnicas y tecnologías modernas combinadas con técnicas tradicionales en la manufactura, que imprimen carácter de originalidad al producto. Algunos de estos grupos pueden asimilarse a la microempresa.

## **12.3. Instrumentos de registro**

### **12.3.1. Fichas técnicas**

Como registro del trabajo creativo del diseñador con el grupo artesanal se elaboran tres (3) fichas técnicas: ficha del taller, dibujo y planos técnicos y ficha de producto las cuales se complementan entre sí para ofrecer una información completa respecto al producto artesanal en cuanto a aspectos formales, técnicos, productivos y del artesano o grupo artesanal, en términos gráficos y escritos.

Cuando una propuesta de diseño sea aprobada para producción y comercialización el diseñador debe elaborar dos (o tres) juegos originales de fichas técnicas y verificar que sean remitidos por la unidad al área comercial, al grupo artesanal, y un tercer juego original al convenio o entidad de apoyo del proyecto respectivo.

### **Ficha del productor**

Documento escrito que recopila los principales datos sobre el taller: artesanos, oficio, productos, producción y mercadeo. Se llena una ficha por taller y/o proyecto; en el reverso, el asesor consigna la información adicional específica. (Formato Anexo FORASD 09)



## **Ficha de dibujo y planos técnicos**

En estas fichas se describen los productos con dibujos y/o planos técnicos en cuanto a producción, bajo normas Icontec, ya sean éstos *empaques e imagen gráfica, referentes, propuestas o muestras*.

La ficha principal presenta las vistas necesarias para el reconocimiento del producto, y las demás fichas información técnica sobre cortes, axonometrías y perspectivas, detalles de ensambles, texturas, puntadas, accesorios, acabados, plantillas, moldes y/o matrices; si es necesario se presentan en anexos planos a escalas mayores y/o plantillas, moldes y matrices a escala 1:1. En los dibujos se expresan todas las características y consideraciones para que la(s) pieza(s) pueda ser comprendida y reproducida.

A nivel escrito se consignan datos generales, haciendo énfasis en el proceso de producción, en esta misma ficha se presentan los bocetos de las propuestas de diseño. (Formato Anexo FORASD 07)

## **Ficha de producto**

En ella se registran los productos artesanales terminados ya sean *referentes, muestras, líneas, empaques y etiquetas*. Visualmente se describe el (los) producto(s) con una o más fotografías de excelente calidad; el contenido escrito hace referencia al oficio, procedencia, dimensiones y mercado; cuando la ficha es de línea, se presentan en la misma todas las piezas que la componen, contextualizadas o individuales.

Esta ficha constituye la síntesis del producto, y por tanto incluye en el reverso la información respecto a la importancia artesanal y cultural de producto, su significación y trascendencia, en términos de valor agregado, sin omitir los aportes de diseño y su relevancia. (Formato Anexo FORASD 08)

## **Contenidos esenciales**

Para diligenciar estos formatos de registro se tiene en cuenta lo siguiente:

*Departamento/ciudad/ municipio/vereda/ localidad /resguardo:* de acuerdo con la división política del país donde está establecido el taller.

*Dirección, teléfonos y dirección electrónica:* lugar y ubicación en donde se establece contacto con el taller y/o el artesano; cuenta de correo en internet para correspondencia digital.

*Grupo:* registro de datos de la organización artesanal.

*Artesanos responsables:* registro de datos personales.

*Grupos artesanales (formales, no formales):* registro de datos del grupo o agremiación artesanal.





*Nombre o razón social:* nombre o identificación del taller.

*Rut:* número de identificación tributaria asignado por el departamento y aduanas nacionales.

*Personería jurídica:* reconocimiento legal de la existencia y representación de la persona jurídica (taller, asociación, cooperativa, fundación) expedida por la autoridad competente (alcaldía, gobernación, cámaras de comercio).

*Representante legal:* nombre del representante legal del grupo o agremiación.

*Fecha de creación:* día, mes y año de constitución del grupo o agremiación.

*Número de integrantes y número de integrantes activos:* el número de integrantes participantes y el número real de integrantes laborando en el período del proyecto y/o asesoría.

*Observaciones y recomendaciones:* aquí se consignan todos aquellos aspectos relevantes que complementan la información de la ficha específica y aspectos especiales para tener en cuenta.

*Responsable:* nombre del profesional encargado del proyecto, en la etapa en que se encuentre.

*Fecha:* día, mes y año en que fue realizada cada etapa del proyecto y/o de la fecha de diligenciamiento del formato.

*Recuadro inferior derecho:* en él se ubica el logotipo o logotipo del convenio o entidad ejecutora asociada y/o financiadora. Cuando estos no existan puede ser utilizado para ampliar los recuadros de observaciones y/o recomendaciones, haciendo las modificaciones pertinentes.

### **12.3.2. Otras fichas**

***Existen otros formatos de fichas de aplicación interna del laboratorio que permiten el manejo de la información de una manera más ordenada. Estas son:***

#### **Ficha récord de asesoría puntual**

En esta ficha se registra los mismos datos de la ficha técnica del productor y al reverso se consigna el récord de las asesorías programadas para el artesano solicitante, incluyendo los datos de:

*Fecha:* día, mes y año de realización de la sesión de asesoría.

*Asesor:* profesional responsable de la sesión.

*Observaciones y recomendaciones:* sugerencias y compromisos específicos, determinados en la sesión correspondiente.

(Formato Anexo FORASD 11)



### **Consolidado general de trabajo.**

Este documento se compone de tres formatos en donde el profesional registra la información requerida ya sea para plan general de trabajo o para informe de avance o resumen de informe final; los tres formatos de registro para cada uno son la *portada resumen*, *el cuadro genérico*, y *el cuadro de presupuesto*, los cuales en su diligenciamiento se exponen a continuación:

*Objetivos*: descripción concreta de la actividad en relación con el proyecto asignado.  
*Actividades referentes a diseño*: descripción de las actividades específicamente en el campo de diseño.

*Otras actividades*: actividades alternas y/o de gestión que se realizan con la comunidad o grupo artesanal, y que no se relacionan directamente con el desarrollo del proyecto pero pueden ser vinculadas a la misma; así mismo incluye las actividades de soporte y/o apoyo que brinde el diseñador desde el laboratorio a las dependencias de la empresa en diferentes campos.

*Logros*: se describen en términos cuantitativos y cualitativos

*Observaciones y recomendaciones*: comentarios particulares sobre la actividad.

*Anexos*: además del cuadro genérico y del cuadro de presupuesto se mencionan otros si los hay.

(Formato Anexo FORASD 01)

### **Cuadro genérico de actividades (en planeación, en avance, o en logros)**

Cuadro establecido desde las dependencias de la empresa para proyectos, por región, departamento (unidad de análisis) y municipio, que permite organizar información institucional de diversa índole.

Cada diseñador consigna mes a mes en el formato del cuadro la información pertinente a los proyectos bajo su responsabilidad, con miras a lograr continuidad en el trabajo desarrollado, marcando las pautas para las acciones a tomar, mensual y anualmente.

Para diligenciar el cuadro se utilizan especificaciones que se explican a lo largo de este documento; en dicho cuadro existen varias columnas que pueden aparecer o desaparecer según el tipo de información manejada, y entre ellas se cuentan, además de las columnas de departamento, municipio, vereda o localidad, oficio, materia prima y tipo de población, las siguientes:

*Actividad (act.)*: es cada uno de los instrumentos enunciados.

*Actividades programadas o a programar*, para cubrir objetivos en su totalidad (*act. Pro.*)

*Número de actividades ejecutadas (n° act. Eje.)*: de las programadas cuantas se desarrollaron.

*Participación hombres (par. H.)* : cuántos hombres asistirán o asistieron.

*Participación mujeres (par. M.)*: cuántas mujeres asistirán o asistieron.

*Total beneficiarios directos (total ben. Dir.)*: número de artesanos participantes.



*Total beneficiarios indirectos (total ben. In.):* número de personas que se benefician de la actividad, como miembros de su familia y del grupo artesanal (o del núcleo cuando el impacto es mayor).

*Total horas presenciales (total h. Pres.):* número de horas que se invierten en la actividad con el grupo (se establecen como mínimo 8 horas por día, aunque este tiempo puede ser mayor de acuerdo con la dinámica generada durante la actividad).

*Total tiempo actividad (total t. Act.):* tiempo total invertido en la actividad, tanto en viajes como en la unidad, en investigación, elaboración de muestras y prototipos, elaboración de documentos entre otros.

*Entidad de apoyo:* puede ser de convenio, ong, og u otra.

*Fecha de ejecución:* el periodo de tiempo, expresado en meses y días (fechas).

*Costo de la actividad:* se expresa en pesos colombianos.

*Descripción actividades o contenido:* el tema específico de la actividad o instrumento aplicado- y sus componentes.

*Logros esperados o logros:* se describen sucintamente, resaltándose los de mayor impacto, principalmente en cuanto a diseño.

*Evaluación comercial:* se especifica qué se aprobó o no y por qué, de acuerdo con el nicho de mercado.

*Profesional responsable:* nombre del profesional que asume y ejecuta el proyecto.

### **Cuadro de costos de actividades (plan de costos proyectados o informe de recursos invertidos)**

En este formato se registra ya sea el plan de costos proyectados o el informe de registra, además de la cantidad invertida, el valor de las ventas de los productos aprobados, y el valor por *venta de bodega* de los productos no aprobados.

*Número de días:* cantidad de días de estadía en el lugar donde se realizará o realizó la actividad. Se debe incluir como medio día el último día de la actividad.

*Costo por día:* según la estrategia presupuestal se registra el costo - día asignado por la empresa para el período contractual.

*Alojamiento y alimentación:* es el costo resultante de la multiplicación del número de días por el costo - día.

*Transporte aéreo:* valor del transporte de traslado al lugar.

*Transporte aeropuertos y terminales:* valor promedio asignado por la empresa para el traslado desde la residencia del profesional a los terminales aéreos o terrestres.

*Transporte terrestre o fluvial:* valor de los transportes desde el terminal aéreo o terrestre de destino hasta el lugar en donde se encuentra la comunidad o el grupo artesanal.

*Materiales y prototipos:* costo presupuestado o invertido en desarrollo de prototipos y en producción de prototipos, contemplando materias primas principales y secundarias e insumos de acuerdo con el tipo de costeo aplicado (ver capítulo costos y precio de los productos artesanales), así como en material fotográfico, papelería, herramientas entre otros.

*Honorarios:* se registra el valor asignado por la empresa para el profesional.

*Total costo por actividad (fila):* en esta(s) casilla(s) se totaliza el costo.



*Total costo por rubro (columna):* en esta(s) casilla(s) se totaliza el costo.

*Costo total:* en esta casilla se totaliza el costo del plan general de trabajo. Debe coincidir el resultado de la sumatoria del costo de las actividades con el costo de los rubros.

### **Cuadro de evaluación económica**

En este formato se registra el cálculo de pérdidas y ganancias en relación con los recursos asignados a los proyectos, teniendo en cuenta las siguientes variables:

*Logros esperados o logros:* se describen detalladamente de acuerdo con las actividades desarrolladas cada día.

*Observaciones y recomendaciones:* se describen detalladamente de acuerdo con las actividades desarrolladas cada día.

*Ventas:* se registra el valor de las ventas de los productos aprobados, y el valor por venta de bodega de los productos no aprobados.

*Costo prototipo(s) producto(s):* se registra este valor, sea de pieza elaborada, o de mano de obra más materia prima e insumos.

*Utilidad bruta:* se registra el valor resultante de la resta del valor de ventas y el costo de prototipos-productos.

*Gastos:* se registra discriminadamente el valor de los gastos de permanencia (alojamiento y alimentación), transportes, materiales (excluyendo prototipos-productos) y otros.

*Total:* se registra el valor resultante de la resta de la utilidad bruta y el total de gastos.

### **Cuadro plan de viaje o informe de viaje**

En este formato se registra las actividades proyectadas (plan de viaje) o realizadas (informe de viaje) día a día con el(los) grupo(s) artesanal(es), contemplando los siguientes aspectos:

*Duración:* tiempo total planeado y/o utilizado para la realización de las actividades.

*Grupo:* nombre con que se identifica el grupo artesanal. Acuerdo de estadía

Este formato se diligencia de acuerdo con las determinantes del contrato y las directrices establecidas por la coordinación de la unidad de diseño. (Formato Anexo FORASD 03)

### **Informe parcial y/o final de contrato**

En este documento se consigna la información condensada de los avances que ha tenido una asesoría en diseño, cuando esta aún no se ha finalizado y ha terminado el periodo de contratación. Se presenta una síntesis de los antecedentes, un análisis previo del mercado objetivo, y toda la información relevante y necesaria para finalizar la asesoría en un periodo futuro.

Se incluyen los avances de diseño registrados en las fichas técnicas (del productor, de dibujo y planos técnicos y de producto) y la(s) hoja(s) de contacto(s) fotográfico(s).



Cada imagen se presenta en un formato mínimo de 6 cms x 6 cms, en donde se evidencia todo el proceso de avance de la asesoría.

### **Cuadro control de asistencia por actividades y reporte grupal por evaluación**

Este formato registra los datos de las actividades que se realizan para los artesanos. Se debe tomar en la cuenta la descripción siguiente de los contenidos para su diligenciamiento:

*Secuencia:* código consecutivo de las actividades realizadas. Se deja en blanco.

*Zona/departamento:* comprende la codificación regional y departamental adoptada por el departamento nacional de planeación (véase capítulo clasificaciones).

*Municipio/ciudad:* comprende la codificación correspondiente al municipio y a la ciudad según el departamento nacional de planeación. (véase capítulo clasificaciones).

*Núcleo artesanal o grupo artesanal:* comprende la caracterización del subsector artesanal que identifica los núcleos por tipologías diferenciadas a partir del comportamiento socio-económico y étnico-cultural, y del tratamiento y metodologías del trabajo empleados.

*Orientador:* código de quien ejecuta directamente la actividad (profesional, maestro, experto, técnico, otros).

*Proyecto:* se refiere al tipo de proyecto en que se realiza la actividad de capacitación (código Artesanías de Colombia, dejar en blanco).

*Mes:* nombre del mes en que se realiza la actividad.

*Apellidos, nombre, identificación/fecha de nacimiento:* anotación consecutiva de los nombres, apellidos, documentos de identidad y fechas de nacimiento de los beneficiarios de la actividad.

*Fecha/días de actividad:* registro del día y la fecha en que se desarrolla la actividad.

*Horas días:* se registra el número total de horas dedicadas a la actividad por día en general, y el número de horas que asiste cada artesano por día.

*Inicia y termina:* mes, día y año en que inicia y termina la actividad.

*Oficio y técnica:* se refiere al oficio y la técnica aplicada en la actividad. En aquellas actividades que son de carácter general o complementario, se registra el oficio que caracteriza al núcleo o grupo con que se está trabajando.

*Tipo de acción:* grupal o individual.

*Modalidad(es):* investigación (in), curso - taller (c-t), asesorías (as), asistencia técnica (at), gira educativa (ge), seminario (s).

*Duración (horas):* registra la duración en horas del total de la actividad.

*Tiempo aplicado:* las horas dedicadas a la cualificación teórica y a la práctica, respectivamente.

*Ingresos:* registro del número inscrito de hombres y de mujeres en la actividad.

*Deserción:* registro del número de hombres y/o de mujeres que abandonan la actividad mientras ésta se realiza.

*Egresos:* registrar el número de hombres y/o mujeres que finalizan la actividad.

*Evaluación y desempeño:* se registra el comportamiento general del grupo objeto de la actividad.



*Orientador - asesor:* nombre de quien realiza y orienta la actividad y su categoría (m, p, e, ei, otro).

*Coordinador :* se registra el nombre del coordinador responsable de la unidad por parte de Artesanías de Colombia.

(Formato Anexo FORFAT 02)

### **Ficha de evaluación de instructores y asesores**

En esta ficha los artesanos evalúan el desempeño de los instructores o asesores que dirigieron la actividad, desde su apreciación personal, incluso en términos de excelente, buena, regular, y deficiente para preguntas e indicadores específicos. Esta ficha es firmada por el artesano si éste así lo desea. (Formato Anexo FORASD 06)

### **Ficha de relatoría**

En la ficha de relatoría se registra todos los aspectos, temas y compromisos que de las diferentes reuniones convocadas y realizadas en el laboratorio de diseño.

Se establece como acta de actividades, compromisos y recomendaciones resultantes de dichas reuniones.

### **Ficha relatoría de reunión técnica**

En este formato se registra la relación de los temas tratados y los resultados de las reuniones en donde el(los) representante(s) del laboratorio de diseño participa en conjunto con otras áreas de la empresa.

### **Ficha de presentación anexo fotográfico**

Registra el sistema de referencia específico para anexos fotográficos, que comprende el número del(los) oficio(s) contenido(s) en el anexo, seguido del número del departamento; y una descripción general que incluye oficio, recurso natural, departamento y localidad.

### **Ficha de relación anexo fotográfico**

Registra el total de las fotografías incluidas en el anexo, indicando un número consecutivo total, el sistema de referencia específico para anexos fotográficos que comprende el número del(los) oficio(s) contenido(s) en el anexo, seguido del número del departamento adicionando un número consecutivo para las fotografías de cada oficio, el oficio y la materia prima, el departamento y la localidad, una descripción de la fotografía, y los artesanos que aparecen en ella.

### **Evaluación de productos**

Registra información general y específica para el(los) producto(s) a evaluar, de acuerdo con los aspectos contemplados en el capítulo de instrumentos, en seguimiento y evaluación.



### **Evaluación de informes/documentos**

Registra información general y específica para el(los) informe(s) y/o documento(s) a evaluar, de acuerdo con los aspectos contemplados en el capítulo de instrumentos, en seguimiento y evaluación.

### **Ficha de evaluación de profesionales**

Registra el desempeño de los profesionales evaluado de acuerdo con los resultados de los proyectos que conduce, en cuanto al nivel de creatividad e innovación, comportamiento con la comunidad y responsabilidad frente al trabajo y obligaciones. La ficha recoge información de las actividades, observaciones, y la apreciación para cada una en términos de excelente, buena, regular o deficiente.

### **Contenidos generales para informes alternativos**

Respecto a las asesorías en diseño que no se centran en el desarrollo de productos, y para ciertas acciones ejecutadas desde los convenios, se presentan informes finales donde se reseña el desarrollo de las actividades. La siguiente es una tabla de contenido guía para este tipo de informes alternativos que no se ajustan a un parámetro específico de presentación como los descritos anteriormente:

Introducción

Antecedentes

Objetivo general planteado y logrado

Objetivos específicos planteados y alcanzados

Metodología

Contenidos

Actividades (descripción de cada una y sus alcances)

Descripción de los principales logros (se pueden referenciar casos concretos)

Limitaciones y dificultades encontradas

Proyecciones y conclusiones

Cuadro resumen de actividades

Cuadro resumen de inversión en el contrato o convenio (se anexan fotocopias de los soportes)

Formatos pertinentes

Apéndices

Anexos

### **Cuadro genérico de actividades**

Este cuadro genérico se estableció para las dependencias de la empresa por proyectos, por región, departamento (unidad de análisis) y municipio, se organiza y presenta información institucional de diversa índole.

Cada diseñador, consigna mes a mes en el formato del cuadro (ubicado en archivo digital) la información pertinente a los proyectos bajo su responsabilidad, con miras a lograr continuidad en el trabajo desarrollado con cada grupo artesanal, marcando las pautas para las acciones a tomar, mensual y anualmente. El plan general de trabajo



que cada diseñador debe presentar también se realiza sobre el formato de este cuadro genérico.

Para diligenciar el formato del cuadro se utilizan especificaciones que se explican a lo largo de este documento. En dicho cuadro existen varias columnas que pueden aparecer o desaparecer según el tipo de información manejada.

Entre ellas se cuentan, además de las columnas de departamento, municipio, vereda o localidad, oficio, materia prima y tipo de población, las siguientes:

*Actividad (act.):* es cada uno de los instrumentos enunciados.

*Actividades programadas* o a programar, para cubrir objetivos en su totalidad (act. Pro.)

*Número de actividades ejecutadas* (nº atc. Eje.): de las programadas cuantas se desarrollaron.

*Participación hombres* (par. H.): cuantos hombres asistieron.

*Participación mujeres* (par. M): cuantas mujeres participaron.

*Total beneficiarios directos* (total ben. Dir.): número de artesanos participantes.

*Total beneficiarios indirectos* (total ben. In.): número de personas que se benefician de la actividad, como miembros de su familia y del grupo artesanal (o del núcleo cuando el impacto es mayor).

*Total horas presenciales* (total h. Pres.): número de horas que se invierten en la actividad con el grupo (se establecen como mínimo 8 horas por día).

*Total horas actividad* (total h. Act.): tiempo total invertido en la actividad, tanto en viajes como en la unidad, en investigación, elaboración de muestras y prototipos, elaboración de documentos entre otros.

*Descripción actividades o contenido:* el tema específico de la actividad y sus componentes.

*Resultados:* se describen sucintamente, resaltándose los de mayor impacto.

*Aprobación comercial:* se especifica que se aprobó y por qué, y se determina el nicho de mercado (nacional o internacional).

*Costo de la actividad:* se expresa en pesos colombianos, o en la moneda local.

*Profesional responsable:* nombre del profesional que asume y ejecuta el proyecto.

*Entidad de apoyo:* puede ser de convenio, ongs, og u otra.

*Fecha de ejecución:* el periodo de tiempo, expresado en meses y días (fechas).

