

PROYECTO

Fortalecimiento de la actividad artesanal para las familias vinculadas al programa de desarrollo alternativo-PDA-en los municipios de Santiago, Colón y San Francisco en el departamento del Putumayo.

Informe de avance de asesoría en diseño familias vinculadas al programa de desarrollo alternativo-PDA

Presentado por:

Ec. Anita del Carmen Cuasquer
Asesora en Diseño

Gladys Salazar Garcés
Coordinadora Nacional del Proyecto

San Juan de Pasto, 15 de noviembre de 2007

INTRODUCCIÓN

La Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional y Artesanías de Colombia formularon un proyecto en el cual se pretende encontrar nuevas opciones productivas para las familias guardabosques como mecanismo sostenible para mantener zonas libres de ilícitos. Proyectos como la prestación de servicios ambientales, ecoturismo y artesanías les permite obtener ingresos para cubrir sus necesidades básicas.

La participación conjunta de las familias guardabosques y entidades participantes es de suma importancia durante y después del proceso; durante el proceso la asistencia de los artesanos en todas las capacitaciones guía al asesor para que tenga conocimientos más amplios en cuanto a sus necesidades y pueda concertar conjuntamente las soluciones encaminadas a mejorar el producto artesanal , por otra parte el aporte financiero de los beneficiarios facilita las capacitaciones porque crea en ellos conciencia de inversión de su dinero y facilita la formación para la creación de su propia microempresa.

Las actividades del proyecto están encaminadas a mejorar el producto artesanal, dichas actividades son componentes desarrollados en fases las cuales permiten entender y comprender al artesano de manera directa y obtener mejores resultados en su aprendizaje; se inicia la socialización del proyecto dirigida a la comunidad y a entidades participantes, la cual tiene como objetivo brindar información del proyecto técnica y financiera, luego ya se inicia con actividades dirigidas a la comunidad en donde su participación es directa: evaluación de producto, taller de sensibilización, taller de identificación de referentes, formulación de requerimientos para diseño, taller de texturas, experimentación para mezcla de materiales, taller creativo para la conceptualización de la **colección de la colección " Carnaval del Perdón", asistencia técnica para terminados en confección, asistencia técnica para terminados en bisutería, taller de acabos naturales, taller de talla en madera, desarrollo de líneas de producto, capacitación en costos y participación en feria.**

ANTECEDENTES

En el departamento del Putumayo, los beneficiarios tienen tradición en la práctica de oficios artesanales que se ha venido deteriorando por falta de comercialización, esto debido a la falta de innovación en el diseño de sus productos, lo que ha provocado que el mercado consuma los mismos productos por lo cual se hace necesario la innovación en diseño para la elaboración de nuevos productos y mejoramiento de los existentes acordes con las tendencias del mercado; la falta de capital de trabajo y de organización en los talleres ha originado desventajas competitivas y por tanto la falta de respuesta inmediata a los pedidos que originalmente se hicieron. Todo esto conlleva a un estancamiento del sector artesano tanto en lo económico como en lo social.

Entre los oficios tradicionales que se encuentran en la región del Alto Putumayo en los municipios de Santiago, Sibundoy, San Francisco y Sibundoy está la tejeduría en lana natural, talla en madera y tejido en chaquira. La tradición en el manejo de la materia prima es la lana natural, aunque muchos de sus productos son también elaborados en hilos acrílicos como es el caso del orlón como técnica y la herramienta utilizada es la guanga en la que se elaboran tejidos lisos o enteros en franjas con simbología que representan la iconografía ancestral de las comunidades indígenas aplicadas en determinadas partes del tejido. Los productos tradicionales que se encuentran en tejeduría es el sayo (ruana o poncho), bolsos, tulas, cojines que en algunos casos tiene aplicación de semillas, botones; utilizan vistosos colores en contraste con el negro, blanco, rojo y azul; en madera están los bancos, máscaras, bateas utilizando herramientas precarias sin manejo de medidas; en el oficio del tejido en chaquira se encuentran las pulseras, aretes, gargantillas y pectorales en donde el sistema de broche se origina del mismo producto con cordón y hebras, en el caso de los aretes se utiliza el garfio comercial que no es anti-alérgico por lo cual pierde valor comercial, utilizan la iconografía de la región basados en la naturaleza.

