

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

[Informe de evaluación del tercer concurso
internacional de diseño para la artesanía
2004 y de las versiones uno y dos]

Desfile Identidad Colombia

Analia Restrepo Mejía
Gaeleen Quinn Reyes
Asesoras

Bogotá, 8 de octubre de 2004

INFORME DE EVALUACIÓN

8 de octubre de 2004

III CONCURSO INTERNACIONAL DE DISEÑO PARA LA ARTESANIA COLOMBIANA – DESFILE IDENTIDAD COLOMBIA

Artesanías de Colombia y el Ministerio de Relaciones Exteriores, a través de la Embajada de Colombia en Italia, en el marco del Plan de Promoción del País en el Exterior; con base en la positiva experiencia del Concurso Nacional de Diseño para la Artesanía, creado en 1996, y como estrategia para adecuar la oferta del producto artesanal a la demanda del mercado internacional; lanzaron el Concurso Internacional de Diseño para la Artesanía, cuya primera edición contó con el patrocinio del Instituto Europeo de Diseño de Roma. Artesanías de Colombia y la Embajada en Italia, han promovido con especial dedicación el concurso internacional, despertando el interés y la participación de diseñadores provenientes de los cinco continentes, quienes se inspiran en las técnicas autóctonas de nuestra cultura artesanal.

En consideración al éxito creciente del Concurso Internacional y al gran interés que las creaciones colombianas han suscitado en Italia; especialmente a raíz de la visita a Colombia del Presidente de la Cámara Nacional de la Moda Italiana, Caballero Mario Boselli, ocasión en la cual asistió al desfile *Pasarela Identidad Colombia* con piezas de elaboración artesanal; se logró concertar la tercera edición del Concurso Internacional de Diseño para la Artesanía Colombiana 2004, focalizada en el diseño de Moda y Accesorios.

Con los auspicios de la Presidencia de la República y conjuntamente con Artesanías de Colombia, Proexport, Inexmoda y otras importantes entidades nacionales; la Cancillería, a través de la Embajada de Colombia en Roma, llevó a cabo la presentación del Desfile Identidad Colombia en la semana de la Moda Italiana del pasado marzo 2004, como lanzamiento del III Concurso Internacional.

Esta iniciativa contó con el patrocinio de la Cámara Nacional de la Moda Italiana, la entidad oficial más importante dedicada a la promoción de la moda italiana en el mundo; quién promovió el Concurso en Italia y en Europa; prestó su patrocinio institucional ofreciendo la Feria Milano Moda Donna – Marzo 2004, sede de la semana de la Moda en Italia para el lanzamiento del Concurso y como vitrina para mostrar a los miles de visitantes que asisten a los desfiles, la producción artesanal colombiana en la cual se inspiraron los diseñadores del mundo entero; y brindó su apoyo para la promoción comercial, de los prototipos de los finalistas del Concurso elaborados por las comunidades artesanales del País, según las propuestas de los concursantes y de algunas piezas del desfile Identidad Colombia, en la feria Milano Vende Moda - Octubre 2004. Proexport abrió una convocatoria Nacional para involucrar empresas del sector y concertó la participación de otras tres empresas colombianas conjuntamente con el proyecto del Concurso en la Feria.

Con la tercera edición del Concurso Internacional, se lograron cumplir los objetivos principales en su totalidad: “Fortalecer la contribución del Diseño Nacional e Internacional en el desarrollo del sector artesanal colombiano y suministrar a las comunidades artesanales urbanas y rurales de Colombia, nuevas alternativas de diseño, partiendo de sus propias técnicas de producción, y desarrollando líneas de productos con alto

contenido de diseño y calidad, de manera que alcancen los niveles de competitividad para acceder a más amplios mercados.” Con la participación de Colombia, por primera vez, en una feria importante a nivel comercial en el mundo de la Moda, se llevaron los resultados del Concurso a un escenario que permite la comercialización internacional de los productos artesanales de diseño que está produciendo el País.

Se trata de hechos extraordinarios que enaltecen la artesanía colombiana, al más alto escenario de la moda, a nivel mundial. Colombia tiene, como siempre lo tuvo Italia, artesanos extraordinarios que conjugan sus actividades con las labores del campo y mientras más sigan utilizando las técnicas autóctonas y auténticas tendrán cada vez más la capacidad de sobresalir en el mercado internacional, con productos de alta calidad. Colombia tiene además recursos naturales únicos en el mundo y mano de obra altamente calificada.

ASPECTOS IMPORTANTES PARA EL IV CONCURSO – IDENTIDAD COLOMBIA 2005

GENERALES:

El Concurso Internacional y el desfile Identidad Colombia, deberán ser considerados como un único proyecto. Los Diseñadores colombianos que participan en el desfile están desarrollando un excelente ejemplo de producción artesanal para la Moda Pret a Porter y Alta Moda útil para los aspirantes concursantes, pero además, y sobretodo, están abriendo una línea propia de diseño que con el apoyo institucional y la “marca de origen” Identidad Colombia, tendrán una plataforma de presentación para sus demás líneas de producción y más fuerza en el mercado; a la vez que contribuyen de manera excepcional al desarrollo del sector artesanal colombiano.