## **13. Areas de desempeño.**

### **13.1. Desarrollo de productos.**

Los productos artesanales deben ser productos con alto contenido de diseño, calidad, innovación tecnológica y precios competitivos, que participen en diversos eventos comerciales nacionales e internacionales y su desempeño sea óptimo.





### **Objetivo general del área:**

Busca generar nuevos productos artesanales para responder a las exigencias del mercado actual, aportando al desarrollo sostenible del sector y al mejoramiento del nivel de vida del artesano colombiano.

### **Objetivos específicos del área:**

- Generar nuevos productos y líneas de productos con diseño, funcionalidad y calidad de manufactura.
- Involucrar factores de identidad y tradición artesanal colombiana.
- Fortalecer la identidad de los productos artesanales colombianos mediante el recate de técnicas y características formales ancestrales, adaptándolos a las exigencias del mercado actual tanto a nivel técnico como formal.
- Cualificación de grupos de acuerdo a sus debilidades y fortalezas dentro de la oferta artesanal colombiana.

#### **13.1.1. Líneas de intervención:**

##### **Rescate.**

Recuperación de técnicas y piezas que se han perdido por escasez de materia prima, sustitución tecnológica, cambio en la función, deculturación y/o ausencia de mercado, pero que para la demanda actual recobran vigencia.

##### **Rediseño.**

Sobre la pieza original se modifican o corrigen fallas a escala en lo funcional o estético, que se han presentado durante su ciclo de vida que malogran sus posibilidades de comercialización dentro de las exigencias actuales del mercado. El rediseño no va dirigido a solucionar problemas derivados del deficiente manejo de la técnica en el oficio, ya que en este caso inicialmente se practica una capacitación que califique el proceso para luego sí, intervenir en diseño.

##### **Diversificación.**

A partir de una técnica o pieza específica, se diseñan nuevas alternativas de productos, conservando los materiales, las técnicas y los elementos característicos de identidad, con el fin de ampliar la oferta o responder a la demanda.



## **Creación.**

A partir de la demanda y experimentación de materiales, técnicas y nuevas funciones, se crean nuevos productos de carácter artesanal, los cuales son desarrollados en talleres conocedores de las técnicas y/o de los materiales.

## **Definición de líneas de productos.**

De acuerdo a las nuevas tendencias nacionales e internacionales, se generan una serie de productos relacionados entre si en lo formal, funcional y estético.

### **13.1.2. Etapas de la intervención:**

#### **Diseño (as)**

Permite la aplicación del diseño a la artesanía, en un trabajo conjunto entre diseñadores y artesanos sobre aspectos previamente detectados directamente sobre el producto, o en el proceso productivo, de acuerdo con los resultados de las investigaciones de diseño, memorias de oficio y/o diagnósticos.

Los proyectos y las acciones que se realizan en el ámbito del diseño están encaminados a beneficiar a la población artesanal que deriva su sustento de la producción de objetos artesanales.

#### **Producción**

Se contemplan las actividades que tienen que ver con el proceso productivo de la pieza artesanal una vez se ha concluido con un prototipo aprobado y sometido a prueba de mercado. El objetivo es preparar a la comunidad para responder a las demandas del mercado, además se incluyen actividades de mejoramiento relacionadas con la elaboración del producto, acabados y control de calidad.

En esta etapa el diseñador y el área de diseño intervienen en unas fases, ya que esta es una tarea interdisciplinaria entre las diferentes áreas de la empresa y demás profesionales y técnicos de la misma y entidades de apoyo.

Dentro de las actividades que en producción se desarrollan tenemos, optimización del proceso productivo, puesto de trabajo, capacidad de producción y control de calidad, costos-precio, listado de proveedores con dirección y/o teléfono y su ubicación para el contacto comercial.

El instrumento de trabajo utilizado para esta actividad se denomina curso-taller (ct), el cual contribuye a la formación integral del artesano, en un proceso de intercambio creativo de conocimientos con los artesanos, con el fin de ampliar y mejorar la



calidad del proceso productivo en todas sus fases, cualificando los aspectos de expresión artesanal, manejo de los recursos naturales, perfeccionamiento de la técnica, desarrollo tecnológico, diseño del producto y manejo administrativo (gerencial y comercial de la empresa artesana).

### **Comercialización**

Al emprender cualquiera de los cuatro modos de intervención del diseño en la artesanía, el diseñador debe conocer los estudios de mercados del área comercial y las pautas planteadas para el producto a diseñar.

Así mismo debe procurar información comercial nacional e internacional sobre productos artesanales de mayor aceptación y su posicionamiento, exigencias requeridas (especificaciones de calidad, volúmenes mínimos), volúmenes comercializados, principales canales y distribuidores, principales competidores sus estrategias, y precios, del comprador final el diseñador debe conocer motivaciones de compra, gustos y preferencias, hábitos y capacidad de compra, para así poder definir su perfil de compra.

Dado que el propósito de un producto debe ser su venta, es necesario tener claridad sobre aspectos de la competitividad, entendiendo que es el hombre su gestor.

Dentro de las actividades que se desarrollan dentro de la gestión de comercialización tenemos, aquellas relacionadas con los aspectos de promoción y manejo del producto en su distribución, imagen (sello de identidad y/o etiqueta), empaque, embalaje (rotulado con especificaciones del destinatario y el remitente, nombres y cantidades del producto), presentación al área comercial y exposiciones.

### **13.2. Investigación de materiales.**

Las materias primas, particularmente las utilizadas en el desarrollo de la producción artesanal en los diferentes oficios que existen en el país son escasas por diferentes motivos:

- El proceso de deforestación por la continua tala de árboles, ha generado su baja sostenibilidad.
- Los procesos de recolección y almacenamiento no son los adecuados.

### **Objetivo general del área.**

Recuperación, rescate, diversificación, sustitución e investigación del manejo y comportamiento de las diferentes especies vegetales, animales y minerales, utilizadas como materias primas en la actividad artesanal.



### **Objetivos específicos del área.**

- Construir conocimientos específicos sobre el manejo y transformación adecuada de los recursos naturales y materias primas.
- Transmitir a cada uno de los núcleos artesanales la información elaborada.
- Desarrollar actividades de experimentación y valoración de las especies in situ y laboratorio.
- Determinar la situación actual de los recursos naturales utilizados como materia prima en la actividad artesanal.
- Elaborar programas para el buen manejo y aprovechamiento de los recursos naturales e investigar y sustituir recursos en vía de extinción.
- Determinar las especies que requieren de protección, de proceso de reforestación, y conservación, y además las que se encuentran en abundancia.

### **13.3. Área tecnológica:**

Las tecnologías tradicionales se caracterizan por ser flexibles a diferencia de la industria que establece rutas predeterminadas e inflexibles de producción; cualquier desarrollo tecnológico en la artesanía deberá contemplar esta característica que en algunos casos es la promotora de procesos creativos.

#### **Objetivo del área.**

Alcanzar mejores niveles de calidad, eficiencia y productividad, eliminando la brecha entre las tecnologías tradicionales estancadas, introduciendo adelantos técnicos y tecnologías eficientes y dispuestas al cambio constante en pro del crecimiento en sus procesos transformativos.

#### **Objetivos específicos del área.**

- Realizar inventarios de tecnologías existentes en la producción artesanal apropiándolas a las necesidades locales y proyectándolas como viables para el mercado global.
- Desarrollo tecnológico para las comunidades, que contemple la preparación de la materia prima, procesos de elaboración y de acabados.
- Implantación de tecnología para el proceso de obtención de materias primas.



- Desarrollo tecnológico para la cultura artesanal y desarrollo de tecnologías artesanales urbanas.
- Investigación de la cultura del oficio, sus variables de configuración, tiempos de producción, principios técnicos, concepción local del tiempo, el espacio y el trabajo.

#### **13.4. Desarrollo del talento humano**

Programación y desarrollo de actividades como capacitación, talleres experimentales, intercambios, asesorías puntuales, las cuales por su concepción y esquema de trabajo se desarrollan como encuentros interdisciplinarios.

##### **Actividades:**

- Intercambio inter-regional de artesanos, por oficios, técnicas y materias primas.
- Implementación del programa maestro artesano.
- Realización de concursos por productos, habilidades, técnicas, creatividad.
- Exposiciones itinerantes para intercambio de información entre los diferentes grupos artesanales del país.
- Herencia y tradición enfocada hacia los jóvenes.
- Talleres de búsqueda de identidad cultural local.
- Talleres de capacitación contextualizados en:
  - uso y función.
  - teoría del color.
  - dibujo e interpretación de planos técnicos.
  - presentación final de los productos.
  - conceptos básicos en el proceso comercial.
  - normas técnicas y certificaciones.
  - acabados.
- Viajes al exterior para visualizar nuevas propuestas y tendencias en ferias y eventos relacionados con el tema de la artesanía.
- Encuentros al interior del laboratorio para intercambio de conocimientos y fortalezas con cada uno de los profesionales.

#### **14. Subproyectos del Laboratorio de Diseño**

##### **14.1. Definición de líneas de productos**

Como repuesta al mercado nacional e internacional se plantean propuestas de diseño como líneas de productos, con el propósito de generar ambientes y permitir ver



materiales y técnicas dentro de un contexto, respondiendo a las necesidades del consumidor, contemplando además el análisis de los productos existentes.

Así, las propuestas de diseño se presentan como líneas de productos, por *función* de las piezas o como *juego* de piezas, siendo estas autónomas en un contexto específico, aunque tengan un carácter formal común, como puede ser una *línea de portarretratos, manteles o bateas*, que tienen la misma función. O que esté constituida como sistema de productos en donde las piezas que la constituyen, con diferente función, tienen un lenguaje formal específico, como por ejemplo una *línea de mesa*, en la que individual, portavaso, servilletero, fuente, bandeja y cucharas de servir se identifican como de una misma familia, conformando un juego.

Las líneas pueden estar acordes con una tendencia y podrán responder a los criterios de una colección definida.

Se establecen entonces cinco (5) opciones - que se pueden combinar- para definir *líneas*, ellas son:

Dirigidas a *espacios interiores y exteriores*

Caracterizadas de acuerdo con un *ambiente, tema o estilo* particular

Centradas en *oficios, técnicas y/o materiales*

Basadas en los *grupos clasificatorios*

Basadas en los *productos o piezas* como tales (de los grupos clasificatorios)

### **Espacios Interiores Y Exteriores**

Sala	Oficina	Jardín
Comedore	Infantil	Terraza
Cocina	Escaleras	Balcones
Bare	Recibo	Piscina
Alcoba	Estar	Finca
Baño	Pasillos	Parques
Estudio	Chimenea	Espacios públicos

### **Ambientes, temas o estilos**

En este aspecto hay gran número de opciones, que también pueden combinarse. Puede por ejemplo seleccionarse una comunidad o grupo artesanal, o un oficio específico; o ambos, pues algunos de estos se han destacado por estar ligados, a veces tradicionalmente, unos con otros (ej. Cerámica de la chamba, barniz de pasto). Se presentan las siguientes alternativas:

Andino	Climas:	Por colores (gammas, tonos, contrastes, acentos)
Costero	Selvático	
Cafetero	Oceánico	
	Desértico	



Caribeño Pacífico Amazónico Llanero  Oficios, técnicas y/o materiales Grupos o comunidades artesanales Localidades Departamentos Regiones	Animal Floral  Precolombino Indígena Popular Tradicional Contemporáneo Infantil	Fechas especiales: Navideño  Ocasiones especiales en: Concursos: Ferias: Exposiciones: Empresas:
---	---	---

### **Oficios, técnicas y/o materiales**

En este aspecto hay opciones variadas, de acuerdo con el listado general de oficios artesanales, que está en crecimiento, y con base en la riqueza de recursos existentes. Es importante destacar la importancia actual de la combinación de oficios, técnicas y/o materiales en el diseño de productos.

### **Grupos clasificatorios**

Se han establecido ocho (8) grupos clasificatorios de productos así:

- Mobiliario
- Enseres y menaje
- Ropa de hogar
- Moda y accesorios
- Alimentos y sustancias
- Piezas especiales y/o decorativas. Solaz y lúdica
- Papelería; empaques
- Regalo:
  - promocional
  - empresarial
  - fechas especiales

### **Productos o piezas**

Dentro de cada uno de los ocho (8) *grupos clasificatorios*, se encuentran diferentes piezas o productos; una misma pieza puede llegar a ser de mesa, piso, techo, pared, fija, móvil, colgante, portátil, o tener dos o más funciones:



## Mobiliario

Estanterías Escaparates Vitrinas Exhibidores Alacenas Gabinetes Cómodas Tinajeros Bargueños Escaños Escabeles Muebles auxiliares Biombos Barandas Rejas	Ventanas Puertas Hamacas (con soporte) Columpios (con soporte)  Mesas Comedor Sala Auxiliares De alcoba Juegos Cama Mesas Catres Cunas	Sillas Banquetas Silletas Butacos Taburetes Poltronas Sofás Sillas Mecedoras Tumbonas Chaise-longues Catres pequeños Alzapies Auxiliares Corridas
---	--	---

## Enseres y menaje

Se presenta enseres y menaje de mesa y cocina; escritorio, estudio y oficina; iluminación y ambientación; contenedores y organizadores; varios; accesorios; y uso particular.

### De mesa y cocina

Asadores Parrillas Hornos Calderos Ollas Pailas Woks Paelleras Sartenes Samovares Moyos Tinajas Vasijas Refractarias Moldes Artesas Cazuelas Salseras Bateas Fruteros Ensaladeras Pasaboqueros Cubertería <u>VIENE de mesa y cocina:</u> Cubierteros	Portacazuelas Portarefractarias Portacalientes Salvamanteles Portaservilletas Portavasos Individuales Servilleteros Toalleros Bandejas Paneras Condimenteros Saleros Pimenteros Ajiseras Morteros Mantequilleras Queseras Azucareras Bomboneras Dulceras Juegos de café Juegos de té Cafeteras Teteras	Exprimidores Churruscos Hueveras Vajillas Soperas Platos Vasos Copas Copones Jarros Pocillos Mugs Vinajeras Vinagreras Vineras Licoreras Cristalería Frascos Botellas Botellones Botelleros Jarras Anforas Porrones Hieleras
--	--	--





Pinzas Palas (de untar, de servir) Cucharones Pinchos Trinches Palilleros Cubiertos de servir Tablas de servir Mesas de desayuno	Lecheras Tablas de cortar Menaje de cocina(r) Ralladores Ecurridores Rodillos Molinillos Cedazos Coladores	Picahielos Cantimploras Botas Descorchadores Destapadores Mezcladores Pitillos Palanganas Agumaniiles Centros de mesa
--	--	--

#### De escritorio, estudio y oficina

Objetos de escritura Plumas Tinteros Secantes Lápices (negro y color) Pinceles Abrecartas Dagas Tarjeteros Sellos	Acuñalibros Portalibros Libreros Revisteros Papeleras Pisapapeles Portapapeles Portalápices Portaagendas Atriles	Portacds Portadiskettes Organizadores Vades Marcadores de página Clips Carteleras Tableros Pizarras
--	---	---

#### De iluminación y ambientación

Caperuzas Lámparas Pantallas Difusores Quinqués Briseros Candeleros Candelabros Velarios Portavelones Faroles Linternas Velas Velones	Cirios Appliques o adornos para velas Apagavelas Vitales Incensarios Pebeteros Jarrones Solitarios Floreros Flores Relojes Relojes de arena Clepsidras	Cajas de música Appliques Jaulas Acuarios Jardineras Macetas Materas Portamateras Soportes materas Regaderas Adornos para materas Balde Parasoles Celosías
--	--	---

#### Contenedores y organizadores

Cofres Cajas Estuches Pastilleros Joyeros Baúles Arcones Petacas Barriles	Cestos(as) Canastos(as) Canastillos(as) Perchas Percheros Paragüeros Menaje de chimenea Repisas Toalleros Alcancías Cajas de embolar	Costureros Alfileteros Solterones Portapañuelos Portacepillos Jaboneras Dispensadores Potes Pomos Tarros Cocas
---	--	--



### Varios (de pared, piso, techo y/o mesa)

Alfombras Tapetes Gualdrapas Esteras Cortinas Visillos Persianas Mosquiteros	Tapices Pendones Marcos Espejos Portarretratos Portapostales Cenefas y tapices (revestimiento) Tapicería (por metros)	Ceniceros Biombo Cabeceras de cama Cojines Almohadones (forros o rellenos) Hamacas Chinchorros Columpios
---	---	--

### Accesorios

Manijas Asas Pomas Haladores Picaportes	Cerrojos Candados Fallebas Aldabas Cortineros	Cencerros Campanas Campanillas Cascabeles
---	---	--

### De uso particular

Calzadores Sacazapatos	Abanicos Chinas Matamoscas	Estropajos Cepillos Masajeadores
---------------------------	----------------------------------	--

### Ropa de hogar

Se determina de acuerdo a su ubicación y función: lencería de cama; baño; mesa y cocina; otros; y uso personal.

#### Cama

Juegos de cama Tejidos (por metros) Cubrecamas	Colchas Edredones Cobijas	Mantas Mantas de viaje Fundas
--	---------------------------------	-------------------------------------

#### Baño

Tapetes Cubiertas para los muebles Cobertores/dispensadores	Toallas Toallas de cortesía	Bolsas Fundas Portasachets
---	--------------------------------	----------------------------------

#### Mesa y cocina

Manteles Servilletas Paneras Caminos de mesa Individuales Portavasos	Portarefractarias Calentadores Fundas Forros Bolsas Cubierteros	Cogeollas Guantes Delantales Paños Limpiones Secadores
---	--	---

#### Otros

Carpetas Cubresillas	Throws Pendones	Pasamanería Encajes
-------------------------	--------------------	------------------------



## Uso personal

Portagafas Portapañuelos	Cosmetiqueras Pañaleras	Bolsas Fundas y forros
-----------------------------	----------------------------	---------------------------

## Moda y accesorios

### Prendas de vestir

Ruanas Ponchos Sombreros, gorros y similares Túnicas Mantas Batas Faldas Blusas Camisas Sacos Suéteres Guantes	Bufandas Chales Estolas Pañolones Mascadas Pañuelos Pañoletas Corbatas Fajas Correas Cinturones Medias	Alpargatas Abarcas Pantufas Sandalias Botas Disfraces Máscaras Antifaces Trajes típicos Trajes festivos Trajes rituales
---	---	---

### Varios

Joyería en general Bisutería Alfileres y agujas Mancornas Collares Cadenas Brazaletes Pulseras Broches Prendedores Pendientes Aretes Anillos Dijes/colgantes Camafeos Pañueleteros Botones y similares Neceseres Cigarrilleras Fosforeras Pitilleras	Carteras Bolsos Mochilas Carrieles Morrales Canguros y riñoneras Maletas Maletines Tulas Billeteras Monederos Portadocumentos Loncheras Paraguas Fundas de gafas, pañuelos u otros Estuches de gafas, pañuelos, tarjetas, encendedores, cosméticos	Llaveros Hebillas Pines Peinetas Diademas Perfumeros Espejos de estuche Espejos de mano Monturas de lentes Menaje de cabalgadura Monturas Cepillos Peines Bastones Aperos Zamarros Alforjas Rejos
--	---	--

## Piezas especiales y/o decorativas, solaz y lúdica

Escenas primitivistas, naive, costumbristas, festivas, bi y tridimensionales Representaciones realistas/fantásticas, de frutas,	Implementos de caza Nasas Redes Machetes Instrumentos musicales	Faroles Adornos Adornos colgantes Guirnaldas Máscaras
--	---	---



vegetales, animales, objetos, personajes, fachadas, edificaciones Arte religioso Piezas y artículos religiosos Rosarios Camándulas Imágenes religiosas Reclinatorios Columnas Custodias Pesebres Coronas Ramos Piezas indígenas Piezas ceremoniales Balayes Molas Narigueras Pectorales Rallos Banquitos Canoas Remos Chumbes Cinchos Costales	Precolombinos Urnas funerarias Taladros Telares Husos Frisos Calados Damajuanas Aguamaniles Paisajes Chivas Tapices Imágenes Pinturas Retablos Esculturas Estatuillas Tallas Miniaturas Modelos Réplicas Escudos Lápidas Placas Souvenirs Moños	Muñequería Muñecos(as) Marionetas Títeres Juguetes Juegos Rompecabezas Trompos Perinolas Cocas Yoyos Móviles Cometas Piñatas Masajeadores Juegos pirotécnicos Parafernalia Utilería Piezas de colección Frutería inmortalizada Floristería inmortalizada Semillas, frutos secos, cortezas, cáscaras, fibras, granos, granos molidos, flores, hojas; flora Productos intermedios (hilazas, cabuyas, rejos, lanas, trenzas, pieles, cueros, pergaminos)
--	--	---

### **Empaques / papelería**

Papeles Esqueletos Tarjetas Pastas Libretas Agendas	Álbumes Diarios Marquillas Moños Cintas Guirnaldas	Flores Frascos Botellas Cajas Tubos Bolsas
--	---	---

### **Alimentos / sustancias**

Dulcería Galletería Bizcochería Conservas Cremas Mantequillas	Helados Bebidas tradicionales Jabón de la tierra Jabones Esencias	Inciensos Popurrís Sachets Hierbas Lacres Fósforos
--	---	---

### **Regalo**

Este grupo responde a una exigencia del mercado actual internacional que se viene manifestando en la realización de importantes “ferias del regalo” con características específicas donde el producto artesanal tiene cabida. Por tal razón en este grupo no



se hace alusión directa a productos o piezas, y pueden incluirse aquellas que se han listado anteriormente.