OBJETIVO GENERAL

Brindar asesoría en diseño y asistencia técnica tecnológica a las familias que desarrollen una actividad artesanal que estén vinculadas al programa de Desarrollo Alternativo en el departamento del Putumayo en los municipios de Colon, Santiago, Sibundoy y San Francisco para lograr construir una actividad productiva como alternativa de generación de ingresos sostenible y económicamente rentable para la incorporación a procesos productivos legales.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Socialización del objeto del proyecto y sus actividades entre los beneficiarios, las comunidades y las entidades de apoyo de la región mediante la divulgación oral y escrita.
- Taller de sensibilización para crear conciencia de la importancia de construir empresas de producción y comercialización de productos artesanales basados en la identidad de la región.
- Contribuir al desarrollo del sector artesanal mediante capacitaciones y asistencia técnica en diseño para lograr productos competitivos en el mercado nacional y extranjero.
- Impulsar el mejoramiento de la producción mediante la experimentación y aprovechamiento de materiales propios de la región y el desarrollo de 12 líneas de producto.
- Contribuir al mejoramiento tecnológico de la producción mediante talleres de secado, talla, terminados en confección, terminados para bisutería, tinturado de fibras naturales y acabados naturales para madera.
- Promover la comercialización de los productos mediante la capacitación en costos, precios, distribución de utilidades y la participación en ferias especializadas.

METODOLOGÍA

Se diseñó un cronograma en el cual las actividades se desarrollan por fases:

1. Socialización del proyecto con la comunidad y entidades, evaluación de productos elaborados, identificación de referentes de identidad, taller de texturas, mezcla de materiales y taller creativo.

2. Asistencia técnica para terminados en confección, asistencia técnica para bisutería dirigido a productos en chaquiras, taller de talla en madera y secado y acabados naturales para madera.
3. Diseño de 12 líneas de producto, acompañamiento para la elaboración de prototipos, producción piloto, seguimiento a la producción piloto, taller de costos y precios.
4. Participación en feria, socialización del evento.

Las capacitaciones son participativas y con talleres prácticos en los cuales el asesor y el artesano interactúan para dar solución inmediata a las fallas en la elaboración de los productos u otros inconvenientes. Se acordó con la comunidad trabajar 3 días en semana (viernes-sábado-domingo) esto con el fin de no entorpecer las actividades diarias de los beneficiarios; se cuenta con personal profesional y técnico: diseñadores industriales, diseñadora de modas y textil, y tecnóloga en confección, los profesionales y técnicos están capacitados para que las asesorías estén de acuerdo a los requerimientos de los artesanos tanto en diseño, tendencias, etc.

EJECUCION

1. SOCIALIZACIÓN DEL PROYECTO CON LA COMUNIDAD Y ENTIDADES

En el mes de julio se dio inicio al desarrollo de las actividades, se programó una reunión con el objetivo de realizar una visita de reconocimiento a la zona, conocer el equipo de trabajo institucional tanto de Acción Social como de Artesanías de Colombia, presentar el proyecto a la comunidad y puntualizar aspectos como los días de capacitación, horarios, compromisos por parte de los beneficiarios, etc.

ASISTENTES	ENTIDAD
Angie Mogollón	Acción Social- Asesora Proyecto Artesanías
Tatiana Apraez	Acción Social-
Ricardo Cabrera	Acción Social- Residente Nariño y Putumayo
Dayra Palacios	Coordinadora CDA- Artesanias de Colombia Suroccidente
Jorge Mejia	Diseñador- CDA-Artesanías de Colombia

Se concertó con la comunidad los días de trabajo, horarios y municipios a intervenir, con el fin de no entorpecer las labores agrícolas, oficios domésticos, etc de los beneficiarios.

Municipios	Día	Horario
San Francisco	Viernes	8 am – 12 m -2 pm- 6pm
Sibundoy	Sábado	8 am – 12 m -2 pm- 6pm
Colón-Santiago	Domingo	8 am – 12 m -2 pm- 6pm

Los beneficiarios se comprometen asistir en los horarios establecidos de acuerdo al día que le corresponde a cada municipio.

2. EVALUACIÓN DE PRODUCTOS Y RECOMENDACIONES DE DISEÑO POR GRUPO PRODUCTIVO

Se realizó la evaluación de productos de los beneficiarios los días 11, 12 y 13 de Agosto con la participación total de 97 personas de los municipios de Santiago, Sibundoy, San Francisco y Colón.

En la actividad se identificaron los oficios artesanales practicados por las comunidades beneficiarias, así mismo se determinó el nivel de su habilidad técnica, funcionalidad, ergonomía, criterio de color, investigación y experimentación, e innovación como principales aspectos para tener en cuenta en la toma de decisiones y el desarrollo de las actividades futuras.