Las entidades organizadoras - promotoras, y diseñadores participantes en el proyecto deberán tener muy clara esta unión y tener conocimiento del mismo en todas sus partes. En esta medida el proyecto definitivo deberá ser aprobado por cada entidad con un claro y específico compromiso.

Los comités organizadores en Italia y en Colombia deberán tener un solo representante para la canalización de las decisiones y para la supervisión de la ejecución del proyecto general.

Los Diseñadores deberán dar su disponibilidad para la comercialización de las piezas desfiladas identificándolas con su nombre y con la marca “IdentidadColombia”.

1. TEMA En consideración a que el mercado internacional, a pesar de la crisis económica, conserva una fuerte actividad en el campo de la Moda, y con base en la experiencia de los proyectos presentados:

-el tema del concurso se debe mantener pero simplificando la división por categorías: MODA PARA MUJER Primavera/Verano 2006. Prendas - Accesorios - Joyería. (Tendencias de Moda – MODA IN Feb. 2005).

2. BASES DEL CONCURSO Al no tener los instrumentos necesarios es muy difícil llegar a los aspirantes concursantes, a los comerciantes y al público en general con la información sobre las comunidades artesanales, sus costumbres, las técnicas, los materiales, los trabajos artesanales autóctonos y el desarrollo realizado para llegar al producto que se quiere diseñar o al que ya se está proponiendo:

-Se podrían escoger algunas comunidades artesanales (3) en cada edición del concurso, para facilitar la elaboración de los instrumentos de difusión de las bases de inspiración, y del trabajo a realizar para la promoción comercial.

3. LANZAMIENTO El Lanzamiento del concurso con el desfile de Identidad Colombia durante el calendario de los desfiles Milano Moda Donna es un excelente escenario de gran importancia para ambos eventos. Sin embargo al presentarse como un único proyecto adquirirán relevancia en la misma medida y se complementarán el uno con el otro.

-Sería de gran apoyo para la divulgación cultural y comercial que los diseñadores elaboraran un documento con el proceso de diseño y producción de su propuesta Identidad Colombia ilustrando el trabajo en las comunidades escogidas.

4. EXPOSICIÓN ARTESANIAS DE COLOMBIA (PROMOCION COMERCIAL) Aún habiendo sido de gran utilidad la exposición de Artesanías de Colombia en la sede de los desfiles el pasado marzo 2004, puesto que creó expectativa del desfile Identidad Colombia entre el público que asistía a los demás desfiles que se presentaron en la feria y se le dió apoyo permanente a los periodistas de Moda, italianos e internacionales, presentes en Milán para los desfiles; así como para los periodistas colombianos que viajaron a cubrir los eventos del lanzamiento del III Concurso; esta no cumplió con la divulgación de la información específica sobre las comunidades artesanales, las técnicas y los materiales, información fundamental para el objetivo del proyecto general.

-Es fundamental que simultáneamente con el desfile del próximo febrero 2005, en lugar de la exposición en la sede de los desfiles, se garantice la presencia de un stand de promoción comercial en la feria MilanoVendeModa (que sigue el mismo calendario) en donde se participe con la mismas piezas que los diseñadores estarían desfilando, con las piezas de Artesanías de Colombia y con otras empresas colombianas que elaboran propuestas de Moda y Accesorios de producción artesanal.

En este ámbito se justificaría la presencia de artesanas que muestran su oficio, cosa que resultó ser de gran atracción para el público suscitando interés en las técnicas de producción, demostrando claramente el valor de la elaboración de los objetos que se están proponiendo comercialmente y su precio. De este modo tendremos una presencia más significativa y el efecto del desfile se podrá canalizar comercialmente

-Es muy importante que las piezas que se exhiben, se desfilan y/o se proponen comercialmente, tengan una amplia información sobre la zona del País en donde fueron elaboradas, la comunidad artesanal, los materiales utilizados con su origen, las técnicas y el trabajo del diseñador. Así como toda la información comercial necesaria: tallas, colores, medidas, instrucciones de lavado, etc.

En consideración a la experiencia de la participación en la pasada Feria Milano Vende Moda, pudimos constatar que los operadores del sector del mercado en Italia y Europa no están acostumbrado a los precios FOB, en razón a que en su mayoría no son distribuidores y/o grandes importadores sino propietarios de boutiques y almacenes especializados en el sector.

-La promoción comercial se debe acompañar de precios CIF o de un esquema de costos de aduanas de exportación en Colombia, transporte internacional, seguros, tiempos, etc. para facilitar la transacción definitiva, así como un brochure y/o tarjeta institucional de Identidad Colombia con la especificación clara de la persona que deberán contactar una vez termine la feria para el seguimiento de su pedido o de su intención de compra.