Promocional Empresarial Trofeos Preseas Recordatorios	Ocasiones especiales: Matrimonios Aniversarios „showers“ Grados Para hombre Para mujer	Fechas especiales: Navidad Amor y amistad Días de la madre y del padre Día de la secretaria Día del maestro Día del maestro artesano
---	--	--

En el corto plazo esta área en unión con todas las demás ha permitido iniciar con la construcción y definición del estilo colombiano para la artesanía, para lograr un posicionamiento en el ámbito internacional de la misma.

Para tal fin y como estrategia se generan grupos específicos para cada uno de las líneas por ambientes, logrando con ello definir responsabilidades puntuales para cada uno de los profesionales del laboratorio.

## 14.2. Mercados.

### Objetivos específicos:

- Posicionar los productos artesanales en un mercado objetivo internacional.
- Consolidar un listado de precios competitivos teniendo en cuenta su valor en dólares
- u otra moneda comercial, precios fob, incremento arancelario y otros.
- Introducir diferentes líneas de productos en el mercado internacional de acuerdo a las tendencias.
- Diseñar tablas de normalización, homologación y estandarización de las líneas de productos para lograr competir en el mercado internacional.
- Creación de convenios interinstitucionales con empresas expertas en mercado exterior para capacitar, asesorar y estructurar planes de exportación de artesanías colombianas.
- Diseñar un catálogo a través de la web y promocionar por la red de redes las líneas de los diferentes productos demandados por el mercado.



- Planeación para la participación en ferias especializadas con el fin de realizar pruebas de mercado e investigaciones sobre las preferencias del producto artesanal.
- Creación de talleres de competitividad empresarial con las comunidades artesanales catalogadas como productivas e igualmente con el grupo de profesionales de diferentes áreas.
- Creación de talleres de inducción a la competitividad dirigida a las comunidades potencialmente productivas

### **14.3. Oficios y materiales.**

Su propósito es profundizar en el conocimiento de los oficios y materiales claves para los subproyectos regionales y en aquellos que la empresa determina con mayores potencialidades para mercados globalizados, que permitan planteamientos de soluciones apropiadas de desarrollo de productos innovadores acordes a la demanda.

De acuerdo al censo artesanal colombiano son los siguientes:

Tejeduría  
Cestería  
Madera  
Cerámica  
Joyería  
Marroquinería  
Instrumentos musicales  
Juguetería  
Vidriería  
Forja  
Platería

#### **Objetivos específicos del área.**

- Formar grupos de trabajo por cada grupo de oficios y materiales.
- Hacer estudios acerca de cada oficio y material por grupos de trabajo y generar cultura sobre estos.
- Desarrollar nuevas líneas de productos por equipos grupos de trabajo.



- Garantizar la tradición y la identidad cultural de los diversos oficios y materiales.
- Elaborar cartillas y documentos sobre los diferentes oficios, con énfasis en los procesos de transformación del recurso natural y las diferentes posibilidades que ofrece.
- Realizar cursos y capacitaciones en diferentes temas relativos a los diversos oficios y materiales, dirigidos a profesionales artesanos.

#### **14.4. Empaques y embalaje.**

Busca la implementación de un sistema coordinado de transporte, distribución, almacenamiento, venta y uso de productos artesanales, planteado de acuerdo a la naturaleza, calidad y cantidad del producto artesanal, y teniendo en cuenta el contexto cultural, la disponibilidad de materiales y tecnología.

Esta área es la responsable de generar propuestas de diseño para el desarrollo de empaques para productos artesanales que satisfagan las siguientes necesidades:

Proteger de daños a los productos

Preservar la calidad de los productos

Preparar los productos para ser manejados en sistemas integrales de transporte.

Buscar un equilibrio económico que permita transmitir al comprador la percepción del valor del producto

Mantener la identidad del producto

Describir el contenido y transmitir la información necesaria para el reconocimiento y promoción del producto

#### **14.5. Combinación de materiales y oficios.**

Plantea una aproximación a los materiales y su importancia en la imagen de los productos artesanales como fenómeno diferenciado del momento. Actualmente los materiales se afianzan y diversifican, dirigiéndose tanto a satisfacer y despertar sensaciones visuales y táctiles, como a proponer nuevos efectos y combinaciones. Esta estrategia brinda una mayor diferenciación al producto artesanal y además ayuda a la conformación de economías de escala.

Cerámica - cestería

Madera - cestería / tejeduría

Tagua - platería / joyería en plata y oro

Vidrio - joyería en plata



Coco - joyería en plata  
Forja - madera / cuero  
Cuero - madera / forja / cestería/tejeduría

Como una opción de mejorar la competitividad de los productos en el mercado nacional e internacional surge la alternativa de combinar materiales y oficios en un mismo objeto siempre y cuando las condiciones del lugar y de los grupos artesanales lo permitan

### **Objetivos del área:**

- Ampliar la oferta de productos neo artesanales en el mercado nacional e internacional.
- Generar talleres de ensamble y experimentación.
- Integrar comunidades para motivar el trabajo en equipo y la conformación de redes de producción.
- Desarrollar propuestas para renovar los productos que han perdido valor en el mercado.

### **14.6. Materiales nuevos y alternativos.**

Busca la sustitución de aquellos materiales que se encuentran en vía de extinción o escasez, y de aquellos que presentan problemas de calidad, y dificultades en su extracción.

En el país existen condiciones críticas de escasez y no sostenibilidad de algunos recursos naturales, empleados como materia prima en la elaboración de productos artesanales, así mismo, la competencia en el mercado ha generado el uso de materias primas de carácter sintético, que por su mala aplicación en algunos casos desvirtúan el producto artesanal, disminuyendo su valor cultural y tradicional.

Como respuesta a la necesidad planteada debe realizarse una investigación para la obtención y aplicación de nuevas materias primas que intervengan como complemento y/o sustituto a las ya existentes.

Estas nuevas materias primas serán aplicadas en productos tradicionales ya existentes, y en nuevas líneas de productos de mejor calidad, a mejor precio, y con un manejo sostenible del recurso natural.





### **Objetivos específicos del área:**

- Implementar nuevos materiales en la elaboración de productos artesanales, que intervengan como complemento o sustituto a los que presentan condiciones críticas de escasez y no sostenibilidad.
- Investigación de productos con deficiencias en la materia prima, en los diferentes oficios artesanales.
- Diseño de programas para el uso racional de los recursos naturales, empleados como materia prima en los diferentes oficios artesanales.
- Generación de nuevos productos a partir de nuevas materias primas.

#### **14.6.1. Aplicación de nuevos materiales**

Alternativa de trabajo para comunidades artesanales orientado al aprovechamiento y sustitución de materias primas, su conservación y desarrollo sostenible. Contribuye al conocimiento de nuevas materias primas aun no exploradas y/o desconocidas, posibles para el desarrollo de productos que pueden llegar a mercados globales, donde existen restricciones y normatividad para la selección de productos resultado de la transformación de recursos naturales. Las propuestas buscan el uso materiales no maderables del bosque, minerales, materiales producto del reciclaje y desechos entre otros.

#### **14.7. Procesos productivos:**

Su propósito es generar estudios y propuestas interdisciplinarias aplicables al mejoramiento de los diferentes elementos que componen los procesos dentro de la producción artesanal.

Elaborar programas para el buen manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, disminuyendo la producción de desperdicios.

Optimizar los tiempos de entrega del producto artesanal para obtener mayor rentabilidad.

Programa para la capacitación sobre productividad, manejo de existencias y abastecimiento del producto artesanal.

Transferencia y uso de tecnologías limpias.

Diseño de esquemas de calidad en el proceso y para el producto.



Sustituir, recuperar y/o mejorar los procesos de producción usados tradicionalmente en el sector artesanal.

#### **14.8. Organización para la producción:**

Desarrolla planes y estrategias para mejorar la estructura y organización de un taller o núcleo artesanal, implementando conceptos como productividad, eficiencia, competitividad, control de calidad, los cuales de una manera práctica y sencilla permitan que la artesanía se convierta en una gran empresa, conformada por núcleos caracterizados por el buen uso del recurso natural, la técnica, el espacio físico y geográfico, y los valores culturales del entorno donde se desarrolla.

En esta área se contempla la implementación de redes de producción por oficios, para organizar la producción en empresas asociativas o comunitarias, cualquiera que sea su naturaleza, lograr disminuir el costo de los insumos y facilitar el nivel de introducción y generación de empresas artesanales en un mercado global.

##### **Objetivos específicos del área:**

- Consolidar un programa de estructuración y organización para la producción en talleres y núcleos artesanales que permita cualificar el nivel productivo, racionalizar y optimizar las infraestructuras físicas y técnicas, las materias primas y el recurso humano.
- Cumplir con las exigencias del sector productivo nacional e internacional logrando una alta productividad en el sector artesanal.
- Implantar un esquema de redes de producción que maneje principios productivos comunes aplicables a los diferentes talleres o núcleos artesanales.
- Adecuar la capacidad técnica y operativa de los grupos, núcleos o talleres artesanales bajo un esquema de estructuración y organización para la producción aplicable en diferentes niveles de acuerdo con su capacidad productiva.
- Adquisición y adaptación de tecnologías en los talleres artesanales que logren el mejoramiento de la calidad en el proceso productivo.

#### **14.9. Acabados**

Plantea la posibilidad de agregar valor a los productos, por medio de la aplicación de acabados que respondan a las nuevas tecnologías y tendencias, permitiendo nuevas posibilidades de presentación sin alterar costos, sino lo contrario en la búsqueda de ser más eficientes y productivos.



## **Objetivos:**

- Investigación, recopilación, producción y clasificación permanentes de información sobre acabados aplicables a la artesanía.
- Socializar en el sector artesanal conocimientos específicos y actualizados en el tema de acabados.
- Agregar valor a los productos artesanales a través de la aplicación adecuada de acabados para mejorar la apariencia del producto artesanal y fortalecer así su imagen.
- Mantener la vigencia de los productos artesanales de acuerdo a las tendencias para el mercado nacional e internacional.
- Elaboración de cartillas y documentos guías sobre aplicación de acabados por materias primas.
- Ejecución de talleres experimentales para la aplicación de las propuestas de acabados en las diferentes materias primas.

### **14.10. Proyectos especiales de interés institucional.**

Se consideran proyectos especiales tanto las actividades alternativas de generación de productos, (interdiseño, incontro, pensamiento creatividad y producción en orfebrería), como los convenios interinstitucionales con entidades mixtas o estatales interesadas en generar soluciones productivas con materiales naturales.

#### **14.10.1. Normas Técnicas de Calidad**

Artesanías de Colombia, en el marco de su actividad y en desarrollo de sus objetivos generales ha trabajado permanentemente en la búsqueda de solución a uno de los problemas coyunturales de la comercialización de la producción artesanal con las exigencias que plantea el mercado de la sociedad contemporánea, una de cuyas características determinantes es la normatividad.

Todos los aspectos de la comercialización (ágiles mecanismos de transporte de mercancías, eficacia del manejo de existencias e inventarios, entregas oportunas) se conjugan, además de las referencias de “Calidad” y la competitividad, para plantear al producto de exportación más cualidades especiales que implican incuestionables procesos de adecuación, sin que se pierda, como en el caso del producto artesanal, su valor agregado fundamental que es de orden cultural.



El esfuerzo se debe concentrar en ubicar el producto artesanal dentro de esas posibilidades de participación comercial, empezando por algunos cuyas trayectorias productivas, formales y comerciales permitieran constituirlos en vanguardia de una imagen de producción-comercialización relativamente acorde con las condiciones básicas del mercado contemporáneo internacional.

Con base en la anterior inquietud, debatida en encuentros y seminarios al interior de Artesanías de Colombia y con instituciones relacionadas con el sector artesanal, se inició una serie de discusiones, investigaciones y gestiones, encaminadas a determinar el hecho de mirar la pieza artesanal bajo el parámetro de un Norma de Calidad, que le permita su ingreso a mercados competitivos donde se enfrente con éxito a otras ofertas nacionales e internacionales.

El proceso de desarrollo de las Normas Técnicas, con las que se determina una de varias pruebas de permanencia del producto en el mercado, con sus verdaderos valores socioeconómicos y en correspondencia con el contexto cultural de sus características formas de producción, comprendió la concertación con diversos agentes del sector y de las instancias de calificación, teniendo en cuenta que la gestión esencial constituía la labor de capacitación a los artesanos.

A partir de 1993 se inició la gestión ante el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación ICONTEC, con el cual se determinó un compromiso de trabajo para estructurar dos Normas Técnicas que se definieron cómo:

NTC 3739 ARTESANIAS. Sombreros tejidos a mano en paja de iraca o toquilla

NTC 3797 ARTESANIAS. Hamacas en hilaza de algodón tejidas a mano en telar vertical.

La voluntad institucional para el logro de las normas técnicas estuvo representada por las directivas y equipos de trabajo designadas por las mismas, tanto de Artesanías de Colombia como de ICONTEC, destacándose la labor de los funcionarios del Almacén General de Artesanías de Colombia, por su contacto directo con el producto artesanal, así como la labor desarrollada por los comités de acopio y análisis de la información.

Para la definición de los productos sobre los cuales se trabajaría se tuvo en cuenta que fueran producidos:

Por un número significativo de artesanos

En un proceso totalmente artesanal tradicional

En un volumen significativo

Con técnicas de producción que fuesen representativas de Colombia.

Para la realización del trabajo se tuvieron en cuenta las siguientes consideraciones:

Unidad de lenguaje para las diferentes localidades que trabajan cada una de las técnicas



Simplicidad en términos y definiciones

Estandarización de medidas a través de rangos promedios

Eliminación de los contenidos de carácter formal y estético por su componente subjetivo (moda), como son las diferentes puntadas dentro del tejido, adornos, etc.

Determinaciones de tamaños (en el caso del sombrero se emplearon los parámetros reglamentados internacionalmente)

Criterios de aceptación y rechazo

Definición de las características de los productos

Indicaciones complementarias de mantenimiento de la pieza artesanal.

En la consulta pública realizada por ICONTEC sobre los documentos preliminares de las Normas Técnicas se recibieron conceptos y recomendaciones de las cooperativas artesanales y entidades de apoyo relacionadas con cada uno de los productos.

Con las dos Normas Técnicas desarrolladas para el sector artesanal se demuestra, en primer lugar, la versatilidad de la producción artesanal para penetrar los mercados internacionales asumiendo exigencias formales de los mismos y sin perder su carácter fundamental, como es el caso del valor cultural agregado.

#### **14.10.2. Sello de Calidad “Hecho a Mano” para la Artesanía**

El tema de la propiedad intelectual y la protección y diferenciación de las artesanías ha sido abordado desde hace algunos años por el CCI, la UNESCO y la OMPI, además de numerosos organismos nacionales en los países; Todos ellos expresan la intención de avanzar en un tema, por demás complejo, sobre la protección a la artesanía desde el punto de vista de los derechos de autor y de la propiedad industrial, la marca, pero también abordando aspectos como la codificación aduanera, la determinación y el certificado de origen, certificaciones de hecho a mano, entre otros; todo ello con el ánimo de proteger a los artesanos y su producción, y facilitar el comercio nacional e internacional

Artesanías de Colombia desarrolla en un primer trabajo interinstitucional con el Instituto colombiano de Normas Técnicas y Certificación ICONTEC, las dos primeras Normas Técnicas para el sector Artesanal, posteriormente y continuando con la dinámica de trabajar en la protección y diferenciación de los productos artesanales en el mercado se presenta al Centro de Comercio Internacional de Naciones Unidas para Países en Desarrollo, UNCTAD/OMC una iniciativa que



pretende consolidar un Esquema Internacional de Certificación para identificar y diferenciar los productos artesanales, a partir del cual en febrero de 1999 Artesanías de Colombia firma un convenio de cooperación interinstitucional con el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación ICONTEC, para el desarrollo de un esquema de certificación de artesanías “Hecho a Mano”.

El objetivo del Convenio de cooperación entre el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación ICONTEC y Artesanías de Colombia, es el desarrollo de un esquema de certificación de artesanías que permita diferenciarlas de productos elaborados industrialmente, favorecer su circulación en mercados internacionales y lograr posiciones arancelarias especiales.

El objetivo general del Sello de Calidad Hecho a Mano es promover y facilitar el comercio internacional para los productos artesanales, y se constituye en una herramienta que permite mejorar las condiciones para la comercialización de productos artesanales, y facilitar el acceso a mercados internacionales con la posibilidad de obtener posiciones arancelarias especiales respecto de productos industrializados en esos mismos mercados a los que se apunte.

El proyecto del sello de Calidad se orienta a la estructuración de procesos en los cuales las comunidades artesanales, con el apoyo de Artesanías de Colombia, generen dinámicas de reconocimiento y mejoramiento de los procesos óptimos de elaboración de los productos artesanales, y establezcan compromisos concretos frente a las implicaciones de obtener un Sello de Calidad que los posicione en el mercado y aumente su competitividad, pero que al tiempo los lleve a mantener y asegurar la calidad de sus productos artesanales, entrando en una dinámica de mejoramiento continuo de sus procesos y productos, como filosofía del Esquema de Certificación.

Para tal fin se constituye un equipo de trabajo al interior de Artesanías de Colombia, así como un equipo interinstitucional con ICONTEC, y se inicia el trabajo de diseño de un esquema de certificación en el cual no se requiera el diseño de una Norma Técnica específica para cada producto artesanal, sino que se llega al diseño de documentos Referenciales Generales, en los cuales se hace una descripción del oficio artesanal, y documentos Referenciales Específicos, en los que se describe el proceso productivo particular de cada comunidad.

El primer paso fue definir el listado de oficios artesanales sobre los que inicialmente se va a desarrollar el referencial, para lo cual se toman como base los listados de la UNESCO, el Listado General de Oficios Artesanales de Artesanías de Colombia y el listado de oficios del Censo Nacional Artesanal, priorizando los siguientes oficios:

- Cestería y Tejeduría
- Cerámica y Alfarería
- Maderas
- Joyería



- Cuero
- Metales

El esquema de certificación para productos artesanales fue desarrollado por ambas entidades en un proceso que demandó 3 años de trabajo continuo, en los cuales, se estableció la metodología a aplicar.

Para el desarrollo y aplicación del esquema de certificación para productos artesanales, se establecieron 3 fases de trabajo:

1. Elaboración de Documentos Referenciales
2. Diseño y Aplicación de una Prueba Piloto
3. Definición del Proceso de Otorgamiento del Sello

Los productos artesanales se certifican a partir del proceso productivo, ya que es la única forma de verificar el carácter artesanal de los mismos. Los documentos Referenciales contienen la descripción detallada del proceso de elaboración de las artesanías, además de especificar las determinantes de calidad de los mismos, tanto durante el proceso productivo, como en el producto acabado.

En estos documentos se ha cubierto la experiencia manejada por los profesionales de Artesanías de Colombia y el aporte de las comunidades, pues han sido divulgados y puestos en consulta pública con los diferentes artesanos de las regiones líderes en cada oficio.

Estos referenciales serán la base de la certificación, toda vez que contienen la información técnica que permite evidenciar la elaboración de los productos de manera artesanal con estándares de calidad.

Hasta el momento, Artesanías de Colombia ha desarrollado los documentos Referenciales Nacionales para los oficios de:

1. Maderas
2. Cerámica
3. Textiles y Cestería
4. Maderas
5. Joyería

Se han desarrollado los referenciales específicos de:

Referencial Nacional Tejeduría y Cestería:

- Capítulo Tejeduría en Iraca
- Capítulo Tejeduría en Cañaflecha
- Capítulo Tejeduría en Palma Estera



- Capítulo Cestería en Mimbre
- Capítulo Tejeduría Seda Cauca
- Capítulo Tejeduría Seda Valle
- Capítulo Tejidos Guajira
- Capítulo Telar Vertical San Jacinto y Morroa

#### Referencial Nacional de la Madera:

- Capítulo Trabajos en Guadua
- Capítulo Aplicación Barniz de Pasto

#### Referencial Nacional de Joyería:

- Capítulo Filigrana Mompo
- Capítulo Filigrana Santafé de Antioquia

#### Referencial Nacional de Cerámica:

- Capítulo Cerámica Huila
- Capítulo Cerámica Chamba

Una vez desarrollados los documentos Referenciales se continúa el proceso con la aplicación de la prueba piloto, para lo cual se trabajó con el municipio ceramista de La Chamba en el Tolima, desarrollando las siguientes etapas del proceso:

1. Estudio preliminar
2. Elaboración del referencial
3. Validación con la comunidad a través de una consulta pública
4. Pruebas Técnicas
5. Validación con visita técnica
6. Proyección de costos
7. Definición y aprobación del reglamento
8. Auditoría formal para 5 talleres artesanales
9. Otorgamiento 5 primeros Sellos de Calidad.

El Sello de Calidad Hecho a Mano es una Certificación de carácter permanente, otorgada a productos artesanales elaborados a mano, con ajuste a parámetros de calidad y tradición que permite diferenciarlos de los productos elaborados industrialmente y reconocer su valor como expresión de identidad y cultura. Se dirige a productos artesanales, hechos a mano y ajustado a estándares de Calidad.

Ventajas de la certificación de productos artesanales:





### **Para el Artesano**

- Aumenta su competitividad al diferenciar sus productos, frente a artesanías no certificadas
- Permite diferenciar los productos artesanales de aquellos elaborados industrialmente, reconociendo su valor de tradición y cultura.
- Permite identificar y cuantificar el comercio de productos artesanales, así mismo favorece su circulación en mercados internacionales y logra posiciones arancelarias especiales.