El análisis de los ítems se encuentra consolidado a continuación (actividad realizada por Luz Dary Rosero):

a) Distribución de beneficiarios por municipio

PARTICIPACIÓN POR MUNICIPIO	NUMERO DE PERSONAS	%
San Francisco	25	26%
Colón	37	38%
Sibundoy	31	32%
Santiago	4	4%
Total evaluados	97	100%

La participación de los beneficiarios en el Alto putumayo se distribuye de la siguiente manera: el 38% de los artesanos pertenecen al municipio de Colón, el 32% al municipio de Sibundoy el 26% al municipio de San Francisco y solo un 4 % pertenecen al municipio de Santiago; la mayor cantidad de beneficiarios participantes se encuentran en el municipio de Colón y Sibundoy.

b) Distribución por oficio artesanal

OFICIO ARTESANAL	NUMERO DE PERSONAS	%
Solo chaquiras	34	35
Tejeduría en lana y chaquira	26	27
Solo lana	25	25
Talla en madera	6	6
Otros oficios	7	7

El 35% de los artesanos evaluados practican únicamente el oficio de tejeduría en chaquiras, el 27% practican tejeduría tanto en lana como en chaquiras, el 25 % practican tejeduría en lana, solo un 6 % practica la talla en madera y el 7% restante practican otros oficios como la fabricación de instrumentos musicales. Esto significa que los beneficiarios que manejan la tejeduría en chaquira alcanzan un 62% y los que manejan la tejeduría en lana el 52% siendo los oficios predominantes.

c) Distribución por clasificación de la artesanía

ÁREA ARTESANÍA	TOTAL RESPUESTAS	%
Artesanía Indígena	63	67
Artesanía tradicional	28	29
Artesanía contemporánea	4	4

El 67% de los productos evaluados se clasifican en artesanía indígena y el 29% en artesanía tradicional, solo el 4% se clasifican como artesanía contemporánea.

d) Evaluación según funcionalidad del producto

FUNCIONALIDAD	TOTAL RESPUESTAS	%
Excelente	1	1
Bueno	72	77
Regular	19	20
Malo	1	1

En cuanto a funcionalidad se observó que el 77% de los productos presentan soluciones de uso adecuadas y el 20% se evaluaron como de regular funcionalidad. Esto indica que se puede mejorar éste aspecto diversificando los productos hacia otras funciones.

e) Evaluación sobre el nivel de investigación y experimentación en diseño

INVESTIGACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN EN DISEÑO	TOTAL RESPUESTAS	%
Excelente	2	2
Bueno	21	23
Regular	49	55
Malo	18	20

El 55% de los artesanos evaluados presenta en sus productos regular investigación y experimentación en diseño, el 23% buena y el 20% mala. Por lo anterior se requiere enfatizar en éste aspecto para lograr que la mitad que se encuentran débiles mejoren y la otra mitad alcance una posición excelente.

f) Evaluación del nivel técnico en el oficio

NIVEL TÉCNICO	TOTAL RESPUESTAS	%
Excelente	9	10
Bueno	54	62
Regular	23	26
Malo	2	2

El 62% de los artesanos presenta buen nivel técnico reflejado en sus productos, el 26% regular y un 10% fue clasificado como de excelente nivel técnico. Se concluye que en general el manejo de la técnica permite lograr productos de buena calidad en su elaboración para la presentación en Expoartesanías. Existe un menor porcentaje que se encuentra capacitándose en el oficio con los cuales se debe enfatizar en el manejo de la técnica en los meses siguientes.

g) Evaluación de la interacción producto - usuario

ERGONOMÍA	TOTAL RESPUESTAS	%
Excelente	0	0
Bueno	62	70
Regular	24	27
Malo	3	3

El 70% de los productos presenta buenas soluciones de ergonomía y el 27% regular. En general se observa que no existen problemas mayores en éste aspecto.

h) Evaluación del manejo de color

MANEJO DEL COLOR	TOTAL RESPUESTAS	%
Excelente	3	3
Bueno	45	52
Regular	32	36
Malo	8	9

El 52% de los productos presentan un buen manejo del color, el 36% regular, el 9% malo y solo el 3% presenta un excelente manejo del color. Como resultado de la evaluación se recomienda ajustar algunos criterios de uso de color para que el producto alcance un nivel satisfactorio respetando el componente de identidad de la región.

Evaluación de innovación en el producto

INNOVACIÓN	TOTAL RESPUESTAS	%
Excelente	12	12
Bueno	18	19
Regular	52	54
Malo	15	15

El 54% del los productos presentan un nivel regular en cuanto a innovación, el 19% presentan un buen nivel, el 15% un nivel malo y solo el 12 % presenta propuestas evaluadas como de excelente innovación. En general se observa que éste es un punto débil por cuanto la mayoría de referencias están repetidas en uno y otro taller con la misma función, sin encontrarse mayores diferencias entre los talleres analizados.

i) Disponibilidad de materias primas

Se considera que la disponibilidad de materias primas es excelente en el caso de las chaquiras porque es un material que consiguen con facilidad, es de producción industrial y se produce en las cantidades deseadas.