5. PROMOCION CONCURSO La promoción del concurso se ha llevado a cabo fundamentalmente con la realización de seminarios y encuentros con estudiantes en los centros académicos en Italia, utilizando los cd-rom de presentación de los concursos anteriores, el cd-rom de presentación del proyecto Casa Colombiana de Artesanías de Colombia, las fotos del desfile Identidad Colombia del pasado marzo 2004 y algunos libros de Villegas Editores. A los concursantes inscritos desde otros países: India, Corea del Norte, Israel, Canada, Chile, El Salvador, Francia, etc se les dirigió, por instrucciones de Artesanías de Colombia, a consultar la página internet Sistema de Información para la Artesanía Colombiana (SIART) en donde se encuentra información sobre algunos de nuestros objetos tradicionales, se dirigieron también a la consulta de la página web de Villegas Editores, en donde se pueden consultar enteramente y en inglés varios libros de utilidad para este propósito como ARTEFACTOS, ATAVIOS y otros libros de Colombia sobre el Amazonas, las ciudades, los mares, las fiestas etc.

-Es fundamental la producción de un cd-rom para las presentaciones a los estudiantes, para el envío a los concursantes y para su publicación en una página web, en donde se pueda consultar toda la información necesaria de las comunidades artesanales colombianas que se hayan escogido para el concurso, con sus tradiciones culturales, sus materiales, técnicas, objetos autóctonos y originarios de las técnicas.

6. PROTOTIPOS Y SELECCION FINAL GANADORES: La producción de los prototipos resultó ser importantísima no solo para la posterior promoción comercial sino para la reunión del jurado de la selección final, sin los cuales hubiera sido muy difícil comprender realmente el efecto de los materiales y las técnicas utilizadas. Sin embargo, es muy clara la diferencia de los prototipos de los concursantes residentes en Colombia que pudieron hacerle el seguimiento a la producción de los mismos, con los prototipos de los concursantes residentes en el exterior que no pudieron hacerlo.

EVALUACIÓN

CONCURSO INTERNACIONAL DE DISEÑO PARA LA ARTESANÍA COLOMBIANA

I. Antecedentes:

Artesanías de Colombia, empresa de economía mixta adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, tiene como misión “contribuir al mejoramiento integral del sector artesanal estimulando el desarrollo profesional del recurso humano y garantizando la sostenibilidad del medio ambiente y la preservación del patrimonio cultural vivo, con el fin de elevar su competitividad, a través de procesos de mejoramiento tecnológico, de investigación y de desarrollo de productos, impulsando así la comercialización, la promoción y la capacitación para asegurar la participación creciente del sector en la economía del país”.

Considerando la potencialidad que el diseño representa para el sector artesanal y su importancia en los procesos de desarrollo del país, se creó en 1996 el **Concurso Nacional de Diseño para la Artesanía** con el objetivo de involucrar el sector académico y profesional colombiano del diseño en la producción artesanal como estrategia para adecuar la oferta del producto artesanal a la demanda del mercado nacional e internacional, a través del desarrollo de técnicas de producción y de nuevas connotaciones formales del producto.

El Concurso Nacional ha convocado cada año a diseñadores y estudiantes de facultades de carreras afines al Diseño, para que proporcionen a las comunidades artesanales nuevas alternativas de diseño, 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; obteniendo una participación promedio de 200 proyectos anuales, y suscitando además gran interés y reconocimientos en el ámbito nacional e internacional.

II. Concurso Internacional:

La versión Internacional del Concurso de Diseño para la Artesanía Colombiana es un proyecto que se origina en la Embajada de Colombia en Italia, por iniciativa del Embajador Fabio Valencia Cossio, como parte del Plan de Promoción de Colombia en el Exterior que lleva a cabo el Ministerio de Relaciones Exteriores – Dirección de Asuntos Culturales. La Doctora Ana Lía Restrepo Mejía, designada por la Embajada de Colombia en Italia y Artesanías de Colombia, ha sido la coordinadora y promotora de las tres primeras ediciones del Concurso Internacional y actualmente está encargada, junto con la Doctora Gaeleen Quinn, de la preparación y prelanzamiento de la cuarta edición del mismo.

Primera edición:

Con base en la positiva experiencia del Concurso Nacional de Diseño para la Artesanía y como estrategia para adecuar la oferta del producto artesanal a la demanda del mercado internacional el **I Concurso Internacional de diseño para la Artesanía Colombiana** se propuso, se desarrolló y se gestionó en el contexto de las actividades culturales del Programa de Gestión del 2002 de la Embajada de Colombia en Italia en asocio con

Artesanías de Colombia, como parte importante de la promoción de la cultura colombiana en el exterior y de uno de sus principales objetivos.

La Embajada trabajó conjuntamente con el Instituto Europeo de Diseño de Roma, obteniendo el patrocinio de la Asociación para el Diseño Industrial (ADI) y la dedicación exclusiva de varias asignaturas de la carrera de Diseño del Instituto Europeo de Diseño al estudio de la artesanía colombiana; divulgó el Concurso en varias universidades y escuelas en Italia, Europa y del resto del mundo a través de nuestras Misiones Diplomáticas en el exterior; y se participó en la Feria Casa Idea en donde se realizó el lanzamiento del Concurso.