### **Para el comprador**

- Facilita la identificación de artesanías hechas a mano frente a productos industriales
- Garantiza la obtención de productos de buena calidad.
- Facilita la introducción de las artesanías en nuevos mercados

## **15. Proyectos estratégicos de diseño**

### **15.1. Pasarela Identidad Colombia**

#### **PRESENTACION**

IDENTIDAD COLOMBIA es un Proyecto estratégico que busca unir la artesanía con los temas de moda y diseño. Ha sido liderado por Artesanías de Colombia con el apoyo de Proexport, Fondo de Promoción de Exportaciones e INEXMODA y el apoyo de la Presidencia de la República.

La Pasarela hace parte de la dinámica de innovación, diseño y posicionamiento del sector en el contexto nacional e internacional. Como proyecto innovador, se busca su institucionalización en eventos nacionales e internacionales de modo que tenga continuidad en el tiempo y se convierta en otra estrategia para la apertura de nuevos mercados para la producción artesanal.

En la Pasarela participan artesanos dedicados a distintos oficios, y reconocidos Diseñadores de Moda quienes para el diseño de sus colecciones se han inspirado en los oficios tradicionales de distintas regiones del país, utilizando materiales y productos provenientes de las comunidades artesanas de Colombia.



## **ANTECEDENTES**

Considerando la riqueza de los oficios y técnicas artesanales con que cuenta el país y la diversidad de materiales naturales utilizados en la producción artesanal, se planteó la realización del proyecto, con el objeto de rescatar y poner en valor las expresiones artesanales en la Moda Colombiana, uniendo la creatividad de los Diseñadores con la destreza de los artesanos.

La unión de esfuerzos y voluntades entre Artesanías de Colombia e INEXMODA, con apoyo de entidades oficiales y del sector privado, hizo posible que la Pasarela IDENTIDAD COLOMBIA fuera presentada por primera vez en COLOMBIAMODA 2003, en la ciudad de Medellín con la participación de cinco reconocidos Diseñadores de Moda del país: Francesca Miranda, Lina Cantillo, María Luisa Ortiz, Juan Pablo Martínez y Olga Piedrahita.

Esta presentación contó con la asistencia del Caballero Mario Boselli, Presidente de la Cámara Nacional de la Moda Italiana, quien formuló una invitación para presentar la Pasarela durante Milano Moda Donna, que se llevó a cabo del 22 de febrero al 1° de Marzo en dicha ciudad.

El Proyecto busca apoyar las manifestaciones artesanales y el desarrollo del sector y contribuir al conocimiento y valoración de la imagen de una Colombia creativa y emprendedora a través de la Moda Colombiana, en el ámbito nacional e internacional.

## **OBJETIVO GENERAL**

Elevar el nivel de vida de las comunidades artesanales, fortaleciendo el desarrollo económico de núcleos y comunidades dedicadas a la artesanía y su capacidad productiva y de comercialización, de acuerdo con la demanda del mercado internacional de la moda, generando alianzas nacionales e internacionales para el logro de este propósito.

## **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

Identificar una imagen de país creativo y productivo, a través de la moda y las manifestaciones artesanales como expresiones de la identidad colombiana.

Promover la inserción del diseño en la producción artesanal, vinculando a los diseñadores con las comunidades artesanas, como una estrategia para fortalecer el sector.

Investigar e implementar distintas posibilidades de uso de técnicas y materiales artesanales, para el desarrollo de nuevas líneas de productos.



Apoyar a las comunidades artesanales cuya producción se inserta en el programa de cadenas productivas.

Contribuir a elevar el nivel de vida del sector artesanal, a través de la generación de ingresos, mediante la inserción de sus productos en el mercado de la moda.

## JUSTIFICACIÓN E IMPACTO SOCIAL

IDENTIDAD COLOMBIA busca que sectores con diferentes fortalezas puedan articularse y poner en valor los oficios y tradiciones artesanales, promoviendo el desarrollo de nuevas líneas de productos y mejorando los procesos productivos para alcanzar altos niveles de competitividad que permitan abrir mercados para lograr un intercambio cultural y comercial, que involucre técnicas, tecnologías, y diseño.

Se busca generar un alto impacto sobre la población objetivo. Según el Censo Económico Nacional del Sector Artesanal, en Colombia hay cerca de 350.000 artesanos de los que dependen 1.500.000 personas.

En este Proyecto han participado grupos de mujeres indígenas como las Guambianas del Cauca, tejedoras de la comunidad Wayúu de la Guajira, Tikunas del Amazonas, Kankuamas del Cesar y tejedoras de zonas rurales de distintas regiones del país como Charalá, Santander con la Corporación para la Recuperación del Lienzo de la Tierra, los tejidos en seda de Risaralda y Cauca, y la técnica de extracción, hilado y tejido de la fibra de plátano del Huila.

Están representados también grupos urbanos y rurales de Cundinamarca, Córdoba, Valle del Cauca, Boyacá, Nariño y Chocó.

## COMPONENTES

El Proyecto cuenta con seis componentes que se describen a continuación.

- ***Promoción de la Imagen de Colombia en el Mundo:*** Se trata de mostrar un Proyecto de país que promueva la imagen de una Colombia creativa y laboriosa a través de las manifestaciones artesanales como expresiones de la identidad colombiana.
- ***Focalización de comunidades artesanales:*** Se busca que en el mediano y largo plazo se pueda garantizar el mecanismo de selección de las comunidades beneficiarias del proyecto. El criterio principal, entre otras estrategias de Artesanías de Colombia, será el de trabajar en el marco de las cadenas productivas.



De esta manera se puede garantizar que las comunidades involucradas, cuenten con la disponibilidad de la materia prima necesaria y los procesos tecnológicos para cumplir con la demanda del mercado.

- **Investigación e innovación:** Se trata de establecer mecanismos para la investigación en el uso y aplicación de nuevos materiales y tecnologías artesanales que promuevan la innovación.
- **Inserción del Diseño:** El Diseño es el eje central de esta iniciativa enmarcada en el III Concurso Internacional de Diseño para la Artesanía Colombiana que tiene por objeto vincular a la Academia, a estudiantes y profesionales de distintas áreas del Diseño y carreras afines, a la producción artesanal, para desarrollar propuestas innovadoras que permitan llegar a más amplios mercados.
- **Comercialización e inserción al mercado:** Este componente deberá propender porque las comunidades de artesanos, puedan desarrollar nuevas líneas de productos que contribuyan a ampliar sus posibilidades comerciales en el mercado nacional e internacional.
- **Divulgación y Promoción:** Este último componente busca generar el espacio de visibilidad para el proyecto, buscando los apoyos nacionales e internacionales para mostrar los productos artesanales, con el fin de abrir puertas a nivel nacional e internacional.

## **METODOLOGIA**

Artesanías de Colombia tuvo a su cargo la coordinación general del Proyecto, bajo la dirección de la Gerencia General, con tareas específicas en las áreas de Cooperación Internacional, Diseño y Comercial, y con el apoyo de las distintas áreas de la Empresa.

### **Acercamiento al Sector**

Para iniciar el acercamiento de los Diseñadores de Moda al sector artesanal, se realizó un Seminario – Taller en la Plaza de los Artesanos de Artesanías de Colombia, que contó con la presencia de la Primera Dama, la Gerente de Artesanías de Colombia y funcionarios de la empresa.

Se hizo una Presentación Institucional destacando los programas estratégicos que adelanta la Institución en beneficio de los artesanos, y se preparó un Show Room con muestras de los materiales naturales utilizados en la artesanía y los oficios y técnicas de comunidades artesanas de todo el país.



## **Selección de Materiales**

Con base en la muestra y las explicaciones de los diseñadores de Artesanías de Colombia, los diseñadores invitados hicieron un estudio de materiales y seleccionaron los que utilizarían en sus colecciones, determinando especificaciones técnicas, cantidades requeridas, gamas de colores, y texturas.

Igualmente hicieron la selección de elementos para ser usados como accesorios.

## **Identificación y Selección de Comunidades**

El área de Diseño de Artesanías de Colombia, de acuerdo con las solicitudes de los Diseñadores, procedió a establecer las comunidades en las que se producirían los materiales, buscando focalizar el trabajo en aquellas que forman parte del Programa de Cadenas Productivas y que están más preparadas para dar respuesta a pedidos de volumen para la comercialización futura.

## **Relación con las Comunidades**

El Laboratorio de diseño de Bogotá realizó el apoyo técnico del Proyecto, se designaron dos diseñadoras textiles para que se dedicaran de tiempo completo a servir de puente entre los Diseñadores de Moda y los artesanos, contando con los Laboratorios de Armenia y Pasto y con diseñadores que estaban trabajando en Proyectos Regionales en las comunidades seleccionadas.

Las diseñadoras hicieron Ordenes de Pedido a las comunidades, grupos o artesanos independientes e hicieron el seguimiento y supervisión de la producción, de acuerdo con las especificaciones establecidas y los tiempos de entrega.

## **Suministro de Materiales e Insumos.**

Una vez realizada la producción en las comunidades, se procedió a hacer entrega a los Diseñadores, que los utilizaron para la elaboración de las prendas de vestir.

Los accesorios como sombreros, bolsos, collares y pulseras, se entregaron en algunos casos como producto semiterminado y en los talleres a los Diseñadores se les dio el acabado final.



## **ACTIVIDADES REALIZADAS**

### **PASARELA – MILANO MODA DONNA**

#### **Milán, Italia**

Atendiendo la invitación del Presidente de la Cámara de la Moda Italiana, la presentación de la Pasarela IDENTIDAD COLOMBIA, se llevó a cabo el 1° de marzo como cierre de la Semana de la Moda de Milán. El desfile se abrió con la presentación de un video de 2.5 minutos, el cual muestra paisajes e imágenes de artesanos y de los oficios tradicionales de algunas comunidades que participan en la Pasarela.

#### **Stand de Exhibición y Venta**

Con el fin de dar a conocer las Colecciones y hacer pruebas de mercado, se contó con un stand para exhibición y venta de las prendas de vestir y accesorios de los cinco Diseñadores de IDENTIDAD COLOMBIA, durante los 12 días de duración de la Feria, en la que cerca de 100.000 visitantes pudieron apreciar los resultados del Proyecto. En el stand estuvieron haciendo demostración de sus oficios tres artesanas, representantes de comunidades que participan en el Proyecto.

## **15.2. CONCURSO DE DISEÑO**

El Concurso Nacional de Diseño para la Artesanía fue creado en 1996 con el objeto de vincular el sector académico y profesional del diseño, a la producción artesanal del país, como estrategia para buscar soluciones a la producción artesanal y adecuar la oferta a la demanda de los mercados.

Considerando la potencialidad que el diseño representa para el sector artesanal y su importancia en los procesos de desarrollo del país, el Concurso convoca cada año a diseñadores y estudiantes de facultades de carreras afines al Diseño, para que proporcionen a las comunidades artesanales nuevas alternativas de diseño, partiendo de sus técnicas de producción, desarrollando nuevas líneas de productos con alto contenido de diseño y calidad, de manera que alcancen los niveles de competitividad para acceder a más amplios mercados.

#### **Concurso internacional**

En el 2002 se llevó a cabo el Primer Concurso Internacional de Diseño para la Artesanía Colombiana. La Embajada de Colombia en Italia tuvo la iniciativa de realizar el Proyecto Colombia Artesana en Italia con la organización de la versión europea del “Concurso de Diseño para la Artesanía”, con el objeto de vincular



estudiantes de diseño y diseñadores de todas las nacionalidades, en el desarrollo de propuestas innovadoras para el desarrollo de nuevas líneas de productos artesanales. La propuesta fue presentada y acogida por el Instituto Europeo de Diseño con el fin de proporcionar intercambio de concepciones estéticas del diseño y posicionar el producto artesanal colombiano, con alto grado de competitividad en el mercado europeo, a través de un proyecto conjunto Colombia- Italia.

En el 2004, por iniciativa del Caballero Mario Boselli, Presidente de la Cámara Nacional de la Moda en Milán, el Concurso se realiza bajo un nuevo concepto, al unir el Concurso Nacional con el Internacional en una única versión, III Concurso Internacional de Diseño para la Artesanía Colombiana.

### **Objetivo General**

Contribuir al fortalecimiento de la aplicación del diseño a la producción artesanal y al desarrollo de propuestas innovadoras que permitan a ampliar las posibilidades comerciales de los productos artesanales en el mercado nacional e internacional, con productos competitivos.

### **Objetivos Específicos**

- Vincular al sector académico, y a profesionales del Diseño con la producción artesanal colombiana.
- Motivar a los estudiantes de las distintas áreas del Diseño para que miren hacia el sector artesanal como un campo potencial para aplicar sus conocimientos.
- Estrechar los vínculos entre la artesanía y el Diseño para que a través del intercambio de conocimientos, herramientas y destrezas, se consolide la oferta de la artesanía colombiana.
- Contribuir a fortalecer la identidad del producto artesanal y el diseño colombiano, a través de su reconocimiento en los mercados internos y externos.
- Dar soluciones reales de producción a las comunidades y núcleos artesanales del país.
- Mejorar los procesos técnicos.

### **Impacto Social**

El Concurso contribuye al desarrollo del sector artesanal y al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades a las cuales se dirigen los proyectos, generando empleo e ingresos a través de la artesanía.



## **Participantes**

Estudiantes y Profesionales de las carreras de Diseño Industrial, Diseño Textil, Diseño de Interiores, Diseño Gráfico, Artes Plásticas, Arquitectura y carreras afines de todas las nacionalidades.

La participación puede ser individual o en grupo no mayor de dos personas, sin que se pueda conformar grupos entre estudiantes y profesionales.

El Concurso ha contado con el apoyo de las Universidades Jorge Tadeo Lozano, Universidad de los Andes, Universidad Nacional, Universidad Javeriana, Fundación Universidad del Área Andina, Pontificia Bolivariana, La Colegiatura de Medellín, Universidad Tecnológica de Duitama, Universidad Autónoma de Manizales, Universidad Católica Popular de Risaralda, Universidad de Caldas y, Escuela Universitaria Arturo Tejada y La Salle College, que han desarrollado el tema del Concurso dentro de su programa académico.

## **Tema**

Con el objeto de dar soluciones reales a problemas específicos de un grupo comunidad o núcleo artesanal, los concursantes deben presentar proyectos orientados hacia el diseño de líneas de productos. Los proyectos deben enmarcarse en un grupo núcleo o comunidad artesanal de acuerdo con el listado de oficios artesanales que proporciona Artesanías de Colombia.

El tema del Concurso Nacional, en las primeras 6 versiones fue ambientación de espacios interiores “Muebles y Accesorios”. En el 2002 se escoge el tema “La Mesa Colombiana” para el VII Concurso de Diseño. En el 2003 versión VIII del Concurso Nacional y II versión Internacional, el tema seleccionado fue “Espacios para la Relajación - Accesorios para el Baño y la Alcoba”.

En el 2004, por iniciativa del Caballero Mario Boselli, Presidente de la Cámara Nacional de la Moda en Milán, el tema del III Concurso Internacional de diseño para la Artesanía Colombiana es “Moda y Accesorios, Primavera - Verano 2005”.

## **Metodología**

El Proyecto debe partir del diagnóstico de un grupo, comunidad o núcleo artesanal para dar respuesta a un problema real en términos de producto, proceso, uso de materiales y mercado.





Basando la metodología de trabajo en la interacción de diseñador, artesano; en la que cada uno aporta sus herramientas de trabajo y saberes propios de la profesión y el oficio; se proyectará la producción artesanal de nuevas líneas de objetos dentro de los temas propuestos.

El proyecto debe cumplir con dos etapas:

#### **Anteproyecto**

- Análisis de la situación actual del producto de la comunidad para la cual se propone el proyecto en términos de características de la producción (volúmenes, tiempos y costos, cantidad de mano de obra y disponibilidad de tiempo) su comportamiento frente al mercado; de lo cual se deriva la caracterización de la problemática y la viabilidad para solucionarla.
- A partir de las características de la producción del grupo o grupos artesanales seleccionados, y el análisis formal de los objetos: propuesta de diseño, gráfica o en modelos de las líneas de productos a desarrollar con los artesanos.
- Selección de anteproyectos por parte de un Comité de Selección y publicación de listado de seleccionados.

#### **Proyecto**

- Presentación de prototipos de la línea de productos desarrollada
- Planos de las piezas que componen la línea de productos
- Costos de prototipos y costos de producción en volumen
- Capacidad de producción de del taller, núcleo o comunidad
- Selección de proyectos por parte de un Jurado y publicación de listado de seleccionados.

#### **Programa**

- Inscripciones
- Lanzamiento
- Asesoría para la presentación del anteproyecto
- Entrega de Anteproyecto

#### **Selección de Anteproyectos**

- Entrega de Proyectos
- Selección de Proyectos
- Exposición en Corferias - Expoartesanías
- Premiación: en el acto de inauguración de Expoartesanías



## **Premios**

Se establecen dos premios en dinero para estudiantes y dos premios en dinero para profesionales.

Artesanías de Colombia, como parte del los premios ofrece una pasantía, que es una práctica para una persona, por proyecto ganador en la Unidad de Diseño de artesanías de Colombia, con el fin de implementar los proyectos en su fase de realización y/o desarrollar otros proyectos de acuerdo con las directrices de la Empresa.

Igualmente se premia “La Excelencia en el Oficio”, que es un premio otorgado a los artesanos que se destaquen por la maestría y destreza con la que interpretan la propuesta de los diseñadores.

Para la selección final Artesanías de Colombia convoca a personalidades del área del diseño de reconocimiento nacional e internacional que intervienen como Jurado. La premiación se realiza en el marco de la inauguración de Expoartesanías en el mes de diciembre, donde se entregan los premios.

## **Exhibición de Proyectos**

Los resultados del *Concurso* se presentan en un pabellón de Corferias, la Corporación de Ferias y Exposiciones de Bogotá, destinado para este fin, con área de 575 mts.<sup>2</sup>, en el marco de la Feria Expoartesanías. Esta Feria que es la mayor estrategia comercial del sector artesanal, a la cual asisten cientos de artesanos urbanos, campesinos e indígenas, con los más variados productos tradicionales y contemporáneos, es visitada por más de 100.000 personas.

## **Divulgación**

Se realiza una convocatoria en el ámbito nacional e internacional, a través de plegables y carteles, distribuidos con el apoyo de universidades, centros y áreas culturales y Embajadas a nivel internacional.

Se hacen Presentaciones del Concurso dirigidas a alumnos de diferentes Universidades. Otros medios para la divulgación del evento son publicaciones en revistas culturales y especializadas en el área del diseño y la artesanía y correo electrónico.

## **Patrocinios**

El Concurso cuenta con el apoyo de entidades como la UNESCO, la fundación Mario Santo Domingo a través de la Escuela de Artes y Oficios Santo Domingo, la Cámara



de Comercio de Bogotá y el Banco Superior, quienes han respaldado el Concurso con su patrocinio.

Es un espacio para conjugar los esfuerzos del sector académico y profesional del diseño, la empresa privada y la empresa oficial, para el desarrollo de uno de los sectores más vulnerables del país.

### **15.3. Sistema Integrado de Información y Asesoramiento para la Artesanía - SIART**

#### **Banco Interamericano de Desarrollo BID y Artesanías de Colombia S.A.**

Con el objeto de mejorar la competitividad e inserción del sector artesanal colombiano en los mercados nacionales e internacionales, y potenciar el apoyo que Artesanías de Colombia presta al sector en el componente del diseño para el desarrollo de nuevos productos, la entidad formuló ante el Banco Interamericano de Desarrollo –BID– el proyecto “Sistema Integrado de Información y Asesoramiento para la Artesanía”, con base en el cual el 26 de noviembre de 1999, se firmó el convenio interinstitucional de Cooperación Técnica.

El Proyecto tiene por objeto proporcionar, vía Internet, información sobre el sector artesanal a los usuarios, con el fin de mejorar la competitividad e inserción del sector en el mercado mundial y apoyar a los artesanos para mejorar la calidad y productividad.

Con el SIART, artesanos, comercializadores y entidades relacionadas con las artesanías tendrán un punto de encuentro a través de **Internet**, en donde podrán contar con asesorías puntuales, foros, talleres y evaluación de productos que permitirán optimizar los procesos, la producción, el diseño, la comercialización y la capacitación, entre otros.

El diseño del producto artesanal es la base de la competitividad en los mercados nacionales e internacionales. El SIART es el único Sistema de Información para la Artesanía que ofrece asesorías virtuales en diseño y evaluación de productos sin límites de tiempo y espacio.

#### **15.3.1. Información**

El sistema cuenta con contenidos de información sobre temas de interés para el sector como Programas Institucionales, Comercialización, Programas de Capacitación, Ferias y eventos, Concursos, Directorios, Normas Técnicas, entre otros.



### **15.3.2. Asesoría en Diseño**

En el SIART, el Diseño, es el componente diferenciador, al ser el único Sistema de Información para la Artesanía con asesorías virtuales en tiempo real y sin límites de espacio, convirtiéndose en la mejor herramienta de consulta, orientación y capacitación de los artesanos interesados en instruirse y estar a la vanguardia de las tendencias de mercado.

Con un equipo de trabajo especializado se realizan asesorías virtuales para el desarrollo de producto, imagen, empaque, embalaje y exhibición, acompañadas de información permanente, investigaciones y evaluaciones de cada uno de los productos.

La capacitación contribuye al fomento y desarrollo del trabajo artesanal, con énfasis en líneas de producción, oficios y técnicas, tendencias, cartas de color, eventos y herramientas de última tecnología.