La disponibilidad de la lana natural o virgen es baja, sus costos son altos y no se encuentran proveedores en la zona. La calidad del tinturado requiere mejoramiento. La lana sintética u orlón aplicada en la zona por ser de producción industrial se consigue en colores variados y en abundancia en centros urbanos como Pasto a tan solo hora y media de distancia.

La disponibilidad de la madera según la evaluación realizada es escasa por ser silvestre, no se identificaron inicialmente cultivos, además su hallazgo es dificultoso por las distancias que deben recorrer para lo cual se requiere contar con equipos y herramientas básicas para la tala de árboles. El urapán que es la especie más utilizada ha escaseado debido a la producción de máscaras y bancos enfrentado a la tala indiscriminada que no contempla programas de reforestación.

j) Manejo de concepto de línea de producto

Solo en 7 beneficiarios de los 97 evaluados fue posible identificar el manejo de concepto de línea de productos lo cual corresponde a tan solo el 7,2%. Por lo tanto se ve la necesidad de enfatizar en éste aspecto.

k) Manejo de acabados

ACABADOS	TOTAL RESPUESTAS	%
Excelente	4	4
Bueno	55	56
Regular	12	12
Malo	14	14

Solo un 4% realiza excelentes acabados. Más de la mitad de los productores 56% tienen un buen manejo de acabados, sin embargo es necesario mejorar éste aspecto en el 26% que presenta acabados regulares y malos.

Conclusiones generales

- o El oficio predominante es la tejeduría utilizando materiales como la chaquiras y la lana; los talladores en madera son pocos y la materia prima utilizada es escasa y de difícil consecución por lo cual se recomienda que los productos en éste material sean partes o mezclas para el armado de productos finales.

- Los productos predominantes en el grupo son las manillas, los aretes, las gargantillas, las mochilas, sayos y por último las máscaras y bancos. La recomendación es que se hace la intervención de diseño hacia la diversificación y mejoramiento de la bisutería y accesorios, diferenciando el nicho de mercado de manera marcada por género (muy masculinas o muy femeninas) porque las actuales no la presentan.
- Es necesario que los beneficiarios inicialmente conozcan sus debilidades, fortalezas para que entiendan la importancia de la innovación del producto y puedan avanzar participativamente en la generación de nuevas piezas.
- La identidad colectiva es evidente reflejando su cultura indígena sin embargo es necesario buscar diferenciación en el producto y entre los talleres artesanales para alcanzar nichos de mercado más exigentes y amplios.
- El nivel técnico en general es bueno, lo cual permite desarrollar productos con la calidad.
- El nivel de experimentación es bajo sin embargo apoyados en el nivel técnico puede permitir el alcance de resultados interesantes en éste aspecto
- La capacidad de producción por taller es baja por lo cual se debe buscar la integración entre talleres y la participación coordinada para estandarizar procesos.

3. TALLER DE SENSIBILIZACIÓN EN DISEÑO DE PRODUCTO

El taller de sensibilización se desarrollo los días 17, 18 y 19 de agosto en los municipios de Santiago, Colon, San Francisco y Sibundoy. En este taller se definieron los conceptos básicos de diseño como: producto, Artesanía indígena, tradicional, contemporánea; producto, línea, etc.

Contenido del taller

Definición	Imágenes
<ul style="list-style-type: none"> • Producto <p>El producto es un conjunto de atributos físicos tangibles reunidos en una forma identificable. Cada producto tiene un nombre descriptivo o genérico que todo mundo comprende: manzanas pelotas de béisbol etc.</p>	

<p>• Producto industrial</p> <p>Los productos industriales son objetos fabricados a través de procesos industriales asistidos en mayor proporción por máquinas.</p> <p>Las series de producción son grandes con procesos especializados, establecidos por expertos de diversas disciplinas.</p> <p>Emplean conocimientos y procesos de la ciencia y la tecnología.</p> <p>Los productos industriales se especializan en la transformación de materia en bruto, materia prima y productos terciarios.</p> <p>Ej. Las empresas mineras de carbón (material en bruto), Las fabricas de papel que transforman la pulpa en láminas de papel (materia prima).</p>	
<p>• Producto artesanal indígena</p> <p>Es el trabajo artesanal realizado por una comunidad indígena en el que se aprecia fácilmente la relación con su entorno, y en la cual se aplica una Tecnología propia, fundiéndose en él, el material, la funcionalidad, la cosmovisión y la belleza logrando la coexistencia de los elementos</p>	
<p>• Producto tradicional</p> <p>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.</p>	
<p>• Producto artesanal contemporáneo</p> <p>Es el trabajo que actualmente se esta desarrollando dentro de los círculos artesanales, 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. Sus principios estéticos son de tendencia</p>	

universal, se destaca la creatividad individual por calidad y estilo.

- **Producto artesanal étnico**



- **Línea de Producto**



¿Qué es la moda?