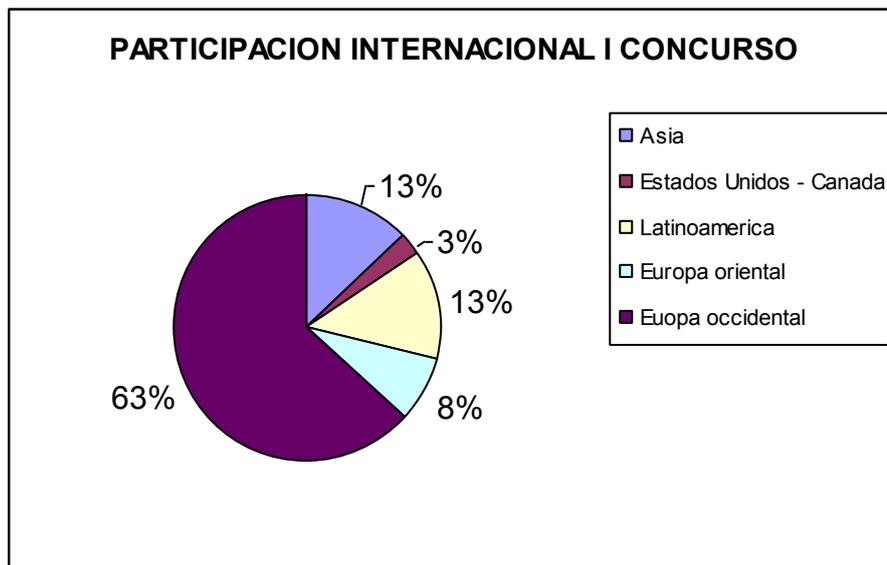
INSCRITOS: 38

PROYECTOS RECIBIDOS: 38

GANADORES: Primer Premio: La Cena de **Margarita Matiz** accesorios casa

Segundo Premio: Vaso de **Roberta d'Aguanno** accesorios casa

Tercer Premio: Bambusa de **Micaela Picca** joyería



Análisis Primera Edición:

La participación internacional se concentró en Europa occidental al interior de la cual Italia jugó un papel muy importante en razón a que en esta edición participaron fundamentalmente los estudiantes del Instituto Europeo de Diseño de Roma y algunos diseñadores profesionales externos. En los demás aspectos del concurso se pudo constatar que:

- Es muy importante tener en cuenta que a pesar de que entre los ganadores seleccionados solamente se contó con el tercer premio para un estudiante del Instituto Europeo, la participación de estudiantes que elaboren sus proyectos como parte de una asignatura bajo la guía de un profesor garantiza una muy buena investigación como base del trabajo, un desarrollo del mismo hacia el verdadero

sentido y propósito del proyecto y una excelente presentación siguiendo las indicaciones de la convocatoria.

- Es fundamental el patrocinio institucional de alguna asociación de categoría, el ADI en este caso, puesto que no solo le da un peso especial a la iniciativa sino que además permite la consecución de buenos jurados ad-honorem especializados en el sector.
- El lanzamiento del Concurso en el marco de la feria CASA IDEA fue importante para la imagen y la promoción institucional del país y de su patrimonio artesanal; fue de gran importancia la exposición de piezas de artesanía colombiana autóctonas y de diseño moderno; y las conferencias dictadas por los representantes de Artesanías de Colombia con la ayuda de material visual que atrajo enormemente al público de la feria y a los estudiantes del Instituto. Sin embargo no fue un incentivo para inscribirse al Concurso.
Constituyéndose en una excelente experiencia en transporte de piezas desde Colombia, montaje y participación en ferias, manejo de inventarios, residuos y distribución de material informativo al público.
- Hubo demasiada dispersión de temas en los proyectos en razón a que la convocatoria dejó abierto este punto a los participantes y esto no facilitó ni el trabajo de los mismos ni la selección de los ganadores.

Segunda edición:

Esta iniciativa continuó siendo impulsada, conjuntamente entre la Embajada de Colombia en Italia y Artesanías de Colombia, con la promoción de la segunda edición del Concurso, para la cual se convocaron, sin el apoyo de ninguna institución académica, los estudiantes y jóvenes diseñadores de Italia, Europa y del resto del mundo, a través de las Misiones Diplomáticas colombianas en el exterior, a quienes se les solicitó proponer proyectos sobre el mismo tema del Concurso Nacional: *Espacios para la Relajación: "Baño y Alcoba"*.