Gracias a esto la relación y comunicación entre artesanos y diseñadores se optimiza y se agilizan los procesos, acelerando la producción y generando mayores beneficios y resultados prácticos para los artesanos.

### **15.3.3. Funciones**

#### **Asesoramiento y Diseño**

A cargo de expertos y especialistas en producción artesanal, con una metodología puntual y directa, a través de la comunicación constante en Internet y medios adecuados que permitan la creación y producción de artesanías de acuerdo a las tendencias del mercado y a la demanda. Los Laboratorios de Diseño de Bogotá y Armenia y el Laboratorio de Diseño de Pasto, son los actores principales de esta gestión como modernos centros de asesoría y asistencia técnica para el artesano.

#### **Información**

Reúne directorios de artesanos, comercializadores, entidades relacionadas con el sector y otros usuarios activos del Sistema. También incluye temas relacionados con condiciones, comercialización, oportunidades, contactos, actualidad, eventos, ferias y organizaciones, divulgados a través del medio Internet.

### **15.3.4. Beneficios de Siart**

A través de SIART, artesanos, comercializadores y entidades relacionadas con las artesanías tendrán la oportunidad de:



- Innovar en la creación de productos apoyados con asesorías puntuales, foros, talleres y evaluación de estos con lo cual se optimizarán los procesos, la producción, el diseño, la comercialización y la capacitación, entre otros.
- Realizar consulta sobre temas de comercialización, proyectos, actualidad, contactos, ferias y eventos.
- Agilizar los procesos de consulta y atención por parte de cada una de las áreas de la empresa.
- Obtener un mejor direccionamiento de la información y mayor cobertura de usuarios y clientes.

### **15.3.5. Los usuarios**

El interés primordial del Sistema es ofrecer a los usuarios toda la información que necesiten acerca del sector artesanal para llevar a cabo actividades, proyectos y/o negocios relacionados con la artesanía. La construcción del Sistema se consolida con la participación activa de los usuarios.

### **15.3.6. Internet, la mejor opción para informarse**

El Internet es el punto de encuentro entre artesanos y diseñadores a través de foros, chat y contactos, en donde los usuarios tienen a su disposición todas las herramientas interactivas, dentro de las que se encuentran las asesorías, entre otros.

Con el Sistema no sólo se proyecta la artesanía colombiana a nivel mundial, sino también, le da la oportunidad de avanzar en calidad, diseño y producción, adecuándose a las tendencias y demanda del mercado externo.

## **16. Estudios de Caso**

### **16.1. Colección Casa Colombiana**

El Proyecto Casa Colombiana se desarrolló con el propósito de identificar y poner en valor una imagen con identidad nacional, a través del diseño y desarrollo de líneas de objetos funcionales y decorativos para un estilo de vida contemporáneo.

Se escogió el concepto de la casa, como el elemento con el que se identifica cada ser humano, por ser el espacio más íntimo y cuyo entorno refleja el medio en el que vive.

Se buscó a la vez un tema que reflejara la imagen de Colombia, tanto a nivel nacional, como internacional y por eso el café fue el hilo conductor del Proyecto.



En un mundo globalizado, el hombre se ha cansado de la homogeneidad y se trataba de volver a lo natural, a las raíces y a lo esencial, que es a la vez el elemento diferenciador.

Se trata de posicionar la artesanía colombiana en el mercado internacional, con líneas de productos con alto contenido de diseño, para la decoración contemporánea.

La primera colección “Casa Colombiana 2002”, el trabajo se realizó en el 2001, fue el primer intento de materializar el concepto, a través de la utilización de los materiales naturales, fibras, maderas, transformadas por medio de la creatividad y las manos, en objetos tradicionales o contemporáneos, adecuándolos a las necesidades del espacio para el que fueron creados.

Para la segunda colección denominada “Casa Colombiana: Café Sabor Esencial 2003” se partió del café, como símbolo de la identidad nacional. El proceso creativo se inició con un cuidadoso estudio sobre la morfología del café, haciendo énfasis en los colores y diversidad de tonos en las diferentes etapas del proceso de producción del grano, desde la mata, la salida de las flores, el grano verde, hasta su maduración que va desde los naranjas hasta los rojos, el grano seco y tostado y los distintos tonos de marrones. Esta paleta de colores constituyó la inspiración para cada uno de los ambientes de la casa.

La Colección 2004 se denominó “Casa Colombiana: Esencia Pura”. El concepto se desarrolló conservando el tema del café, pero incluyendo como fuente de inspiración nuevos elementos de la flora que forma parte del ecosistema del café, así distintos tipos de plantas y hojas constituyeron referentes complementarios.

El Proyecto Casa Colombiana se ha venido llevando a cabo durante tres años consecutivos, y ha sido concebido como un proyecto de mediano y largo plazo.

## **Antecedentes**

Artesanías de Colombia, ha considerado la cooperación internacional como un instrumento al servicio del desarrollo del sector artesanal, se trata de optimizar los recursos con que cuenta el país, mejorando la calidad y los procesos productivos, a través del diseño y desarrollo de productos y la transferencia de tecnología, para alcanzar los niveles de competitividad requeridos para llegar a los mercados internacionales.

Es por esto, que como parte de las estrategias para fortalecer el sector, y con el convencimiento de que el Diseño es el componente fundamental para que la producción artesanal alcance un verdadero posicionamiento tanto en el ámbito nacional como en el internacional, decidió invitar al Diseñador Filipino, Percy Jutare



Arañador, a adelantar un Programa de Asistencia Técnica y Asesoría en Diseño para el sector artesanal colombiano.

Se escogió al Diseñador P.J. Arañador por su exitosa experiencia en Filipinas, desarrollando productos artesanales y de pequeñas y medianas empresas, para el mercado de Europa, Norte América y Asia.

P.J. Arañador había visitado por primera vez el país en 1997, durante Expoartesanías, junto con Art Dimaano, Subdirector de CITEM, Centro Internacional de Comercio, Exposiciones y Misiones de Filipinas, y ambos quedaron altamente impresionados con el potencial de la producción artesanal colombiana.

En el 2001 se retomó la idea de llevar a cabo un Proyecto de Asistencia Técnica Internacional.

### **Objetivo de la consultoría**

Elevar el nivel de competitividad de la producción artesanal a través del diseño para lograr un mayor posicionamiento de la artesanía en los mercados internacionales.

El trabajo se inició en Agosto del 2001, con un primer viaje del Consultor. Las actividades se orientaron de una parte, a la asesoría directa y evaluación de productos con los artesanos y de otra, a la capacitación a través de Seminarios y Talleres con los diseñadores vinculados a los Laboratorios de Diseño de Artesanías de Colombia, así:

- Visitas de observación y diagnóstico a los Laboratorios de Diseño de Armenia y Pasto.
- Visitas a comunidades y talleres artesanos en distintas ciudades y municipios del país.
- Evaluación de productos para artesanos interesados en participar en Ferias Artesanales organizadas por Artesanías de Colombia.

De otra parte, con el propósito de iniciar un proceso de capacitación dirigido a diseñadores y artesanos, el Consultor dictó el Seminario sobre “Tendencias; Marketing y Diseño para el Mercado Internacional”.

Asistieron 350 personas, incluyendo los diseñadores vinculados a los Laboratorios de Artesanías de Colombia, artesanos, diseñadores y estudiantes de Diseño, microempresarios, Directores de Carrera y profesores de Diseño, y funcionarios de entidades vinculadas al sector.



Entre las Conclusiones de esta Primera Etapa y la programación para continuar con la asesoría se planteó el Proyecto Casa Colombiana que se trabajaría conjuntamente entre el experto y los diseñadores de Artesanías de Colombia.

La Segunda Etapa entre los meses de Agosto y Diciembre de 2001, se llevó a cabo a través de Internet, en comunicación permanente entre P.J. Arañador y los Laboratorios de Diseño. Por esta vía se intercambiaron las propuestas, y los planos técnicos, se definieron los objetos que formarían parte de la Primera Colección y se inició la producción en las comunidades artesanas.

Durante los años 2002 y 2003, la Asistencia Técnica continuó utilizando el mismo esquema de trabajo, con seguimiento permanente por medio de Internet y con presencia del experto en el país durante 30 días al año. En cada una de sus visitas se dictaron Seminarios sobre temas relacionados con Diseño y Desarrollo de Productos, Tendencias del Mercado, Comercialización Internacional, y Participación en Ferias Internacionales.

## **Metodología**

El trabajo liderado por P.J. Arañador, se realizó con cincuenta diseñadores en las áreas de diseño industrial, textil, gráfico, y arquitectos, vinculados a los Laboratorios de Diseño de Bogotá, Armenia y Pasto, quienes a su vez transmitieron el concepto y trabajaron en forma interactiva con 140 comunidades artesanales localizadas en todo el territorio colombiano. Se buscó que estuvieran representadas todas las regiones del país, y estuvieron vinculadas al Proyecto comunidades indígenas, campesinas y urbanas.

## **Estructura de Trabajo del Proyecto**

Para el desarrollo de las Colecciones se han establecido seis Comités de Trabajo con funciones y metodología definidas, cada uno con un Diseñador líder o coordinador que reporta al Coordinador del Proyecto.

### **Comité Creativo**

Tiene por objeto realizar las propuestas de diseño de la colección. Para esto se basa en la innovación o en el rediseño de productos.

Analiza y desarrolla los conceptos y hace evaluación y selección de las Propuestas que presenta el equipo de diseñadores.





### **Comité Técnico**

Elabora los planos técnicos de los productos y analiza la viabilidad de producción, de acuerdo con los materiales y técnicas y procesos. Propone las comunidades artesanas que pueden llevar a cabo las propuestas.

Hace la evaluación de prototipos y recomienda los ajustes necesarios para la producción.

### **Comité de Producción**

Se encarga de evaluar la viabilidad productiva, coordina la elaboración de prototipos, haciendo la selección de talleres y comunidades y dando las especificaciones técnicas de los productos.

Establece estrategias e implementa y realiza el seguimiento a la producción.

Formula las Ordenes de Pedido a los artesanos (Talleres individuales o comunidades).

### **Comité Comercial**

Se encarga del manejo de Inventarios, del manejo de la Bodega y de la codificación de los productos con las etiquetas correspondientes.

Coordina las Ventas y Pedidos durante el evento.

Coordina con el Comité de Producción, para hacer las entregas de productos post-evento.

### **Comité de Exhibición**

Se encarga de hacer la propuesta para la presentación de la Colección, del diseño del montaje, la distribución del espacio y la consecución y adecuación general de los elementos requeridos para el montaje ( estructura, exhibidores, iluminación etc.).

Maneja la logística durante el montaje y la duración del evento.

### **Comité de Medios**

Diseña y elabora el material visual de apoyo y divulgación del Proyecto, en medios electrónicos y material impreso.

Elabora el Catálogo de la Colección.

Se encarga del diseño y producción de presentaciones multimedia.



## **Construcción del Concepto**

El trabajo se inició con una etapa de conceptualización en la que participaron todos los diseñadores. Se trataba de buscar un “look colombiano” a través de uno o varios elementos que tuvieran identidad nacional y que contribuyeran al concepto de construcción de imagen.

Por medio de un proceso de lluvia de ideas se fue concretando el tema de crear un a casa con identidad colombiana hasta llegar a la síntesis con “Casa Colombiana”. Pero considerando que cada región del país tiene características únicas y diferentes, se buscó un elemento propio y a la vez diferenciador como el café.

Una vez definido el tema central, se elaboró el concepto de colección y de creación de líneas de productos.

El Concepto se desarrolla bajo los siguientes parámetros: contemporáneo, artesanal, concepto de línea, sofisticado, natural, excelente calidad.

## **Estudio de Tendencias**

Como parte del análisis previo al diseño de la Colección se hace un estudio de las Tendencias del Mercado para el tema de Decoración, que ayuda a determinar los materiales, texturas y acentos de color que se utilizarán. Se trata de partir de los requerimientos del mercado y se busca que los productos estén acordes con este.

## **Paleta de Color**

Los colores se toman del tema o elemento que sirve de inspiración y de acuerdo con este se establece la Paleta de Color de cada Colección. Se plantean los colores básicos para cada espacio, así como los acentos de color.

## **Formas**

Las formas se basan también en los elementos relacionados con el tema y el concepto de la Colección.

## **Estrategias de diseño**

- Fortalecer el factor diferenciador del producto (estilo, identidad) generando valor agregado.
- Estableciendo los criterios de identidad.
- Seleccionando referentes y establecer prioridades.



- Análisis del Mercado y de la competencia.
- Establecer criterios para la aplicación de tendencias según nicho de mercado.
- Rescate de productos.
- Re – diseño de productos existentes exitosos.
  
- Aplicar e intensificar el uso de tendencias de diseño y la moda para fortalecer la imagen del producto.
- Investigación y retroalimentación sobre tendencias contemporáneas.
- Crear espacios para la socialización de la información de tendencias (jornadas de diseño, páginas en internet).
- Lluvia de ideas.
  
- Aplicación y obtención de registros y patentes para favorecer la propiedad intelectual de productos, líneas y colecciones.
- Selección de productos por categorías.
- Generar la documentación necesaria para elaborar los registros
- Investigar a fondo las condiciones de registro y los beneficios.
  
- Aplicación de un hilo conductor dentro del desarrollo conceptual de la colección.
- Establecer un punto de partida (Flor y fruto del café caturro).
- Definir una morfología para la representación del hilo conductor Gradación, Plano seriado, Abstracción geométrica, Radiación Positivo y Negativo.
- Establecer sus posibles aplicaciones en los productos, ya sea formal evidente o mimético.
  
- Aprovechamiento de las materias primas y exploración de sus propiedades para un mejor conocimiento de las mismas.
- Recolección y clasificación de la información existente.
- Cada diseñador, de acuerdo a su especialidad, debe hacer un documento en donde se registren las propiedades y características de las fibras y/o materiales que maneja, esta información debe estar registrada en un documento.
  
- Desarrollar productos con mayor identidad cultural mediante la aplicación de talleres de creatividad que exploren la forma y las posibilidades de los materiales.
- Partir de referentes del entorno teniendo en cuenta la técnica, la tradición, y la cultura.
  
- Definir los grupos de trabajo mediante la asignación de roles para cada diseñador.
- Cada diseñador debe hacer por escrito una propuesta sobre las habilidades y fortalezas que posee, para un mejor desempeño dentro del grupo de diseño, este estudio debe contemplar aspectos tales como especialidad en diseño, manejo de materiales y conocimiento de los mismos.



- Para la producción.
  - Trabajar solamente con los talleres inscritos a los Programas de Cadenas Productivas.
  - Determinar la especialidad de cada taller teniendo en cuenta la infraestructura de los mismos.
  - Formalizar la exclusividad de la producción de estos talleres mediante el marco legal.
  - Consultar con el área comercial la lista de proveedores existentes para involucrarlos en el Programa de Cadenas Productivas.
  
- Planeación de la producción de acuerdo a los tiempos reales de producción.
  - Seguimiento del desarrollo del producto.
  - Estudio de tiempos y movimientos.
  - Análisis del costo real según cada localidad.
  
- Rescate de productos exitosos para involucrarlos en las cadenas productivas.
  - Identificar productos exitosos.
  - Ajustar procesos y verificar información para hacer pedidos.
  - Actualización del producto según colores y concepto de la tendencia.
  - Producción piloto.
  - Comercialización pionera.

## **Productos**

De acuerdo con los espacios establecidos, se formulan las Propuestas de los elementos que conforman cada espacio: Patio o Jardín, Sala, Comedor, Cocina, Estudio, Alcoba y Baño.

Los Laboratorios de Diseño de Armenia y Pasto siguen todo el proceso con el Laboratorio de Diseño de Bogotá y presentan sus Propuestas, basándose en los materiales y en las técnicas artesanales propias de su región.

Las Propuestas se presentan, tanto al asesor filipino como a un Comité de Artesanías de Colombia y se toma la decisión final.

El diseño de la Colección incluye el desarrollo de nuevos productos, la selección de productos tradicionales que por sus características pueden integrarla y productos de colecciones anteriores que pueden ser reutilizados.

## **Materiales, Técnicas y Oficios**

Los materiales se seleccionan de acuerdo con la variedad de materias primas naturales que existen en el país, como maderas, guadua, fibras vegetales ( mimbre,



fique, fibra de plátano, iraca, esparto, caña flecha, calceta de plátano) fibras textiles como algodón, lana y seda; cerámica, cuero, tagua, cacho, coco, cobre y otros metales, piedra y otros, los que a su vez determinan diferentes oficios y técnicas de la gran variedad identificada y existente en el país.

## **Trabajo con las comunidades**

Una vez establecidos las piezas que se van a producir y de acuerdo con la selección de materiales y técnicas, se determinan las comunidades con las que se va a producir la Colección

Los diseñadores, de acuerdo con su perfil y área de especialización viajan a las distintas regiones del país para adelantar el trabajo directamente con los artesanos productores.

La primera premisa para el trabajo con comunidades es que este se desarrolle en forma interactiva, respetando el saber tradicional de los artesanos y buscando que las propuestas de Diseño sean viables técnicamente y que el artesano se las apropie para asegurar que el proceso de producción se lleve hasta su finalización, y sea posible obtener un resultado comercial.

En esta etapa del trabajo se elaboran los prototipos y se dejan las especificaciones técnicas para que los productos sean enviados a la sede de Artesanías de Colombia.

Los prototipos son analizados por el Comité Técnico, quien hace las observaciones correspondientes. Una vez que son aprobados, el Área Comercial hace la Orden de Pedido para contar con el stock establecido en el evento.

## **Lanzamiento de la colección y prueba de mercado**

El lanzamiento de cada Colección se lleva a cabo en EXPOARTESANÍAS, la Feria Artesanal organizada todos los años por Artesanías de Colombia en asocio con la Corporación de Ferias de Bogotá - Corferias, que tiene lugar durante doce días en el mes de Diciembre. La Feria cuenta con más de cien mil visitantes y es, en su género, la más importante en América Latina.

El público visitante puede además de admirar la muestra, hacer pedidos. Diariamente se hacen Encuestas a los asistentes para conocer las opiniones de los consumidores sobre los productos, precios, motivación de compra y estrato económico al que pertenece. Esto con el fin de establecer el Perfil del consumidor y dar respuesta a sus necesidades.

Al finalizar la Feria y de acuerdo con el volumen de Ventas, se hace una rigurosa evaluación de la Colección para establecer los factores que se deben mejorar y corregir.



## 16.2. Caso Guadua

### **Ubicación Geográfica.**

Departamentos del Quindío, Risaralda y Caldas

### **Oficio.**

Trabajo en Guadua

### **Materia(s) Prima(s).**

Guadua

### **Reseña histórica, socioeconómica.**

Artesanías de Colombia por medio del Laboratorio Colombiano de Diseño ha venido desarrollando desde 1985 asesorías y capacitaciones enfocadas al desarrollo de producto en los diferentes oficios artesanales. En la zona cafetera de Colombia, desde hace muchos años atrás, se ha venido creando la Cultura del trabajo en guadua y se ha convertido en el sustento permanente para distintos talleres y por ende familias que en ellos trabajan.

En esta zona existe una amplia variedad de talleres artesanales donde se manejan diferentes técnicas en el manejo de la Guadua conformando una gran diversidad de productos donde prima la originalidad y lo utilitario. El Laboratorio de Diseño de Armenia ha venido trabajando desde 1998 con los artesanos de la región cafetera a través intervenciones en diseño y desarrollo de productos encaminados a que los productos en Guadua, que eran normalmente comercializados únicamente en el mercado local, teniendo como única sala ventas las ferias de la región, salieran a ser comercializados en mercados nacionales con posibilidad de llegar a exportaciones.

### **Productos Referentes – Problema y solución.**

Luego del sismo del 25 de enero de 1999, Artesanías de Colombia S.A. con apoyo de la Corporación para el Desarrollo de las Microempresas desarrolló, con el objetivo de ayudar a los artesanos que de alguna manera se vieron afectados por este evento, una feria dedicada exclusivamente a los talleres artesanales del eje cafetero en la Plaza de los Artesanos en la ciudad de Bogotá. Gracias a esta iniciativa, el Centro Colombiano de Diseño (CCDA) realizó un censo y diagnóstico de los talleres afectados en la zona, con el ánimo de vincular a estos artesanos al evento y darles la oportunidad de comercializar sus productos a unos costos supremamente bajos.

Para asegurar una exitosa comercialización, el CCDA inició un proceso intensivo de preparación a los artesanos realizando capacitaciones y asesorías en temas como diversificación de producto, creación de líneas, mejoramiento de la calidad, costeo y acabados naturales entre otros, también se realizaron talleres creatividad para generar nuevas propuestas y alternativas al uso de la guadua.



En general la “estrategia” de precios de los productos fabricados en Guadua, se ha enfocado al mercado turístico regional, por lo cual las artesanías elaboradas por estos talleres se comercializaban a precios relativamente bajos dada la naturaleza del mercado (entre 5 y 15 USD) dependiendo del tiempo de fabricación y tamaño de la pieza. Aunque para esa época la mayoría de los taller no contaba realmente con una adecuada metodología para el correcto costeo de sus productos y por tanto la fijación del precio de venta al público resultaba ser también bastante inexacta. Lo cual conllevaba generalmente a que los talleres no ganaran lo justo por su trabajo.

Para los talleres sus costos y precios dependían más de factores emocionales y afectivos hacia sus productos que a la realidad del tiempo dedicado, costo de materias primas e insumos y todos aquellos componentes del costo de producción de una pieza, variables indispensables para que la venta de los productos fueran rentables y productivos.