Es algo frívolo que tiene que ver únicamente con la necesidad del hombre de verse bien y por consiguiente de vestirse bien para sentirse bien?

Es un tema aparentemente frívolo, pero sus explicaciones son muy complejas.

Aunque parezca irónico la moda es un tema muchas veces reservado a expertos, pero metido en la cotidianidad de todo individuo.

¿Quién no se ha preocupado alguna vez por su atuendo?



Ciclo de la moda

La moda, o mejor los conceptos que de ella se sacan (para muchos llamados tendencias), funciona como un complejo aparato económico que empieza su ciclo con dos años de anticipación.

Esto hace que en vez de ser un fenómeno que nace puramente de la creatividad de algunos artistas - diseñadores- sea todo un andamiaje creado para satisfacer las necesidades de una industria que involucra a muchos sectores de la economía.

Color

Aunque suene extraño, el color es el encargado de regir todo el proceso de moda. Es el punto de partida de cada una de las sensibilidades. Estos tonos que se van a usar en las temporadas siguientes salen de una especie de cónclave del diseño, llamado Intercolor.



- Intercolor es la agrupación que reúne a más de veinte países que cuentan con industria importante de moda, encargada de elaborar la carta de color que va a regir la moda.
- Esta reunión, en la que participan delegados de cada uno de los países, resuelve los tonos de cada temporada con dos años de anticipación.
- El único país americano que pertenece a Intercolor es Colombia. Lo integran países de Europa, como Inglaterra, Italia, España, Francia, Suiza, Alemania y de Asia como Korea, China o Japón, entre otros.
- Inexmoda, el Instituto para la Exportación y la Moda, es el delegado por Colombia en Intercolor.

Café Tierra	497U	7502U	Café Esparto
7			8
Amarillo Guadua	7500U	5807U	Verde Agua
9			10
Azul río	5523U	535U	Azul lluvia
11			12
Café Calceta	466U	5807U	Verde Junco
13			14
Crudo Seda	7488U	468U	Café Río
15			16
Verde Bosque	7498U	629U	Azul Cielo

Asistencia por municipio:

Municipio	No. asistentes
Sibundoy	51
Santiago	38
Colon	20
San Francisco	43

Resultados:

Se identificó el manejo de las técnicas empleadas para la elaboración de los productos tanto en lana, chaquiras, madera entre otros, en esta actividad se pretende que los asistentes apliquen los conceptos aprendidos en los productos de forma práctica.

4. TALLER DE IDENTIFICACIÓN DE REFERENTES DE IDENTIDAD

El taller se desarrolló en los municipios de Sibundoy, San Francisco, Colón y Santiago; el taller desarrolló los días 24, 25 y 26 de agosto de 2007.

Contenido:

En el taller se explicó el glosario de términos e identificaron los colores por genero y sus significados más representativos de su cultura, se reafirmó el concepto de manejar color acento y color dominante; los beneficiarios realizaron ejercicios prácticos identificando el referente y aplicando ejercicios de desestructuración de un producto y



estructuración de un nuevo producto junto con tres referentes de apoyo o partes representativas de un producto como estrategia para la innovación del producto. Se definieron los ambientes del hogar o categorías de productos para el reconocimiento de nuevas funciones como guía para el planteamiento de nuevos productos, se desarrollaron ejercicios prácticos.

- Definición teórica de referente

Es aquello que se toma como punto de partida en un proceso de diseño, puede ser un referente entre otros, el producto artesanal sin intervención alguna, o puede ser una muestra en proceso, un producto con intervención en diseño o el conjunto de estos, un



hecho histórico, cultural, étnico o un elemento cualquiera de la localidad entre estos se encuentran:

- Referentes por técnica
- Referentes geográficos
- Referentes culturales y ancestrales
- Referentes naturales como lo es la chagra
- Desestructuración de productos existentes
- Estructuración de nuevos productos a partir de referentes

Asistencia por municipio

Municipio	No. asistentes
Sibundoy	25
Colon-Santiago	46
San Francisco	38

5. TALLER DE TEXTURAS

El taller se desarrolló en los municipios de Sibundoy, San Francisco, Colón y Santiago los días 14, 15 y 16 de septiembre de 2007

Contenido

En el taller se dio conocer las definiciones de texturas, ejemplos y ejercicios prácticos. Se realiza una introducción y se definen los conceptos, se realizaron ejercicios para la creación de texturas tomando como referente un modulo que podía ser de tipo natural o simbólico, con estos módulos se trabajaron patrones con la aplicación del manejo del color y el relieve de los distintos materiales aplicados en los productos de la región.

Introducción: las superficies pueden ser descritas como suaves y rugosas, lisas o decoradas, opacas o brillantes etc. En la naturaleza existe un sinnúmero de texturas compuestas por un sinnúmero de elementos que en su conjunto conforman la sensación visual. En los materiales transformados empleados por la comunidad existe si se puede decir una serie infinita de posibilidades como texturas. La textura se pueden identificar de dos tipos: texturas visuales y texturas táctiles.