Se realizaron las siguientes actividades: Difusión y promoción del Concurso ante las entidades oficiales y privadas ubicadas en Italia, Grecia, Malta y San Marino; Envío de la Convocatoria a las Embajadas, Representaciones y Consulados de Colombia en el Exterior; Traducción del texto de la Convocatoria a los idiomas: italiano, griego, Inglés y francés; Diseño e impresión del volante – afiche de la convocatoria del concurso y diseño de la versión internet de la misma; y se presentó -con una conferencia, con la presentación de videos y con la exposición de varios elementos de artesanías de Colombia- en los siguientes eventos:

- | | |
|-------------------|---|
| 15 de julio: | <i>El Arte para Una Convivencia Pacífica</i> – Exposición de la obra modular internacional El Muro. Instituto Italo Latinoamericano, Palacio Santa Croce, en la ciudad de Roma. |
| 16 de julio: | <i>Colombia Encuentra Nápoles</i> – Inauguración de la Exposición Los Tres Mares. Sede Universitaria Parthenope de Nápoles. |
| 17 de julio: | <i>Colombia la Verdadera Imagen</i> – Inauguración de la Exposición de artistas colombianos (Maestros Fanor Hernandez y Rafael Dussán). Palacio de Parte Guelfa en Florencia. |
| 19 y 20 de julio: | <i>Artesanía de Comunidades Indígenas Colombianas en el Festival Latinoamericano</i> – Fila Forum de Assago en la ciudad de Milán. |

20 de julio:

*Colombia y Trieste se encuentran en la Via del Café -
La Torre de Lloyd, Puerto de Trieste.*

SOLICITUD INFORMACIÓN PARA INSCRIPCIONES: 98

INSCRITOS: 50

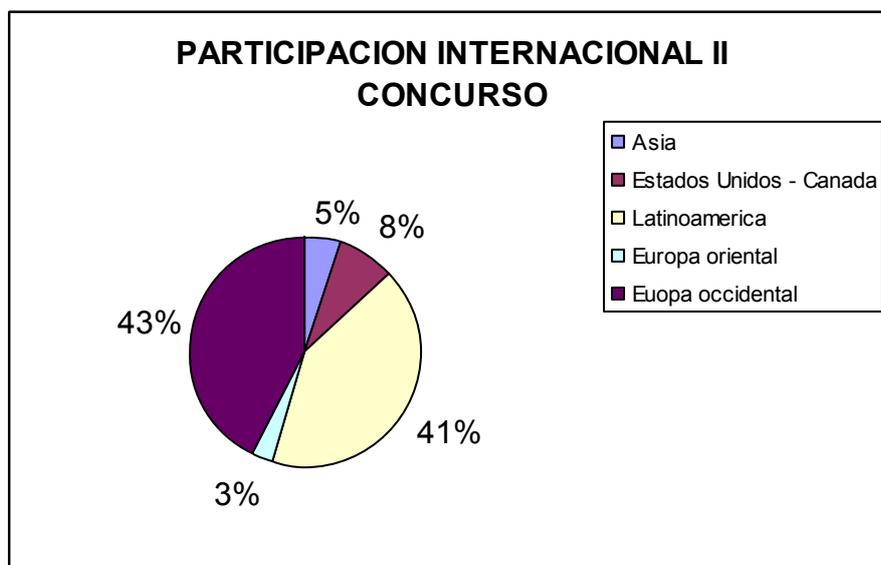
PROYECTOS RECIBIDOS: 50

Los 10 proyectos finalistas fueron:

MARCELA IRIARTE VILLALOBOS	Colombiana residente en Italia;
AMIR GEHLOT	Hindú residente en India;
DIEGO BELLO	Colombiano residente en Gran Bretaña;
CLAUDIO SALVAGGIO	Italiano residente en Italia;
JAY WOGGON	Americano residente en los Estados Unidos;
ROBERTA D' AGUANNO	Italiana residente en Italia;
FEDERICO OTERO	Peruano residente en los Estados Unidos;
PILAR WALTEROS - LILIANA BECERRA	Colombianas residentes en Gran Bretaña;
STEFANO SUAREZ	Italiano residente en Italia;
MARIA CECILIA M. GUERRERO	Colombiana residente en Italia;

GANADORES: Primer Premio: Quimbaya y Putumayo de **Federico Otero**

Segundo Premio: Accesorios para el baño en Guadua de **Stefano Suarez**



Análisis Segunda Edición:

En esta segunda edición aunque la participaron de estudiantes y profesionales de Italia sigue siendo mayoritaria, la participación desde Latinoamérica aumentó considerablemente. En los demás aspectos del concurso se pudo constatar que:

- El no tener un apoyo específico de un instituto académico significó una menor participación de estudiantes con un buen seguimiento académico y en

consecuencia una menor uniformidad y congruencia en la elaboración de los proyectos sin una apropiada investigación como base del trabajo, y una deficiente presentación de los mismos.

- El énfasis en la divulgación por correo electrónico, páginas web y correo postal, hizo posible una gran variedad de procedencias entre los participantes.

El no tener el patrocinio institucional de alguna asociación de categoría, hizo muy difícil la consecución de un buen jurado especializado ad-honorem que participara con entusiasmo en la pre-selección de los finalistas.

- La especificación de un tema para la elaboración de los proyectos fue fundamental para la canalización de los mismos y para la selección de los ganadores, sin embargo las amplias posibilidades de técnicas y materiales en la artesanía colombiana sin un buen material de información para la investigación de los diseñadores se constituye en un cuello de botella que debe ser superado para lograr los verdaderos propósitos del Concurso.