Los talleres tampoco realizaban ningún tipo de promoción para la comercialización y ya que desconocían su estructura de costos real, las rebajas o aumentos en el precio dependían totalmente de lo que el turista estuviera dispuesto a pagar por las artesanías. En la mayoría de los casos estas promociones o rebajas se daban generalmente a favor del comprador quien obtenía un excelente producto artesanal por un precio que muchas veces ni siquiera cubría los costos básicos de la fabricación de la pieza.

Los productos artesanales de estos talleres obedecen, en alguna medida, al resultado de su plaza, de su entorno y de la baja cualificación del oficio con el que cuentan la mayoría de los talleres. Los productos fabricados respondían a un mercado turístico de bajo poder adquisitivo y de carácter regional, con poco valor agregado por su diseño y su utilidad. En general la calidad de los producto eran bastante deficiente y sus acabados dejaban poco que desear, al menos en la mente del comprador.

### **Desarrollo de la Asesoría.**

Los talleres de Guadua han trabajado con el CCDA durante 3 años en la feria del eje cafetero. Durante este tiempo se han adelantado actividades encaminadas a mejorar 4 aspectos básicos de su producción artesanal.

1. A nivel de costos, los artesanos de los talleres han recibido capacitación y asistencia técnica en Costos ABC por parte de los diseñadores del CCDA, los cuales han permitido tener clara su estructura de costos y por tanto una contabilidad organizada, de igual manera han aprendido a determinar su punto de equilibrio para cualquier proyecto nuevo que tengan en mente y la tasa interna de retorno de su inversión, y más importante aún, han aprendido a fijar precios de venta justos, tanto para el taller como para el comprador.



2. De igual manera, al haber introducido una estructura de costos basada en las actividades, los artesanos vieron la necesidad de reorganizar sus talleres y replantear la forma en la que ejecutan las diferentes tareas necesarias para la realización de su producción. Esta necesidad conllevó a los diseñadores a asistirlos en la nueva distribución de sus procesos productivos y la planta física de su espacio laboral, puesto que la metodología de costos implicaba una clara identificación de todas y cada una de las actividades o pasos necesarios obtener un producto terminado. Paralelo a este proceso y junto con la reorganización del taller, a medida que se iban identificando las actividades también se capacitó en las normas de seguridad industrial específicas para cada actividad, garantizando también el bienestar de los artesanos. Esto ha conllevado a una buena organización para la producción y dentro de la medida de lo posible se están realizando los procesos productivos del taller de una forma eficiente.

3. Gracias a los eventos comerciales de Artesanías de Colombia S.A. en la ciudad de Bogotá, los talleres artesanal ha podido conocer los gustos y tendencias de mercados más cosmopolitas y contemporáneos, lo cual ha generado la necesidad en ellos de recurrir al diseño como herramienta fundamental para ser competitivos en el mercado artesanal. Particularmente, la plaza de Bogotá es una de las que mayor poder adquisitivo tiene en el país, pero de igual manera demanda productos artesanales que estén a la altura de cualquier plaza a nivel internacional.

4. Todo lo anterior ha abonado el camino para que el trabajo de diseño y desarrollo de nuevos productos del CCDA se haya convertido en un aporte importante para los talleres que mejora sus ventas, la calidad y la eficiencia. De esta manera el CCDA ha proporcionado, mediante trabajo interactivo entre los diseñadores y los artesanos, varias líneas de nuevos productos que buscan llegar a segmentos más altos del mercado de forma más eficiente, preservando la identidad del oficio que originalmente se encontraba en el municipio de Salento, identidad que hace alusión a la destreza con la que se realizan los trabajos de calado sobre la guadua, en un mejoramiento de la calidad del producto en lo referente al tratamiento de la materia prima y finalmente en los acabados de cada pieza. De igual manera, el diseño de cada uno de los productos ha sido cuidadosamente estudiado para que responda a las necesidades y gustos del mercado.

### **Impacto.**

Estas actividades año a año han logrado un crecimiento sostenido de las ventas de los talleres, que en promedio han sido del 22% anual. De igual manera, este crecimiento les ha permitido a algunos talleres adquirir mejor maquinaria para la producción, y ha dado una notable mejoría en la calidad de vida de cada uno los artesanos y en general un desarrollo importante de su oficio.





### **16.3. Colección Mueble Étnico • Innovación y mejoramiento de la Competitividad**

#### **Nombre del Grupo / Comunidad.**

Sector Artesanal de la Madera

#### **Ubicación Geográfica.**

Pasto - Nariño

#### **No. de personas que conforman el grupo.**

34 microempresarios

#### **Oficios.**

Talla en madera, cestería, sombrerería, Teneduría en telar horizontal

#### **Materia(s) Prima(s).**

Se trabajo combinación de materiales:

Iraca y madera

Fique y madera

Tamo y madera

Calado en madera

Fibras y madera

#### **Reseña histórica, socioeconómica.**

Al sur del país se ubica uno de los departamentos cuyas tradiciones materiales e inmateriales gozan del más profundo celo y respeto de sus pobladores; allí se conservan las costumbres y los conocimientos octogenarios intactos, a la vez que se transmiten los oficios artesanales con devoción y maestría. Esta zona del país se ha caracterizado por sus trabajos en ebanistería, instrumentos musicales, enchapado en tamo y Mopa Mopa.

#### **Productos Referentes – Problema y solución.**

Este caso buscó: lograr productos diferenciados con las propiedades de los materiales de Nariño, divulgar las técnicas de la región, obtener combinaciones o mezclas de materiales novedosas y funcionales, fomentar la capacidad creativa de los artesanos de la región, intercambiar conocimientos entre artesanos, diseñadores y estudiantes de diseño en la zona y, con base en el trabajo conjunto, generar el concepto de la colección “El Mueble Étnico”

Se realizó un diagnóstico de la comunidad que evidenció los siguientes puntos:

- Falta de innovación e identidad en los productos



- Desconocimiento de normas técnicas sobre muebles, ergonomía y medio ambiente
- Falta de inmunización y secado de la madera
- Desconocimiento de técnicas de acabados naturales
- Carencia de un catálogo de productos
- Deficiencia en dibujo técnico
- Manejo informal de la contabilidad
- Bajos niveles de producción

### **Desarrollo de la Asesoría.**

Para empezar a desarrollar esta colección se empezó por hacer un compendio de la normatividad y manuales relacionados con la madera, se identificaron 130 Normas técnicas relacionadas y se priorizaron en un manual de acuerdo al tipo de productos que se trabajó, a las que fueren consideradas como requisito indispensables en el producto final, las que permitieran realizar ensayos experimentales sin necesidad de laboratorio y a las que tuvieran datos antropométricos y ergonómicos relacionados.

Se procedió a realizar 5 grupos de trabajo, cada una con 3 Artesanos, 2 Diseñadores y 2 estudiantes de Diseño. Cada grupo trabajó una combinación de materiales de la siguiente forma:

- Mesa 1: iraca y madera
- Mesa 2: fique y madera
- Mesa 3: tamo y madera
- Mesa 4: calado en madera
- Mesa 5: fibras y madera

Cada mesa debía realizar las siguientes actividades:

Plasmar las propuestas en bocetos claros y con una muestra del material experimentado.

Crear un “concepto” de diseño con cada prueba obtenida.

Socializar todas las propuestas con el grupo de diseño.

Exponer los resultados en cartelera para que todos los participantes siguieran el proceso y se retroalimentaran.

Establecer una base de datos teórica y fotográfica de las posibilidades del material y/o de experimentaciones realizadas.

En total estas mesas generaron 255 experimentos con madera, fibras naturales y cuero y 300 bocetos de producto incluyendo líneas y conceptos de diseño, de los cuales se



seleccionaron 40 bocetos que cumplieran con las características formales, funcionales, de combinación de materiales, que tuvieran demanda del mercado y que su precio fuera acorde con mercado enfocado.

A nivel de mejoramiento de producto se trabajó en el rediseño de 15 líneas de producto ajustándolas de acuerdo a la combinación de materiales, la definición de colores y acabados, las dimensiones y proporciones y realizando un estudio técnico sobre sus ensambles para la construcción de los prototipos.

Adicional al desarrollo de la colección se realizó una socialización de la investigación en acabados naturales con el grupo beneficiario, y capacitaciones reforzando como rutas críticas: el secado e inmunización de la madera, el dibujo técnico, la aplicación de acabados naturales sobre la madera, contabilidad básica y planeación financiera.

### **Impacto.**

Se desarrolló producción piloto de las líneas seleccionadas y se seleccionaron representantes de los microempresarios para participar en Expoartesánías 2003 y comercializar las líneas desarrolladas. Se lograron ventas por 33'000.000.00 y se comprobó que el 80 % de las líneas presentadas fueron exitosas. Se conformó la Asociación de Microempresarios del proyecto denominada "Etnika".

## **16.4. Caso Resguardo Zenú San Andrés de Sotavento • Diversificación, extensión de líneas e Innovación.**

Centro Colombiano de Diseño • Unidad de Bogotá

### **Nombre del Grupo / Comunidad.**

Resguardo Zenú – San Andrés de Sotavento.

### **Ubicación Geográfica.**

Departamentos de Córdoba y Sucre. Resguardo Zenú.

### **No. de personas que conforman el grupo.**

Más de 500 artesanos del resguardo

### **Oficios.**

Sombrerería, Trenzado y Cosido.

### **Materia(s) Prima(s).**

Fibra de Cañaflecha



### **Reseña histórica, socioeconómica.**

El Sombrero “Vueltaio” es sin duda una de las artesanías por excelencia y uno de los símbolos populares más conocidos de Colombia. En él se aprecian claramente sus orígenes precolombinos. Su principal zona de producción es el Resguardo Zenú en San Andrés de Sotavento que abarca territorios de Córdoba y Sucre. Este resguardo esta conformado varios corregimientos entre los que se destaca Tuchín como uno de los sitios donde más se ha trabajado en innovación de producto en los últimos años. En esta zona se teje la trenza milenaria, un ininterrumpido lenguaje sin palabras, alfabeto geométrico y binario de la etnia. Blanco y negro de los pictogramas, herencia de una comunidad que se destacó como orfebre e ingeniera de risomáticos canales de los ríos bajo Sinú y San Jorge.

Luego de un complejo proceso de clasificación, raspado, pulimento, deshidratación, cocción y coloración de las fibras, los artesanos proceden a trenzar y combinar de manera armónica las fibras negras y blancas para formar figuras (“pintas”) las cuales simbolizan elementos totémicos de la cultura Sinú y llevan nombres pintorescos como “flor de cocodrilo”, “mariposa” y “Corazón de abanico”, entre otros.

Productos Referentes – Problema y solución.

Para esta se comunidad el Centro de Diseño Para la Artesanía y las PYMES planteó la necesidad de crear cooperativas en los centros de producción, que permitieran el fomento del Sombrero Vueltaio, fortaleciendo la comercialización, diversificando la tejeduría en Caña Flecha y elevando el nivel de vida de los indígenas.

Este proyecto trabajó paralelamente con la ejecución de estudios agronómicos sobre el cultivo de Caña Flecha, la determinación de beneficiaderos y el establecimiento de cultivos experimentales para permitir una producción continua en vivero todo el año y así poder incursionar con éxito en los mercados nacionales e internacionales. El proyecto se planteó a largo plazo, 10 a 15 años, y buscó que la comunidad respondiera favorablemente a las nuevas técnicas de producción y comercialización presentadas por los Asesores en Diseño.

### **Desarrollo de la Asesoría.**

El proyecto fue de carácter regional y se tuvo como zona de influencia las comunidades indígenas del resguardo de San Andrés de Sotavento. Se inició con la realización de visitas de reconocimiento por parte de los Asesores y Diseñadores donde se registró la situación actual de la región realizando registros fotográficos y fichas de productos referentes. De estos informes se planteó una metodología de trabajo y se procedió a plantear las posibilidades de innovación y diversificación y los tipos de asesorías que se debía dar a los artesanos para lograr las metas. Se realizaron asesorías en: organización de la producción que fueron impartidas directamente a los artesanos, curso-taller para el desarrollo de la mentalidad empresarial, cursos taller



de administración, curso taller de costo y manejo contable dirigidos a los 3 equipos de asociación que se conformaron. La innovación a nivel de diseño los asesores partieron desde la diversificación del sombrero original de caña flecha, evolucionó a la ejecución de productos a partir del tejido en espiral como contenedores y tapetes y se diversificó con el uso de la misma trenza pero en superficies planas y tejido sobre base rígida, lo que permitió ampliar las posibilidades de uso del material.

### **Impacto.**

La diversificación de productos generada por los asesores de Artesanías de Colombia y el mejoramiento de sus acabados ha generado expansión del mercado tanto a nivel nacional donde, aparte de exhibir y vender sus productos en Ferias y Mercados artesanales, son proveedores de materia prima (trenza y tejido sobre base) para la elaboración de productos neo-artesanales con incrustaciones en dicho material que le dan un alto valor agregado al producto. Estos productos tienen gran aceptación tanto en compradores nacionales como extranjeros.

## **16.5. Caso del Municipio de Bolívar**

### **Nombre del Grupo / Comunidad**

Comunidad indígena Yanacona – Bolívar (Cauca).

### **Ubicación Geográfica**

Municipio de Bolívar, departamento del Cauca, Regional Occidente. Comprende las localidades de Angoní, El Cidral y Placetillas.

### **Número de personas que conforman el grupo**

50 mujeres artesanas que realizan el oficio.

### **Oficio**

Tejeduría en telar vertical ó “guanga”, de tradición y herencia indígena.

### **Materia Prima**

Lana de oveja.

### **Reseña histórica Socioeconómica**

La tradición textil del Sur del Cauca data de cuando los pueblos de lengua quechua se establecieron en la región antes de la llegada de los españoles. Los hombres se dedicaban a la agricultura y las mujeres hilaban algodón y cabuya, para tejer mantas, fajas, chumbes o cinturones y mochilas.



Con los hispanos llegan las ovejas y así se empieza a utilizar la lana. El tejido del sur del país era una actividad complementaria de las labores agrícolas, y específicamente femenina. Las mantas fueron el principal aporte de la mujer para cumplir el pago del tributo impuesto por los españoles.

Durante la época de la Colonia, se mantiene el oficio como actividad doméstica y es en el siglo XIX, cuando se empieza a tecnificar el arte textil, que se consolida como industria en el siglo XX en el país.

En la región hay cerca de 8.000 indígenas y actualmente el tejido artesanal se conserva como una tradición ancestral en manos de las mujeres y su conocimiento es transmitido de generación en generación.

La zona se vio afectada por cultivos de coca y Artesanías de Colombia en un esfuerzo conjunto con el Programa de Naciones Unidas para la Fiscalización Internacional de Drogas, emprendió un programa con el fin de rescatar los oficios y valores tradicionales de las comunidades y de generar alternativas sostenibles de empleo e ingresos, mejorando las condiciones de vida de los habitantes de la región.

### **Productos referentes – problema y solución**

Antes de entablar los productos referentes, este caso buscaba ampliar las posibilidades económicas para las tejedoras en un contexto diferente al comercio de cultivos ilícitos. Así, en 1988 se inició la reactivación del oficio artesanal, en donde la técnica, la materia prima y los productos propios de la comunidad volvieron a ser parte de ella: de la “guanga” salieron de nuevo las piezas tradicionales como las ruanas, las cobijas y los chumbes, estos últimos, empleados a manera de cinta para sostener los hijos sobre la espalda ó envolverlos durante sus primeros meses de vida.

Teniendo así iniciada la reactivación del quehacer artesanal, estos productos, de alto valor ancestral y familiar, no podrían entrar al mercado actual de la artesanía debido especialmente a dos condiciones: la primera, su condición de piezas locales, básicamente limitadas para el autoconsumo y a un pequeño mercado local, y la segunda, el peso considerable de las mismas debido al proceso artesanal en la hilatura de la lana.

Con el fin de ampliar el mercado se hizo un primer análisis del potencial de los tejidos y de su posible aplicación en objetos de decoración, de manera que se conservaran las técnicas y los materiales, pero que se variaran las posibilidades de uso.

La asesoría se inició buscando la diversificación, desarrollando productos aptos para la decoración, transformándose las pesadas cobijas en tapetes, y diseñando cojines, caminos de mesa, throws para sillas y sofás, telas para tapicería de muebles y tejidos



que combinados con cuero se utilizaron en bolsos y carteras muy contemporáneas para el mercado actual y utilizadas por una diseñadora de moda en la pasarela Identidad Colombia, presentada en Milano Moda Donna 2004.

El lanzamiento de la primera colección tuvo lugar en la sede de Artesanías de Colombia en 1991. Los productos han continuado en el mercado y la Empresa ha seguido prestando su apoyo a estas comunidades, Algunas artesanas han recibido Premios como la Medalla de la Maestría Artesanal otorgado por la Empresa y recientemente una de las tejedoras tuvo la oportunidad de viajar a la Semana de la Moda de Milán en Febrero de 2004.

### **Desarrollo de la asesoría**

Las asesorías prestadas en la comunidad han tenido las siguientes etapas:

- Reactivación del quehacer artesanal, 1988.
- Diversificación de la producción, 1989 y 1991.
- Asistencia técnica sobre los productos diversificados anteriormente, 1993/1994.
- Talleres de teoría del color e implementación del color sobre las piezas con anilinas industriales, 1995.
- Incorporación del concepto de línea y elaboración de líneas de productos, 1996.
- Etapa de producción para las líneas de productos, 1997.
- Taller de tintes industriales especiales para lana y generación de nuevas líneas de productos y producción, 2001-2002.
- Producción de tejidos para la pasarela Identidad Colombia, 2003-2004.

### **Productos resultados de la asesoría**

- Tapetes, carpetas, cojines, bufandas y caminos de mesa en 1989.
- Alforjas, cojines de rollo, cojines pestaña, cojines “doble-yo” almohadones, sobres de pared y telas para marroquinería en 1991. Exposición “Guangas y Zingas”.
- Cojines, telas, tapetes y morrales con introducción del color en 1995.
- Línea de sala (tapete, camino de mesa y cojines) y línea de comedor (tapete, centro de mesa y telas para sillas) con diferentes propuestas en color, en 1996-1997.
- Línea de cojines y línea de butacos con tintes industriales y colores naturales en 2001-2002.
- Tejidos para bolsos en 2003-2004.

### **Impacto**

El mayor impacto generado entre las artesanas es ver su oficio de nuevo reactivado y mantenerlo como una fuente digna de ingresos. Para ellas, se abrieron nuevas



posibilidades de mercados externos y la participación en eventos feriales nacionales e internacionales en donde exponen su quehacer y ofrecen sus productos. Las piezas que actualmente realizan se distinguen por mantener viva la tradición del oficio y ofrecer un alto contenido en diseño.

## **16.6. Caso del Municipio de San Agustín**

### **Nombre del Grupo / Comunidad**

Comunidad de San Agustín – Huila. Comprende las localidades de El Estrecho del Magdalena, Obando y la Cabecera Municipal.

### **Ubicación Geográfica**

Municipio San Agustín, departamento del Huila, Regional Centro-Oriente.

### **Número de personas que conforman el grupo**

50 mujeres artesanas que realizan el oficio.

### **Oficio**

Tejeduría en telar vertical ó “guanga”, de herencia indígena.

### **Materia Prima**

Fibra e hilos de plátano y fique.

### **Reseña histórica Socioeconómica**

El oficio de tejeduría en telar vertical ó “guanga” al parecer viene del Cauca, y al ingresar al departamento, tomó como materia prima la fibra del fique en lugar de la lana, para ser tejida de igual forma y adoptar dos estilos diferentes gracias a la materia prima: uno, es el **tejido en fino**, en el cual las fibras no se hilan sino se unen unas a otras mediante anudado, y el segundo, el **tejido en grueso**, que se realiza con las fibras hiladas.

Posteriormente al empleo de la fibra de fique, una artesana por los años ochenta, comenzó a obtener la fibra del tallo del plátano y trabajarla de igual manera a la del fique, práctica que adoptaron rápidamente las artesanas haciendo que el Municipio fuera pionero a nivel nacional en el manejo y la extracción del material, y hasta hace solo un par de años, único productor. Sin embargo, San Agustín sigue ocupando el primer renglón de la producción y elaboración de piezas artesanales en dicha fibra.

La actividad artesanal en el municipio representa una gran fuerza artesanal y el tejido es practicado con gran habilidad por mujeres, que toman el oficio como una fuente de ingresos extra ó de la cual logran su sustento.





### **Productos referentes – problema y solución**

Los productos tradicionales de la región son individuales, pequeños bolsos y souvenir en tejido fino, así como tulas en tejido grueso. Estos productos están dirigidos a un mercado estrictamente local, cuyo flujo interno es medianamente aceptable, mas que se ha visto decaer debido a la disminución del turismo en la localidad.

La elaboración de las piezas aún mantiene un proceso netamente manual, que va desde la extracción de la fibra con tabla, el hilado, que en su mayoría es con huso y culmina con el tejido que es completamente a mano. Lo anterior hace que los productos tengan una producción lenta que no representa el tiempo invertido ya sea por el precio de venta ó la funcionalidad del producto.

La materia prima, esencialmente fique, compite con la noción a nivel nacional de ser barata, lo que recae directamente sobre los artículos en donde no se reconoce el proceso manual que tienen las piezas. En cuanto la fibra de plátano, muchas veces pasa inadvertida por el comprador debido a su similaridad con la fibra de fique y por ende obtiene el mismo reconocimiento.