Texturas visuales. La textura visual es estrictamente bidimensional. Como lo define el término, es la clase de



textura que puede ser vista por el ojo aunque puede evocar sensaciones táctiles.

Texturas táctiles. La textura táctil es un tipo de textura que no-solo es visible al ojo sino que pueden sentirse con el tacto. La textura táctil se eleva sobre una superficie de un diseño bidimensional y se acerca a un relieve tridimensional. Las texturas táctiles se pueden considerar que existe en todo tipo de superficie debido a que se puede sentir, desde una superficie como el papel, por suave que sea hasta una superficie de pintura por más lisa que sea tiene sus características que pueden ser discernidas por el sentido del tacto.

Desarrollo del taller

- En el taller se escoge el referente y se define el módulo, además se explica la generación de patrones por repetición y una reflexión especular, simetría. Se trabaja con el grupo individualmente para que cada beneficiaria obtenga su patrón, se realiza ejercicios de texturas.
- Los participantes entendieron el concepto de textura y lo aplicaron en la práctica
- Aplicaron la técnica de pegado de chaquira sobre superficies rígidas
- Prueba de tejido con el uso de hilo de estaño en aros
- Generación de 50 muestras seleccionadas de los tres municipios
- Alta concentración de los participantes en la actividad



Asistentes por municipio

Municipio	No. asistentes
Sibundoy	23
Colon-Santiago	34
San Francisco	12

6. TALLER DE EXPERIMENTACIÓN PARA MEZCLA DE MATERIALES

El taller se realizó en los municipios de Sibundoy, San Francisco, Colon y Santiago los días 7, 8, y 9 de septiembre de 2007.



En el taller se realizó la identificación de materiales regionales como lo es la lana, chaquira, madera, metales, semillas lanas de diferentes calibres, materiales sintéticos y naturales, planteamiento de ejercicios que involucran las mezclas de materiales para la conformación de probetas con mezclas de materiales que se aplican en la fase de diseño con el fin de renovar los productos y generar mayor valor agregado a los productos.

- **Tejeduría en lana**

Mezclas de lana con cuero, mezcla de lana con hilos metálicos, mezcla de lana con fique, mezcla con semillas, tela y palitos de madera

- **Bisutería en chaquira**

Se mezcla lana con hilos metálicos, con fique, con semillas, tela y palitos de madera.

- **Talla en madera**

Experimentaron el acabado natural con insumos no trabajados antes de tipo inocuo como el aceite mineral, bicromato de potasio y el sellado con goma laca.



Resultados

- 10 experimentaciones en promedio por municipio
- Los participantes entendieron la posibilidad de generar de ideas a partir de la experimentación
- Tuvieron contacto con materiales no trabajados antes que los indujeron a proponer nuevas maneras de unir y entretrejer los materiales

Asistentes por municipio

Municipio	No. asistentes
Sibundoy	20
Colon-Santiago	40
San Francisco	37

7. TALLER CREATIVO PARA LA CONCEPTUALIZACIÓN DE LA COLECCIÓN DEL "CARNAVAL DEL PERDÓN"

El taller se desarrolló los días 31 de agosto y 1y2 de septiembre en los municipios de Santiago, Colon, Sibundoy y San Francisco.

Contenido:

Identificación de conceptos y elementos que integran el Carnaval del Perdón, se clasificaron los conceptos de acuerdo a las categorías de producto para lo cual se realizó un taller de creatividad para la obtención de bocetos, dibujos; además se elaboró la matriz de diseño con el inventario de todos los referentes y los momentos que se dan dentro del carnaval del perdón todo este trabajo fue realizado en conjunto con la comunidad se encuentra registrado en una presentación en power point por municipio debido a que la comunidad percibe la cosmovisión del carnaval de una manera diferente en cada municipio.

Definición De Conceptos (Algunos Ejemplos)

Patron:

Municipio de San Francisco

• ATUENDO

Elementos para cubrir el cuerpo

Sayo

Colmillos

Plumas

Chaquira, gualda, collar

Jigra

Corona

Chumbes

Manillas

Pañoleta

Canastos

Bayeta o reboso

Ceñidor

Manta

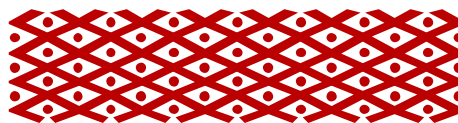
Cupuye – blusa roja

Aretes

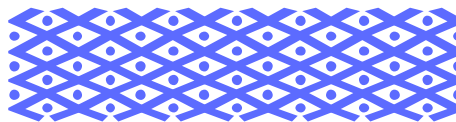
Zapatos

Patrón

Color femenino rojo achiote



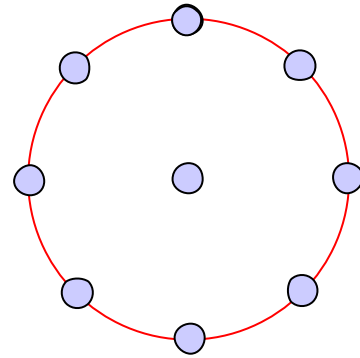
Color masculino azul



ATMÓSFERA

Comunidad
Unión
Dialogo
Compartir
Castillo
Matachín
Campana
Perdón
Castillo
Cruz
San Juanés