Tercera edición:

El éxito de las dos primeras ediciones del Concurso Internacional y el gran interés que las creaciones colombianas han suscitado en Italia, después de la consagración de Silvia Tcherassi en las pasarelas de Milán y en especial tras la visita a Colombia del Presidente de la Cámara Nacional de la Moda Italiana, Caballero Mario Boselli, en ocasión de Colombiamoda 2003, -gracias a la invitación que le hiciera el Señor Embajador de Colombia en Italia- oportunidad en la cual asistió al desfile Pasarela Identidad Colombia, y admiró la alta calidad de nuestra artesanía; llevaron a la Cancillería a través de la Embajada de Colombia en Italia a elaborar y proponer una tercera edición del Concurso Internacional enfocada en el tema Moda y Accesorios; y a la Cámara Nacional de la Moda Italiana a otorgar su patrocinio para este proyecto.

Con los auspicios de la Presidencia de la República y conjuntamente con Artesanías de Colombia, Proexport, Inexmoda y otras importantes entidades nacionales; la Cancillería, a través de la Embajada de Colombia en Roma, llevó a cabo la presentación del Desfile Identidad Colombia en la semana de la Moda Italiana del pasado marzo 2004, como lanzamiento del III Concurso Internacional. Desfile que marcó un hito en el concepto de la moda nacional por el impecable trabajo de los cinco diseñadores participantes, unido a la destreza de las manos artesanas de once comunidades.

La tercera edición del Concurso Internacional de Diseño para la Artesanía Colombiana contó con el patrocinio de la Cámara Nacional de la Moda Italiana, la entidad oficial más importante dedicada a la promoción de la moda italiana en el mundo; quién promovió el Concurso en Italia y en Europa; prestó su patrocinio institucional ofreciendo la Feria Milano Moda Donna – Marzo 2004, sede de la semana de la Moda en Italia para el lanzamiento del Concurso y como vitrina para mostrar a los miles de visitantes que asisten a los desfiles, la producción artesanal colombiana en la cual se inspiraron los diseñadores del mundo entero; y brindó su apoyo para la promoción comercial, de los prototipos de los finalistas del Concurso elaborados por las comunidades artesanales del País, según las propuestas de los concursantes y de algunas piezas del desfile Identidad Colombia, en la feria Milano Vende Moda - Octubre 2004. Proexport abrió una convocatoria Nacional para involucrar empresas del sector y concertó la participación de otras tres empresas colombianas conjuntamente con el proyecto del Concurso en la Feria.

Las actividades realizadas en desarrollo del tercer concurso fueron:

-Exposición de Artesanías de Colombia (22 de febrero – 01 de marzo) en las instalaciones de la feria durante la semana de la moda MILANOMODADONNA, con la exhibición de elementos, técnicas y materiales de la artesanía colombiana, la presentación de los videos: Institucional de Artesanías de Colombia y Modaln Primavera-Verano 2005, así como la presencia de 3 artesanas provenientes de la Guajira, del Cauca y del Tolima, que elaboraban sus artesanías permanentemente en el stand.

-Rueda de Prensa. (29 de febrero)

Presentación del III Concurso y del Desfile Identidad Colombia ante una masiva presencia de la Prensa Internacional y Nacional, destacando la importancia económica y cultural de este proyecto, en las instalaciones de la Feria MILANOMODADONNA

-Desfile “Identidad Colombia” (01 de Marzo)

Desfile de la colección de Moda Artesanal de cinco diseñadores de Moda colombianos quienes con la colaboración de Artesanías de Colombia elaboraron el vestuario de sus colecciones. Presenciaron el desfile las personalidades del mundo de la Moda, entidades oficiales Italianas y Colombianas, periodistas especializados de los diferentes medios de comunicación internacionales y nacionales, estudiantes de las diferentes escuelas de Moda y design del norte de Italia y compradores del sector Moda y Accesorios.

-Se diseñó y redactó todo el material publicitario y de promoción del Concurso en 5 idiomas con el cual se enviaron, en colaboración con la Embajada de Colombia en Italia, 300 comunicaciones personalizadas por correo normal y 3500 comunicaciones por mail a:

- Las Embajadas, Representaciones y Consulados de Colombia en el Exterior,
- Las Embajadas y Consulados de los países acreditados ante la República Italiana,
- Las Embajadas, Representaciones y Consulados de Italia en el Exterior,
- Escuelas de diseño de Moda y demás escuelas afines,
- Entidades oficiales y privadas de los diferentes países ante los cuales la Embajada de Colombia en Italia se encuentra acreditada.

-Se realizaron varias presentaciones personales en diferentes Institutos de Diseño en Italia (NABA y DOMUS ACADEMY en la ciudad de Milán; INSTITUTO EUROPEO DI DESIGN-Joyería y Accesorios en la ciudad de Roma; FONDAZIONE IL TARI en la ciudad de Nápoles) con la presentación de los eventos del Desfile Identidad Colombia durante el pasado mes de marzo, diapositivas y videos de Artesanías de Colombia, libros y revistas para la consulta de los alumnos. En la mayoría de estos institutos se concertó la participación al Concurso como parte de la actividad pedagógica del semestre.