Teniendo en cuenta estos aspectos, las asesorías en diseño se dirigieron a buscar nuevas alternativas en diseño que abrieran las puertas a un mercado externo, y en los últimos años, se enfocó específicamente sobre el principal aspecto que diferenciaba este quehacer de la producción artesanal nacional, a saber, el empleo de la fibra de plátano.

### **Desarrollo de la asesoría**

Las asesorías iniciaron en la década de los 90, y han continuado a la fecha. Las siguientes han sido las intervenciones realizadas:

- Taller de tintes naturales, empleando las especies nativas de la región.
- Investigación para la memoria del oficio y el diagnóstico de la situación en el oficio de tejeduría en técnica de telar vertical con fibras de fique y plátano.
- Mejoramiento en calidad sobre los productos artesanales tradicionales: individuales en fino, tulas y morrales en tejido grueso.
- Asistencia técnica en la enseñanza de los tejidos tradicionales y modernos sobre el telar tradicional.
- Afianzamiento en el proceso de tintura con anilinas industriales y refuerzo de tintes naturales.
- Rediseño de piezas artesanales y desarrollo de nuevas propuestas, incluyendo las técnicas de tejido en telar y el crochet.
- Implementación técnica de tintes industriales especiales para fibras celulósicas y desarrollo de carta de color, sustituyendo con ello el empleo de anilinas.
- Diversificación de la producción y propuesta de líneas de productos.



### Productos resultados de la asesoría

- Tulas tradicionales en tejido grueso con mejoramiento en acabados.
- Telas divisorias de espacios en tejido grueso en colores naturales.
- Cojines en tejido grueso con hilos de plátano ó de fique.
- Cojines en hilo de plátano en técnica de crochet.
- Individuales y caminos de mesa en tejido fino con fibras de fique ó plátano.
- Línea de cojinería en tejido fino con fibra de plátano.

### Impacto

El proceso en diseño dirigido ha elevado la condición de las piezas artesanales, haciendo que éstas entren a un mercado de gran aceptación a nivel nacional y proyección internacional. Gracias esto, el ingreso de las artesanas se ha visto mejorado y la producción se ha enriquecido garantizando con ello la permanencia y la expansión del quehacer artesanal en el Municipio.

## 16.7. Caso: Programa Nacional De Joyería

### Nombre del Grupo/ Comunidad

Comunidades joyeras y orfebres de los distritos auríferos y de tradición joyera de 34 municipios, de 13 departamentos del país.

### Ubicación Geográfica

Departamento	Municipios
Antioquia	Medellín, Frontino, Santa Fe de Antioquia, Segovia, El Bagre, Caucasia
Bolívar	Santa Rosa del Sur, Barranco de Loba, Montecristo, Mompóx
Caldas	Marmato, Manizales
Cauca	Popayán, Guapí, Suárez
Córdoba	Puerto Libertador
Cundinamarca	Bogotá D.C.
Chocó	Quibdó, Istmina, Condoto, Andagoya, Tadó
Guainía	Inírida
Nariño	Barbacoas, La Llanada, Los Andes – Soto Mayor, Cumbitara, Santa Bárbara de Iscuandé, Pupiales
Quindío	Quimbaya
Risaralda	Quinchía
Santander	Vetas, California
Vaupés	Taraira



### **No de Personas que Conforman el Grupo**

El grupo atendido corresponde a 1.535 personas de las cuales se encuentra conformado en un 65% por hombres y el 35% por mujeres.

### **Oficios**

Mediante el programa se atendieron los oficios de la joyería y orfebrería.

### **Materia(s) Prima(s)**

Oro, Plata, Piedras Semipreciosas, Madera, y Semillas, entre otras.

### **Reseña Histórica, Socioeconómica**

Las comunidades orfebres y joyeras del país recopilan el más amplio referentes sociocultural del sector artesanal, su arte es fértil en variantes y técnicas, que han sido codificadas como joyería tradicional, contemporánea y de diseño, rica en formas geométricas, materiales y elementos estéticos que simbolizan y materializan la energía creadora de los más nobles hacedores colombianos.

Las culturas del suroccidente colombiano, como la Tumaco, Calima, Malagana, Cauca, San Agustín, Tierradentro, Nariño, Quimbaya y Tolima fueron las primeras en trabajar los metales preciosos que encontraban en las vegas y meandros de los ríos. Las redes de trueque permitieron el intercambio de ideas y técnicas como el dorado, aleación, fundición, granulación y la cera pérdida, entre las diferentes regiones amerindias. El encuentro de dos mundos permitió a los conquistados tejer la fantástica “Leyenda del Dorado” y los conquistadores en su búsqueda, fueron entretejiendo en hilos de oro y plata ciudades doradas y moriscas, de la más fina filigrana.

La orfebrería precolombina expresan con nitidez los conceptos del pensamiento indígena, los contenidos del universo, tierra, astros, personas, animales, plantas, en perfecto equilibrio y los diseños de la orfebrería poscolombina perduran en las comunidades orfebres del litoral Pacífico (Barbacoas, Tumaco, Quibdo, Tadó, Istmina, Condotó, Andagoya), en la región Caribe (Mompóx, San José de Ciénaga de Oro), y en la región Andina (Santa Fe de Antioquia) y que hoy en día derivan el sustento de su arte.

La joyería colombiana está relacionada con las interacciones simbólicas, tradiciones, costumbres, valores y normas, plásticas que han venido tejiendo las comunidades orfebres y joyeras precolombinas, poscolombinas, modernas, posmodernas y contemporáneas en la construcción de su identidad nacional. Como el país, La joyería es policromática, multiétnica, es alegre, festiva, fragmentada y especializada, es producto de las fantasías colectivas que han desplegado toda su energía creativa de generación en generación. Las comunidades joyeras tradicionales, con dominio de las técnicas como la filigrana y el armado, se encuentran localizadas en Mompóx,



Barbacoas, Santa Fe de Antioquia, Quibdó, Istmina, Condotó, Andagoya y Tadó; en pequeñas localidades y ciudades intermedias como: Marmato, Vetas, California, Popayán, Suárez, Guapí, Santa Rosa del Sur, Barranco de Loba, Montecristo, La Llanada, Los Andes, Cumbitara, Santa Bárbara de Iscuandé, Puerto Libertador, Inírida, Taraira, Frontino, Segovia, El Bagre, Caucasia, Quinchía, Quimbaya, la joyería es comercial, con dominio de las técnicas del armado, engaste, la cera perdida, el grabado y en algunos casos, la filigrana; y en las grandes ciudades como Bogotá, D.C. y Medellín con una joyería contemporánea, de diseño.

A partir de los noventa, se da el bom de la joyería en Colombia, se da inicio a la joyería contemporánea. Sus pioneros la definieron como: "una expresión artística abierta a nuevos materiales y a un lenguaje más personal que comercial". Escuelas pioneras como la Nuria Carulla, han forjado diversas generaciones que se vienen abriendo camino en la construcción de la joyería con identidad nacional.

En la actualidad en sector joyero y orfebre del país esta conformado en un 65% por hombres y en un 35% por mujeres; con un rango de edad entre los 20 – 50 años; el 40% no han completado su educación básica, el 30% la han finalizado y el porcentual restante han alcanzado niveles de educación técnica y universitaria, los dos últimos resultados se acentúan en las medianas ciudades y grandes capitales; en el orden de prioridad trabajan las técnicas del armado, la cera perdida, el engaste, el grabado, la filigrana, el esmaltado y la talla de piedras preciosas y semipreciosas; en su gran mayoría han aprendido el oficio por tradición familiar y en cursos que vienen ofreciendo las diferentes instituciones; los diseños son copiados de revistas o se los entrega el comprador por encargo; el 76% de ellos derivan su sustento del oficio y los restantes los combinan con otros oficios; los talleres en donde trabajan se caracterizan por su baja división del trabajo y por su bajo nivel tecnológico; el 50% de ellos poseen casa propia y los restantes poseen otra tenencia de la misma; el ingreso medio en las grandes ciudades es de \$1.099.133 y en las pequeñas ciudades de \$800.000; el 63% no pertenecen a ninguna organización; y el 80% de ellos producen productos terminados para el consumo.

### **Productos Referentes – Problema y Solución**

El Programa ha contribuido al mejoramiento del sector joyero y orfebre del país, promoviendo la generación de fuentes de trabajo, con criterios de rentabilidad, mejorando los procesos tecnológicos del sistema productivo, del diseño y estimulando su aplicación para garantizar la calidad del producto, la eficiencia en el uso racional de los recursos, su sostenibilidad y la buena práctica del ejercicio comercial.

Como temas planteados para dar solución de cara al diseño fueron:



- Altas necesidades de renovación de portafolios para atender diferentes nichos de mercado, para ello se trabajó en nuevas líneas y colecciones con innovación en sus formas, materiales y usos, razón por la cual se hizo necesario de la confrontación de experiencias nacionales e internacionales, conjugando la tradicional con la modernidad, referencias locales con una perspectiva global.
- Necesidades de confrontación de la información sobre demandas potenciales de mercado (nacional e internacional), para ello se contó con especialistas en moda, joyería, en decodificación y análisis de referentes culturales.
- Los productores joyeros proyectan sus productos, sin considerar la reducción de costos, la minimización de los procesos de producción, la producción en grandes volúmenes y la agregación de valor.
- Los canales de comercialización se encuentran estrechamente ligados a su vivienda o a su pequeño taller, los cuales los circunscriben a un contexto local, de carácter cerrado, que les impide acceder a referentes de innovación en diseño y en técnicas para la realización de la joyería competitiva y con potencialidad de mercado.

### **Desarrollo de las Asesorías**

- **Cooperación Internacional Brasil (Grupo Barroso)**

El interdiseño “hacia una nueva joyería colombiana” permitió a diseñadores internacionales, diseñadores nacionales y joyeros, analizar y dar solución, mediante un proceso interactivo, en la generación de una gama de propuestas innovadoras para el posicionamiento de la joyería en los mercados externos, a través de procesos tecnológicos tradicionales y contemporáneos.

Se partió que proponer es construir algo que no existe, es innovar formas y contenidos, la apropiación y uso de las herramientas conceptuales son el punto de partida para la generación de los diferentes elementos estéticos. El diseñador tiene un compromiso con el cliente y su producto no está determinado por sus gustos y conceptos personales, por lo anterior, el diseñador no tiene estilo propio, su estilo es marcado por sus nichos de mercado.

El diseño sin concepto no es diseño. Cuando se procede a diseñar se debe proceder necesariamente a la construcción de estructuras conceptuales que den soporte a las expresiones estéticas y para ello se requiere el intercambio de saberes, del debate y de la investigación.

- En el seminario taller se creó en los participantes, conciencia de la necesidad de cambiar su modo de pensar y de hacer joyería, de ser efectivos y eficientes con



propuestas innovadoras frente a los retos que imponen los actuales mercados cada vez más competitivos.

Los cambios se orientaron a direccionar a continuas construcciones mentales, que permitieran reconocer y valorar los elementos más singulares de la cultura colombiana.

- Los participantes asumieron el reto la necesidad de producir y ofrecer productos para públicos no habituales. Productos innovadores que motivaran la compra por primera vez.
- Se trabajó en la percepción de elementos del cotidiano propios de los diferentes nichos de mercado. Colocándose en la “piel del comprador” con el fin de comprender con exactitud sus deseos, sus necesidades y producir de esta manera productos que satisfagan verdaderamente las necesidades del cliente.
- Lo diseñadores y joyeros en procesos de reflexión, de motivación del trabajo colectivo, armónico y positivo en procesos de creación de productos dirigidos a los distintos nichos de mercado.
- Con todo lo anterior, se desarrollaron nuevas líneas de joyería de calidad, dirigidas a un público consumidor cada vez más exigente y conectado con las tendencias globales.

Como técnicas aplicadas se utilizaron:

- Exposiciones de especialistas en iconografía e identidad colombiana.
- Lluvia de ideas sin referentes.
- Trabajo de campo a hitos arquitectónicos y culturales.
- Presentación de videos.
- Lluvia de ideas con referentes.
- Construcción del marco conceptual.
- Trabajo por grupos para la construcción de conceptos motivacionales para diferentes nichos de mercado.
- Desarrollo de propuestas en planos y dibujos.
- Proyección y desarrollo de líneas o colecciones producto.

## **Productos Resultados**

### **Cooperación Internacional Brasil (Grupo Barroso)**

El producto final se dio apertura a nuevas posibilidades de joyería orientados a nichos de mercado como las ama de casa, oficinistas y a otros grupos de consumidores jóvenes.



## **Impacto**

- Se prepararon 12 diseñadores y 12 joyeros de diferentes localidades del país.
- Los participantes realizaron replicas del seminario taller en las 34 localidades del programa.
- Se abordó el tema de identidad nacional expresados en 48 piezas de joyería.

### **Cooperación Internacional Italia (Diplomado Scuola D' Arte e Mestieri Di Vicenza)**

La propuesta planteada por la Scuola D' Arte e Mestieri Di Vicenza se basó en el reconocimiento y análisis de los diferentes elementos históricos y culturales en el cual se encontraron inmersos los participantes del diplomado. Estos últimos contaron con la total autonomía en el diseño y en la elaboración de joyas las cuales tienen la virtud de ser originales y concernientes al contexto cultural colombiano.

El proceso formativo se desarrolló en la asimilación conceptual y metodológica de los diferentes referentes históricos, culturales, tecnológicos y a la potenciación, y aprensión de las distintas habilidades creativas y técnicas. Buscando con todo ello, la realización de piezas terminadas impecables y con una identidad propia.

El seminario se estructuró en un módulo de diseño y en un módulo técnico. El primero abordó la teoría de la comunicación y los valores comunicativos de la joyería en el pasado y en el presente, el método de proyección, la selección e interpretación de imágenes con antecedentes culturales y el empleo de las nociones para inventar nuevas formas. Este módulo concurre en su totalidad las etapas de planeación creativa y en el diseño de piezas de joyería bajo el principio de pertenencia. Y el segundo módulo profundizó en las técnicas de la microfundición, metalurgia, burilado y engaste con gran énfasis en el acabado y en la calidad del producto.

- Contribuir en el mejoramiento de la productividad y competitividad del sector orfebre y joyero y al sistema de aseguramiento de la calidad del producto colombiano.
- Difundir conceptos y metodologías con referentes históricos, culturales, tecnológicos buscando con ello potencializar y motivar habilidades creativas y técnicas, que conlleven a la proyección y a la realización de piezas impecables y con identidad propia.
- Insertar en el diseño joyero colombiano referente de innovación sugeridos para el diseño y realización de piezas de joyería, con el fin de establecer indicadores de competitividad en los mercados nacionales e internacionales.
- Exponer un proceso formativo que desarrolle la asimilación y potenciación de las distintas habilidades tecnológicas, que encausen paralelamente la realización de objetos terminados con potencialidad de mercado.



- Motivar la creación de un producto local típico pero moderno, que conserve su identidad cultural, que satisfaga las exigencias y el gusto de un público contemporáneo.
- Los participantes precisaron en el significado de la joya como elemento de comunicación personal, social e histórica.
- Se difundió el método de planeación y realización creativa, bajo los componentes de comprensión de la tarea, la concepción del plan de trabajo y la ejecución del plan.
- Se profundizó en el conocimiento y en el dominio en las técnicas de microfundición, metalurgia y engaste, con el fin de aumentar los volúmenes de producción; de dar valor agregado al eslabón de las piedras preciosas y semipreciosas y al de los productores joyeros; y al mejoramiento continuo de la calidad del producto final, fundamentales para garantizar la calidad y la competitividad del producto colombiano en el mercado internacional.

Como técnicas aplicadas se utilizaron:

- Exposiciones conceptuales respecto a la comunicación y a la proyección creativa con referentes universales de la joya como elemento comunicativo.
- Exposición de referentes para la realización de proyectos.
- Etapa exploratoria o búsqueda inicial de los diferentes referentes locales o nacionales, con el fin de asumir el problema planteado o en definir el punto de partida. Fase inicial de la comprensión de la tarea.
- Recopilación de datos y de lecturas semióticas de la cultura colombiana, de ellos, sugirieron imágenes paisajísticas y culturales. Se recogieron características como: El sujeto, la prevalencia de la forma geométrica, la bidimensionalidad, los elementos físicos, que fueron reagrupados posteriormente bajo las categorías de naturalistas, culturales, figurativos o geométricos.
- Trabajo de campo a hitos arquitectónicos, culturales y paisajísticos.
- Reelaboración en modo original de los elementos seleccionados, con el fin de crear imágenes nuevas que correspondieran a las propias intenciones comunicativas.
- Reconocimiento y utilización de los códigos del lenguaje visual a manera funcional relacionada con la intención comunicativa.
- Reconocimiento y aplicación correcta de las técnicas apropiadas.
- Creación y desarrollo del dibujo de la idea y el estudio gráfico de su factibilidad.
- Selección del motivo.
- Descontextualización de la imagen de partida.
- Recontextualización y especificación de la imagen bajo una tipología.
- Traducción del dibujo y aplicación de pruebas técnicas. Buscando con ello, evidenciar los posibles errores del proyecto, desde el punto de vista de la proporción y articulación de las partes, de la dimensión del objeto, de su





dimensión tridimensional, de los detalles para su construcción y la visualización global del objeto.

- Definió la técnica a aplicar para la realización del objeto y la puesta en marcha del plan de trabajo, utilizando las técnicas apropiadas que garantizaría el buen funcionamiento del sistema comunicativo y garantizando sus acabados y calidad del producto.

A cada participante se le encomendó la tarea de elaborar el diario de trabajo en el que se debía consignar:

- Los motivos de inspiración y la selección de uno de ellos.
- Los conceptos guías de la propuesta.
  
- Las transformaciones estructurales del motivo de inspiración, es decir, la descomposición y composición geométrica de los elementos guía del proyecto.
- La tipología de la joya a desarrollar: Como objeto artístico, comercial, como pieza única o reproducible en serie y sus características técnicas para su realización.
- En dos o en tres renglones consignar aspectos de la vida profesional del participante, en un formato diferente al curriculum vite.

De esta herramienta se derivaron otras tales como:

- El Prototipo.
- La ficha técnica de la joya.
- Los planos de la misma.
- La ficha de producción.

## **Productos Resultados**

### **Cooperación Internacional Italia (Diplomado Scuola D' Arte e Mestieri Di Vicenza)**

Como producto final se desarrollaron productos de gran impecabilidad haciendo uso de las herramientas conceptuales del diseño y las técnicas de la cera perdida, el armado, el burilado y el engaste.



## **Impacto**

- Se prepararon 37 diseñadores y joyeros de diferentes localidades del país.
- Los participantes realizaron replicas del seminario taller en las 34 localidades del programa.
- Se desarrollaron más de 100 piezas de joyería.



## Bibliografía

APORTES PARA LA CONFIGURACION DE UN SISTEMA DE CONTROL y SEGUIMIENTO DE LOS PROYECTOS DEL PROGRAMA DE FOMENTO Y DESARROLLO DEL SUB SECTOR ARTESANO. Lyda del Carmen Díaz. Artesanías de Colombia. Enero 1991.

CENTRO DE DISEÑO -Propuesta-. Asesora de Gerencia General Gladys Salazar y D.I. María de los Angeles González P. Artesanías de Colombia. Mayo 1994.