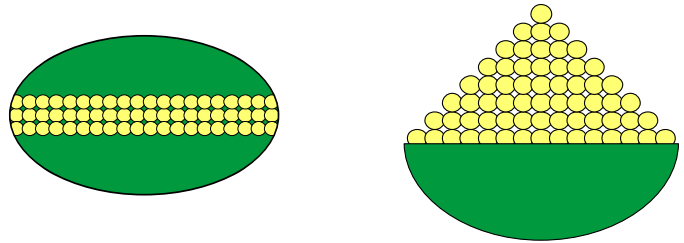
Patrón



COMIDA

Mote
Carne
Huevo
Leña
Gallina
Batea

Patrón



Danza

Movimientos corporales rítmicos que siguen un patrón, acompañados generalmente con música y que sirve como forma de comunicación o expresión. Los seres humanos se expresan a través del movimiento. La danza es la transformación de funciones normales y expresiones comunes en movimientos fuera de lo habitual para propósitos extraordinarios. Incluso una acción tan normal como el caminar se realiza en la danza de una forma establecida, en círculos o en un ritmo concreto y dentro de un contexto especial. La danza puede incluir un vocabulario preestablecido de movimientos, como en el ballet y la danza folclórica europea, o pueden utilizarse gestos simbólicos o mimo, como en las numerosas formas de danza asiática. Personas de diversas culturas bailan de forma distinta por razones variadas y los diferentes tipos de danzas revelan mucho sobre su forma de vivir.

Patrón



Municipio de Sibundoy

Vestuario femenino

Elementos para el cuerpo

Tupuyo

Manta

Reboso de colores

Chaquira

Jigra

Corona

Faja

Mochila

Terceado (tela blanca)

Aretes

Pañoleta

Sombrero de paño

Vestuario Hombre

Elementos para el cuerpo

Cusma con fondo blanco

Sayo

Ceñidor

Coronas de plumas o fajas

Faja

Terceados en tela blanca o de colores

Collares en colmillos

Manillas en diferentes formas

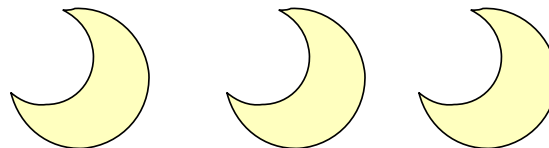
Pañuelo

Pañoleta

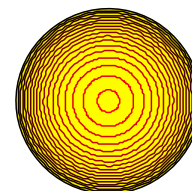
Mochila

Jigra

Patrón



Patrón



Asistentes por municipio

Municipio	No. asistentes
Sibundoy	17
Colon-Santiago	38
San Francisco	32

8. IDENTIFICACIÓN Y FORMULACIÓN DE REQUERIMIENTOS DE DISEÑO.

La metodología utilizada para la estructuración de este documento consistió en recopilar información de la comunidad apoyada en los talleres teórico prácticos anteriormente mencionados, normas técnicas e investigaciones desarrolladas o adquiridas por el Artesanías de Colombia - Unidad Pasto en años anteriores, la información necesaria fue revisada, seleccionada y analizada para la elaboración del cuadro de requerimientos con esta información se logra recopilar las variables que darán origen a una colección de productos artesanal que identificaran la región del alto putumayo en los municipios de Santiago, colon, Sibundoy, San Francisco.

Se toma como metodología general el esquema propuesto por el mexicano Gerardo Rodríguez en su libro Manual de diseño industrial de la misma manera se combina y aplica la metodología de Artesanías de Colombia en el área de intervención en diseño para la artesanía en sus diferentes modalidades de intervención como son:

Rescate que consiste en la recuperación de piezas y técnicas que se han perdido por factores como escasez de materia prima, sustitución tecnológica, cambio en la función, aculturación y/o ausencia de mercado, pero que en la demanda actual podrían y tienen vigencia.

Mejoramiento sobre la pieza original: se modifican o corrigen fallas a nivel formal, funcional y/o estético, que malogran sus posibilidades de comercialización dentro de las exigencias actuales del mercado.