-Se participó con un stand en la feria Internacional de la Artesanía que se llevó a cabo en Fortezza da Basso-Florenca (24 de abril al 2 de mayo). Este espacio se decoró con los elementos de Artesanías de Colombia, las muestras de los materiales y técnicas de nuestra artesanía y se utilizó para la difusión y entrega de más de mil convocatorias.

-Se presentó el Concurso en el encuentro mesa redonda: “Mediación Cultural: un nuevo instrumento para la Diplomacia” (11 de mayo) en el Instituto Italo-latinoamericano en la ciudad de Roma.

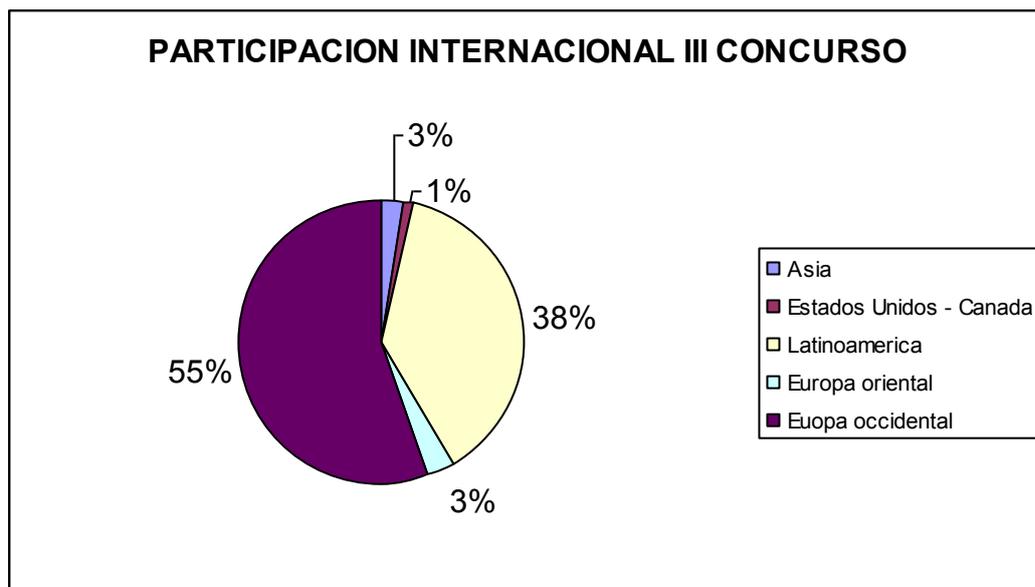
SOLICITUD INFORMACIÓN PARA INSCRIPCIONES:	180
INSCRITOS:	145
PROYECTOS RECIBIDOS:	68

Cada Jurado hizo una primera selección de los trabajos de su categoría y entre los cuatro definieron la selección final para llegar a un total de 10 proyectos seleccionados así:

Categoría Vestuario Femenino:	2 Proyectos
Categoría Vestuario Masculino:	Se declaró desierto
Categoría Accesorios Rígidos:	3 Proyectos
Categoría Accesorios Blandos:	2 Proyectos
Categoría Joyería y Bisutería:	3 Proyectos

GANADORES:

GRAN PREMIO UNESCO	“Emociones Pacíficas” de Martha Morales	Joyería y Bisutería
I PREMIO PROFESIONALES	“Ricció” de Angela López – Monica Varga	Accesorios Blandos
II PREMIO PROFESIONALES	“Entre Atrarrayas” de Tatiana Apráez	Joyería y Bisutería
I PREMIO ESTUDIANTES	Anjali Purohit	Accesorios Blandos
II PREMIO ESTUDIANTES	Doris Landaverde	Moda Femenina
PREMIO Creatividad Interpretación Colombia	“Uwa” de Alessandra Sonnino	Accesorios Blandos
MENCION DE HONOR Categoría Moda Femenina	Mariana Ardila	
MENCION DE HONOR Categoría Accesorios Blandos	Alessandra Sonnino con “Uwa”	
MENCION DE HONOR Categoría Joyería y Bisutería	Federico Anchorena – Iris Acero y Anna Ximena Arango Gaviria	



-Se realizó la Rueda de Prensa (25 de septiembre 2004) en las instalaciones de la Feria MilanoModaDonna en la ciudad de Milán, para la premiación de los cinco finalistas con la presencia del Cavalier Mario Boselli Presidente de la Cámara Nacional de la Moda, S.E. Fabio Valencia Cossio Embajador de Colombia en Italia, el jurado seleccionador, la Coordinadora del III Concurso Internacional y contamos con la presencia de las diseñadoras Angela López y Monika Varga.

-PARTICIPACION EN MILANO VENDE MODA: Desde el 01 al 04 de octubre Artesanías de Colombia participó en esta feria para la promoción comercial de los 20 prototipos finalistas del III Concurso Internacional de Diseño para la Artesanía Colombiana y de algunos accesorios de diseñadores que desfilaron como Identidad Colombia el pasado 01 de marzo del 2004 en la feria MILANOMODADONNA.