CENTRO DE DISEÑO -Propuesta-. Diseñador Manuel Ernesto Rodríguez. Artesanías de Colombia. Enero 1995

INSTRUCTIVO DE DISEÑO. División de Diseño. Director de la División de Diseño Carlos Baquero Angel. Artesanías de Colombia. 1988

LISTADO GENERAL DE OFICIOS ARTESANALES. Neve Enrique Herrera R. CENDAR. SENA. Artesanías de Colombia. 1996

MANUAL DEL ENCUESTADOR. Censo Económico Nacional de Artesanos. Artesanías de Colombia. 1992

MANUAL DE OPERACIÓN Y METODOLOGIAS. Banco de Proyectos de Inversión Nacional, Departamento Nacional de Planeación. Versión 1994

MANUAL DE LA UNIDAD DE DISEÑO DE SANTA FE DE BOGOTA D.C., Profesionales Unidad de Santa Fe de Bogotá, D.C.. Profesionales Unidades de Pasto y Armenia. Artesanías de Colombia. Abril 1998

METODOLOGIA PARA LA EJECUCION DEL PROGRAMA DE CAPACITACION y FORMACION INTEGRAL PARA ARTESANOS. Artesanías de Colombia. 1989 -Ajustes 1995

MANUAL MANEJO DE MUESTRAS. Diseñador Manuel Ernesto Rodríguez, Teresa Gutiérrez de Palomino, Janeth González y otros. Artesanías de Colombia. 1996



MATERIAL TECNICO PEDAGOGICO. TEMAS: CALCULANDO COSTOS, PRODUCIENDO, PROMOVRIENDO Y VENDIENDO, LLEVANDO CUENTAS (cada uno con Instructivo, Cartilla, Videos y Audigrabaciones). Proyecto de formación Integral del Artesano. Artesanías de Colombia Fundación Volvamos a la Gente. 1995-1996

NUCLEO DE IDEAS -Propuesta-. Asesor Externo Eduardo Barroso. Artesanías de Colombia. Marzo 1996

PLAN ESTRATEGICO DE DISEÑO. Unidad de Diseño de Santa Fe de Bogotá. Ernesto Orlando Benavides, Lyda del Carmen Díaz, Elsa Victoria Duarte. Equipo de Asesores de Diseño 1998. Artesanías de Colombia, Santa Fe de BogotáD.C.. Enero 1999

POLITICA PARA EL DESARROLLO ECONOMICO y SOCIAL DEL SECTOR ARTESANAL. Documento de Estudio -Circulación Interna. Miembros Junta Directiva. Artesanías de Colombia. 1997



---

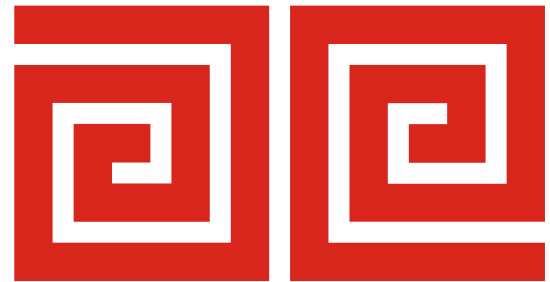
## **ANEXOS**



# Marco Institucional



Oficinas administrativas Artesanías de Colombia  
Plazoleta interior



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



Oficinas administrativas Artesanías de Colombia  
Plaza Las Aguas



# Eventos

## Día del Artesano y Medalla de la Maestría Artesanal



Exhibición Participantes a Maestro Artesano



Evento de Premiación - Plaza de los Artesanos



Artesanos indígenas Premiados



Artesanos rurales premiados



# Fortalecimiento de la imagen de la Artesanía Colombiana en el ámbito Nacional e Internacional



Homenaje a Comunidades Indígenas presentes  
En Expoartesánias 2003



Acto de Inauguración FERIA MANUFACTO 2003  
Mesa principal y Presentación



Visitantes de la feria





# Fortalecimiento de la imagen de la Artesanía Colombiana en el ámbito Nacional e Internacional



Feria Andina



Plaza de los Artesanos



Artesanos indígenas de América



## Comercialización Puntos de Venta



Almacén del Norte - Artesanías de Colombia



Almacén Las Aguas - Artesanías de Colombia



# Sistema Integrado de Información y Asesoramiento para la Artesanía - SIART Portal

## Sistema de Información para la Artesanía



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

BUSCAR   ENGLISH VERSION

CONTACTENOS  
FOROS  
GLOSARIO  
QUEJAS Y RECLAMOS  
PREGUNTAS FRECUENTES  
CALENDARIO  
DIRECTORIO - BUSQUEDA  
REGISTRO DE USUARIOS  
VISTA VIRTUAL  
CHAT

Artesanías de Colombia  
SIART ¿Quiénes Somos?  
Documentación  
Feria Manofacto 2004  
Expoartesanías 2004  
Proyectos de Desarrollo del Sector Artesanal  
Contactación  
Información a la ciudadanía  
Comercialización  
Centros de Diseño de Artesanías de Colombia

Catálogo De Productos  
Galería de los artesanos

40 Años Fortaleciendo el Sector Artesanal

**Feria Artesanal MANUFACTO 2004**  
12 al 16 de Agosto

Centro de Exposiciones y Negocios  
**Plaza de los Artesanos**



¿Cual de estos sitios del portal ha visitado?

- "La Galería" de los Artesanos
- Catálogo de Productos
- Concurso de Diseño

### Nuestros Usuarios

USUARIO

CONTRASEÑA

[¿OLVIDE MI CLAVE](#)

### Noticias

**"IDENTIDAD COLOMBIA" Repite Pasarela en COLOMBIAMODA 2004**

"Identidad Colombia" es el proyecto de moda artesanal concebido en Artesanías de Colombia y respaldado desde su creación por el Despacho de la Señora Ana María Moreno de Uribe, Prosvp... [Más información]

**Los Invitamos a Visitar Nuestros Puntos de Venta**

La Tejeduría en hilaza de algodón, de ascendencia precolombiana, se realiza en el poblado de San Jacinto en el departamento de Bolívar. Más de 2.000 artesanas

[Http://www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co)



# Comercialización Plaza de los Artesanos Centro de Exposiciones y Negocios.



Primera feria del Pacífico Colombiano -



Plaza de los Artesanos



Evento ferial - Plaza de los Artesanos



Audirotio - Plaza de los Artesanos



# Comercialización Expoartesánías



Recinto Corferias - Expoartesánías 2001



Stand de Diseño - Expoartesánías 2002



# Antecedentes del diseño en Colombia

## Incontro 1993





# Antecedentes del diseño en Colombia

## Interdesign 1994





# Laboratorio de Diseño - Bogotá



Stand Centro de Diseño - Expoartesánías 2002



Stand Centro de Diseño - Expoartesánías 2001



Desarrollo de Productos  
Butaco Trapecio en Calceta

Centro *de* **diseño**  
Colombiano  
*para la artesanía y las PYMES*  
Bogotá



Innovación de Producto  
Bolso y Sombrero en Palma Pindo



Diversificación de Productos  
Productos en Figue enrollado de Guacamayas





# Laboratorio de Diseño - Armenia

Laboratorio  
Colombiano *de diseño*  
para la artesanía  
*y la pequeña empresa*  
Unidad Armenia



Stand del laboratorio en Expoartesánías



Línea de canastos elaborados en caña brava



Trabajo en guadua



Panera en guadua



# Laboratorio de Diseño - Pasto

## Convenio con la Unión Europea



Stand del laboratorio en Expoartesánías



Línea de floreros "El Dorado"



Producto terminado



Torneado de florero en madera



# Laboratorios de Diseño Bogotá, Pasto y Armenia



Laboratorio Colombiano de Diseño

Laboratorio  
Colombiano *de* **diseño**  
*para la artesanía*  
*y la pequeña empresa*



Laboratorio Colombiano de Diseño - Pasto



# Laboratorio de Diseño - Bogotá

## Herramientas Metodológicas



Taller de Creatividad en Joyería - Bogotá



Taller de Tintes - Tumaco



Asesoría Puntual  
Laboratorio Colombiano de Diseño - Bogotá



Seminario con un Consultor internacional en Diseño y Estilo



## Laboratorio de Diseño - Bogotá Instrumentos de Trabajo



Experimentación - Laboratorio Colombiano de Diseño - Bogotá



Asesoría en Diseño



Asesoría en Diseño



# Laboratorio de Diseño

## Líneas de Intervención



Líneas de intervención  
Rescate



Líneas de intervención  
Rediseño



Líneas de intervención  
Diversificación



Líneas de intervención  
Creación



## Laboratorio de Diseño - Bogotá Innovación y Desarrollo de Productos



Conos de cobre y Frutero en Wild-Pine



Contenedores en fique enrollado con base en madera  
E individuales en iraca.



Set de café en cerámica y tela de algodón hecha en telar vertical.



Contenedor en esparto, frutero en Paja Blanca y  
tapetes en fique.



## Laboratorio de Diseño - Bogotá Innovación y Desarrollo de Productos



Contenedores en Paja Blanca  
Cojines en fibra de Plátano



Rescate del Balay  
Producto tradicional Indígena



Trhew en Algodón con borlas, Batea en Piedra tallada y  
Zandalias tradicionales Wayuu



Paellera y ollas en Cerámica Negra de la Chamba, individual en palma estera  
y tapete en palma estera y fique.





## Casa Colombiana Colección 2002



Ambiente Jardín, Chaise Lounge y mesa en Guadua y Tapete en fique enrollado



Ambiente Sala, Sofa y poltrona en mimbre y yerè y lámpara en madera torneada.



Ambiente Alcoba, Cabecero y Mesas de Noche con apliques de junco.



Ambiente jardín, mesade centro en flormorado y en puff doble en mimbre



# Casa Colombiana

## Colección 2003



Ambiente Alcoba, Cabecero con aplicación de Caña Flecha, cojines en fibra y calceta de plátano.



Ambiente Baño, Accesorios en piedra tallada de Barichara.



Ambiente Sala, Sofá en mimbre y algodón crudo, puff en calceta enrollada y mesa con chapilla de guadua.



Ambiente Cocina, Vajilla en cerámica roja de la chamba y accesorios en chonta.



Ambiente Cocina, Vajilla y accesorios en cerámica de la chamba, Frutero y bandejas talladas en madera.



# Casa Colombiana

## Colección 2003



Ambiente Jardín, Textiles en algodón y accesorios en cerámica de la Chamba y fique enrollado de Guacamayas



Ambiente Estudio, escritorio en Flormorado, Textiles en algodón, tapete en lana y cestería en fique enrollado de Guacamayas



Ambiente Comedor almuerzo, incrustaciones en fique enrollado de Guacamayas



Ambiente Comedor Desayuno, individuales en iraca de Usiacuri, y servilleteros en esparto.



Ambiente Comedor Cena, apliques en Juajua, individuales en Paja Blanca y candeleros en Café.



## Casa Colombiana Colección 2004



Ambiente Comedor, mobiliario en madera acentuada con fibras naturales



Ambiente comedor, rediseño a partir de la propuesta del año 2002, elaborado en el Retiro Antioquia



Ambiente sala, mobiliario realizado en mimbre y telas de algodón



Ambiente Sala, mobiliario, en madera, elaborado en el Retiro Antioquia



Ambiente sala, exhibición de la línea de cojines en algodón y lana.



## Casa Colombiana Colección 2004



Ambiente Cocina, comedor en madera y minbre realizado en Duitama, Boyacá



Ambiente jardín, basado en los colores tierra y las fibras naturales.



Ambiente Cocina, cestería en fibras naturales y accesorios en cerámica de la Chamba y madera con Mopa Mopa



Ambiente Estudio, mobiliario en piel cutida al pelo



Ambiente Baño, cestería y tejeduría en fibras naturales y accesorios bateas en piedra de Barichara



Ambiente Baño, mobiliario en madera acentuada con fibras naturales y accesorios en piedra de Barichara.



## Los Oficios Artesanales en la Moda



Tejidos en seda - Timbío, Cauca



Manta Guajira en seda, diseño de Francesca Miranda



Diseño en lienzo de la tierra, de Juan Pablo Martínez



Tejidos en Algodón - Charalá, Santander



## Los Oficios Artesanales en la Moda



Sombrero en Cabecinegro, diseño de Lina Cantillo



Sombrería en cabecinegro  
Quibdó, Chocó



Sombrero en iraca, diseño de María Luisa Ortiz



Sombrería en iraca  
Sandóná, Nariño



Sombrero en Caña flecha, diseño de Olga Piedrahita



Tejido en caña flecha  
Tuchín, Córdoba



## Pasarela “Identidad Colombia” Colombiamoda - Medellín, agosto 13 de 2003



Francesca Miranda



Juan Pablo Martinez







---

## Pasarela “Identidad Colombia ”

Colombiamoda - Medellín, agosto 13 de 2003



Lina Cantillo



# Pasarela “Identidad Colombia”

Colombiamoda - Medellín, agosto 13 de 2003



María Luisa Ortiz



Olga Piedrahita





# Pasarela Identidad Colombia Milán 2004



Francesca Miranda



# Pasarela Identidad Colombia Milán 2004



Juan Pablo Martinez



# Pasarela Identidad Colombia Milán 2004



Lina Cantillo



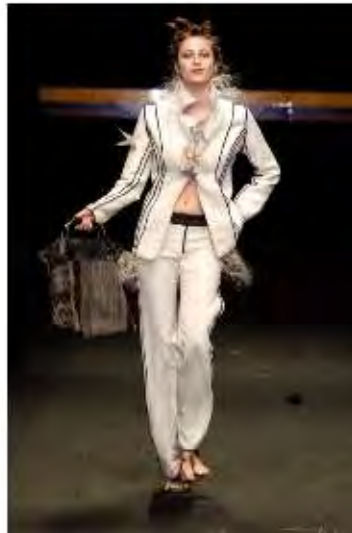
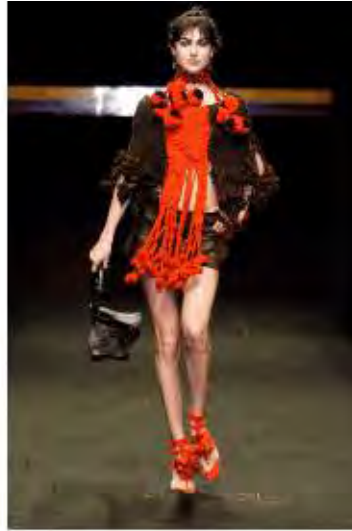
# Pasarela Identidad Colombia Milán 2004



María Luisa Ortiz



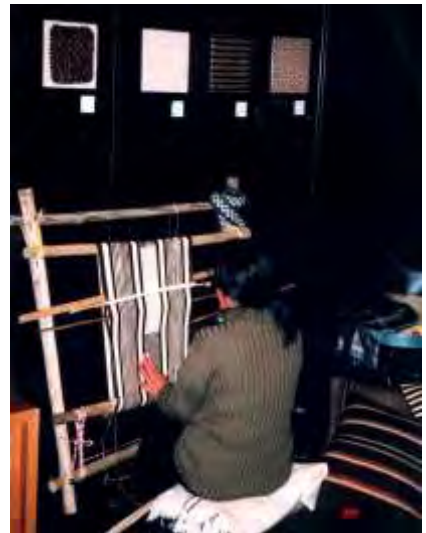
# Pasarela Identidad Colombia Milán 2004



Olga Piedrahita



# Stand de Artesanías de Colombia Milano Moda Donna - Italia 2004







# Stand de los Diseñadores Pasarela Identidad Colombia Expoartesanías 2003





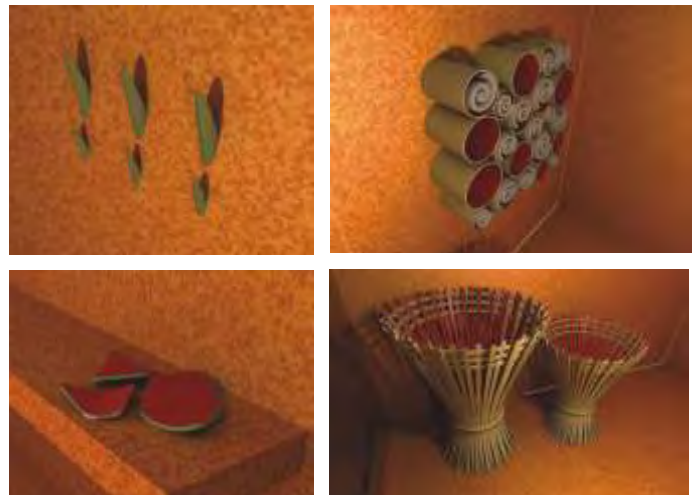
## II Concurso Internacional de Diseño para la Artesanía Colombiana



Proyectos Exhibidos en Expoartesanías



Primer Premio. Proyecto "Quimbaya y Putumayo"  
Ganador: Federico Otero



Segundo Premio. Proyecto "Accesorios para el baño en guadua"  
Ganador: Stefano Suárez

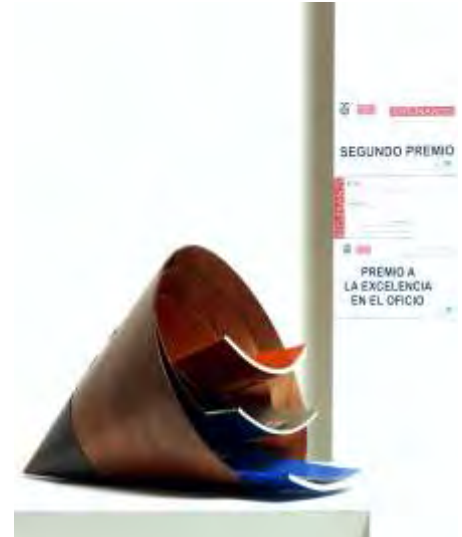


# VIII Concurso Nacional de Diseño para la Artesanía

## Categoría Estudiantes



Primer Premio - Premio a la Excelencia en el Oficio  
Proyecto "Hecho en Colombia"  
Ganadores: Mario Andrés Carrillo, Felipe Echeverri y Camilo Parra



Segundo Premio - Premio a la Excelencia en el Oficio  
Proyecto "Revistero Cónico"  
Ganador: Tania Espinosa

## Categoría Profesionales



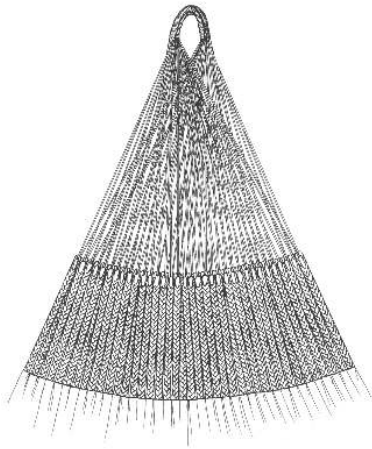
Primer Premio - Proyecto "Anca"  
Ganadores: Diana Parada y Alexander Galeano



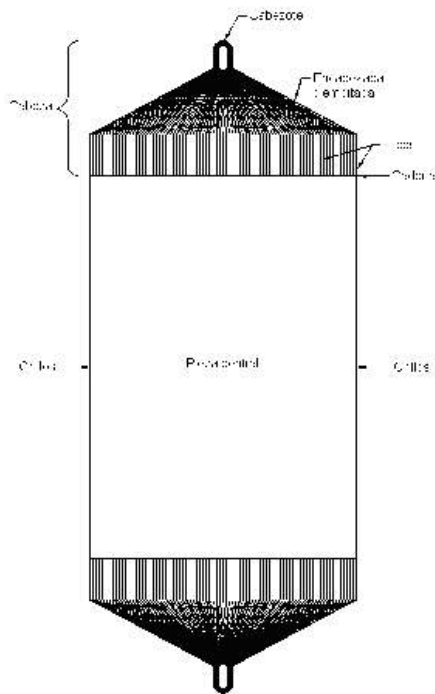
Segundo Premio - Proyecto "Luciernaga"  
Ganador: Álvaro Iván Caro



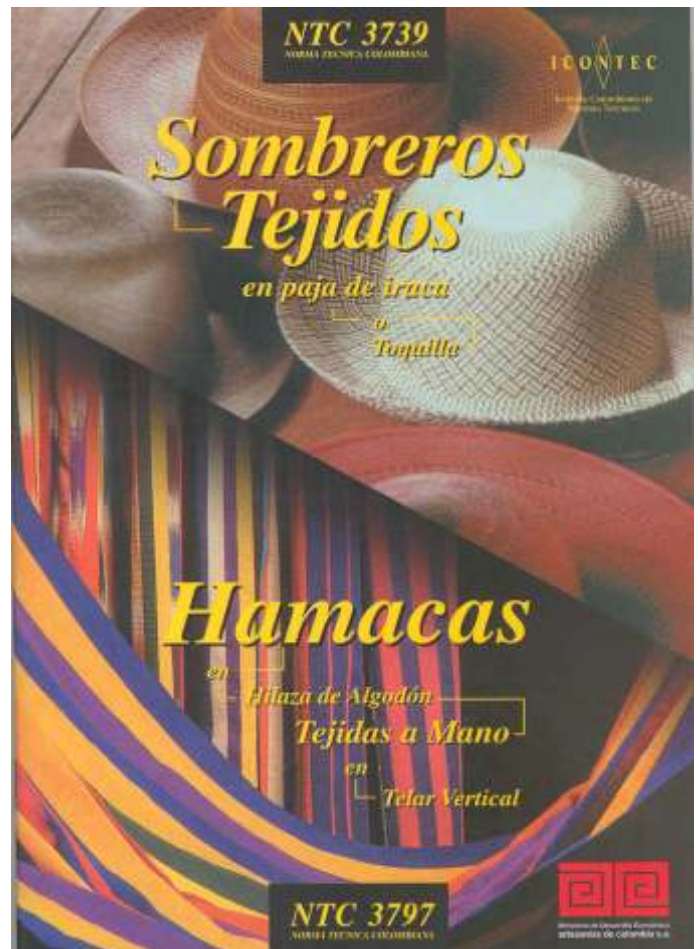
# Normas Técnicas de Calidad Convenio ICONTEC - Artesanías de Colombia



Especificaciones de Calidad para las cabezas de las hamacas



Especificaciones de Calidad para las hamacas.



Norma NTC 3797 -  
Tejidos en Paja de Iraca y Hamacas en trenza de algodón.



# Certificado “Hecho a Mano”

## Convenio ICONTEC - Artesanías de Colombia



Sello de Calidad



Entrega Sello de Calidad “Hecho a Mano”- Doctor Fabio Tobón Londoño, Presidente ICONTEC



Artesanos certificados



# Caso Minería y Alfarería “la Chamba” Tolima



Moldeado del barro



Horno Tradicional



Desarrollo tecnológico para el proceso de cocción de las piezas en barro



Frutero en cerámica roja y negra de la chamba



## Caso Guadua



Bandeja en Guadua con Chapilla de Guadua



Materia prima - Guadua



Set Jarra, contenedor y cubiertos en guadua



## Caso Cañaflecha



Cañaflecha - Sombrero Vueltiado



Materia prima cañaflecha



Proceso de tejido



Diversificaci= on de productos en Cañaflecha





## Caso Iraca



Sombrero de Iraca



Elaboración tejido en Iraca



Línea de Sombreros en Iraca



## Caso Mueble Étnico



Puff Línea Capuli



Folleto de la Colección



Frutero Línea Capuli



Frutero Línea Capuli



## Caso Guangas y Zingas



Arterasas tejiendo fique



Línea de Productos en Cuero y Fique



# Caso Joyería



Piezas del Catálogo



Aretes  
"Los Andes"  
Oro y plata

Anillo  
"Ventanal"  
Oro y plata



Anillo  
"Filigrana Moderna"  
Oro y plata



Argolla  
"Princesa Zora"  
Oro y plata



Anillo  
"Arcoiris"  
Oro y plata



Anillo  
"Doble Tejido" Plata



Piezas del Catálogo