-Se atendió el Stand durante las horas establecidas por la Feria y se convocaron los ganadores de premios y menciones de honor residentes en Italia para que pudieran ver los prototipos de sus proyectos. Visitaron el Stand los diseñadores: Rosanna Contadini, Anjali Purohit, Federico Otero Anchorena, Iris Acero y Sara Cristofori.

-Se distribuyeron los folletos de artículos para la casa enviados por Artesanías de Colombia junto con los prototipos; y se entregaron copias de la convocatoria del III Concurso Internacional.

-Durante los días de la Feria se realizaron pedidos y contactos comerciales.

Análisis Tercera Edición:

En esta tercera edición la participaron de estudiantes y profesionales Italianos sigue siendo mayoritaria, la participación desde Latinoamérica se mantuvo y en general la participación de Europa Occidental aumentó en razón a que aumentó el número de países. En los demás aspectos del concurso se pudo constatar que:

-Con esta edición del Concurso Internacional, se lograron cumplir los objetivos principales en su totalidad: "Fortalecer la contribución del Diseño Nacional e Internacional en el desarrollo del sector artesanal colombiano y suministrar a las comunidades artesanales urbanas y rurales de Colombia, nuevas alternativas de diseño, partiendo de sus propias técnicas de producción, y desarrollando líneas de productos con alto contenido de diseño y calidad, de manera que alcancen los niveles de competitividad para acceder a más amplios mercados." Con la participación de Colombia, por primera vez, en una feria importante a nivel comercial en el mundo de la Moda, se llevaron los resultados del Concurso a un escenario que permite promover la comercialización internacional de los productos artesanales de diseño relacionados con la Moda que está produciendo el País.

Mientras más se sigan utilizando las técnicas autóctonas y auténticas de la artesanía colombiana; recursos naturales únicos en el mundo y mano de obra altamente calificada; se tendrá cada vez más la capacidad de sobresalir en el mercado internacional, con productos de alta calidad.

-Stand Artesanías de Colombia durante la semana de la Moda (29 febrero – 01 Marzo): La presencia de las tres artesanas fué absolutamente fundamental para la imagen y para la divulgación del propósito prioritario del proyecto que es el de apoyo a los artesanos. Además de ser de gran atracción para el público suscitando interés en la exposición y en el proyecto, fue un excelente espacio para divulgar y distribuir el material informativo sobre el Concurso Internacional (2.500 convocatorias en inglés, italiano y español), creando, además, expectativa del desfile Identidad Colombia entre el público que asistía a los demás desfiles que se presentaron en la feria. (50 – 60 personas promedio diariamente entraban al stand)

-Desfile Identidad Colombia: Es de destacar el impacto que generó este desfile ya que por lo menos treinta medios internacionales, realizaron publicaciones sobre los resultados de Identidad Colombia así como la importancia de varias propuestas de medios, como la Revista "Vogue", y la revista "Natural Style" para hacerle un seguimiento a lo que está sucediendo en nuestro país en lo referente al tema moda y diseño.

-Stand en Milano Vende Moda: En relación a la didáctica y mensaje efectivo de la exhibición, tanto de los prototipos como los accesorios de Identidad Colombia, es muy importante anotar que las personas que se acercaron al stand se interesaron inmediatamente en las artesanías exhibidas, no obstante la escasa información divulgativa disponible, una vez la coordinadora informaba sobre las técnicas de elaboración, los materiales, las regiones, la historia de cada elemento expuesto este interés se convertía en admiración e insistían sin excepciones en que se les diera indicación sobre un contacto en Italia para adquirir directamente la artesanía al por mayor o al detal.

Es muy importante tener en cuenta que contábamos con los precios FOB de los productos. El costo del transporte y los tiempos del mismo, inciden muchísimo en el producto y, aún siendo a cargo del comprador, se constituyen en una información fundamental para cerrar cualquier tipo de transacción comercial. Por esta razón los pedidos realizados están sujetos a confirmación por parte del cliente una vez reciba la Factura Pro forma con la especificación de todos los gastos en los que deberá incurrir (transporte, aduana, seguros, etc) y del tiempo real para la entrega de la mercancía en el lugar de destino. La precisión del precio CIF de los productos exhibidos hubiera sido indudablemente un factor duplicador de las ventas realizadas. Igualmente son de importantes las siguientes informaciones sobre los prototipos y productos de Identidad Colombia que frecuentemente fueron solicitadas por los interesados.

La participación en la Feria MilanoVendeModa con los prototipos de los 20 proyectos finalistas nos permite cumplir con el objetivo principal del III Concurso Internacional en donde se logró fortalecer la contribución del Diseño Nacional e Internacional en el desarrollo del sector artesanal colombiano con nuevas alternativas de diseño, y se alcanzaron altos niveles de competitividad, accediendo a mercados internacionales de gran importancia como el mercado de la Moda en Italia.

Consideramos que de esta manera se han logrado ampliar significativamente las expectativas del Concurso Internacional convirtiendolo en un instrumento fundamental para estos objetivos.

ANALIA RESTREPO MEJIA

GAELEEN QUINN REYES