Rediseño: La pieza original con un uso específico se interviene formalmente con innovación, introduciendo aspectos que le permitan reingresar en el mercado.

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 una demanda.

Creación: A partir de la demanda y experimentación de materiales, técnicas, nuevas funciones, se crean productos de carácter artesanal.

En los dos casos este estudio considera las características del contexto regional y la experiencia previa en diseño de Artesanías de Colombia en el suroccidente colombiano.

Los requerimientos se han organizado en un cuadro por grupo de variables según el esquema propuesto por Rodríguez, en este cuadro se encuentran las siguientes casillas: requerimiento aspecto en el diseño a tener en cuenta, factor determinante, norma, ley o principio que determina como debe ser el diseño.

Factor determinado: criterio de diseños determinados cuantitativa y cualitativamente en el concepto de diseño por generar.

Subparámetro: enunciado de criterios por cuantificar

Cuantificación: dimensiones o cantidades a considerar

Gráfico: representación esquemática bidimensional del aspecto de diseño a tomar en cuenta:

- **Requerimientos de uso – ergonómicos:** Se refieren a la interacción directa entre el producto y el usuario.
- **Requerimientos de función:** Se refieren a los principios físico-químico-técnicos de funcionamiento de un producto.
- **Requerimientos estructurales:** Son aquellos que se refieren a los componentes, partes y elementos constitutivos de un producto.
- **Requerimientos técnico productivos:** Son aquellos que se refieren a los medios y métodos de manufacturar un diseño.
- **Requerimientos económicos o de mercado:** Son aquellos que se refieren a la comercialización, distribución y demanda potencial del producto por parte de compradores individuales o institucionales.
- **Requerimientos formales:** Son aquellos que se refieren a los caracteres estéticos de un producto

9. CAPACITACIÓN TÉCNICA EN ACABADOS PARA BISUTERÍA

El taller se desarrolló en los municipios de Sibundoy, San Francisco, Colon y Santiago los días 5, 6 y 7 de octubre.

Se identificó debilidades en el terminado de los productos en el sistema de cierre como manillas, gargantillas etc. para lo cual se hizo necesario hacer recomendaciones en cuanto a medidas y las diferentes clases de broches que pueden ser aplicados en las nuevas propuestas de productos en chaquiras.

- Estandarización de medidas en los broches
- Presentación de todos los tipos de broches



Se atendió a 50 artesanos en promedio de los 4 municipios; se identificó que los productos en chaquira (pulseras, aretes, gargantillas, pectorales) no tienen un sistema de broche, se hace con cordón hebra y terminales con la misma chaquira. En los aretes se utiliza el garfio comercial lo que hace perder valor al producto ya que no se utiliza garfios antialérgicos y las personas se abstienen de comprar estos productos.

- Se elaboran productos planos con su iconografía
- En los aretes utilizan figuras basados en la naturaleza
- Los productos no tienen volumen

Como referentes para la nueva línea de productos se utiliza la iconografía y las tendencias del mercado para accesorios; los materiales que se utilizará es la chaquira checa y plata para broches y uniones. Se hará mezcla de chaquira y plata y madera como base y canutillo checo.

La implementación de materiales como plata para los broches, le dan al producto calidad y sobre todo mejoran la competitividad del producto en el mercado.

10. CAPACITACIÓN EN TERMINADOS PARA CONFECCIÓN

El taller se realizó en los municipios de Sibundoy, San Francisco y en Santiago, Colon los días 5, 6 y 7 de Octubre de 2007.

Se identificó algunas debilidades en cuanto a medidas en los productos que elaboran para lo cual se hizo:

- Entrega de tallas
- Elaboración de moldearía básica
- Ajustes y terminados para los nuevos productos a desarrollarse: Bolsillos, forros internos, aplicación de cierres, ojales, etc.
- Entrega de materiales para elaboración de moldes
- Revisión técnica básica de maquinaria

Con este taller se pretende:

- Reforzar la parte técnica de costuras y terminados
- Mejoramiento en el manejo de dimensiones y tallas

Las artesanas se dedican a la elaboración de bolsos, ropa en general pero no cuentan con patrones o moldes adecuados para la elaboración de bolsillos, fuelles, asas; el trazo se hace en la misma tela pero sin tener en cuenta las proporciones de los terminados, combinaciones en color y textura.

Se asistieron técnicamente a las artesanas en la confección de productos con telas industriales y fajas en lana combinadas con chaquiras, se implementa la elaboración de cojines y centros de mesa.

Como referentes se utilizó la simbología gráfica de la cultura Kamtsa aplicado en el tejido de las bajas. Se mezcla materiales como tela industrial, yute, lana natural con tinturado industrial, lana acrílica y orlon; como accesorios se utiliza chaquirones, ganchos, hebillas, nylon, hojaletes, tela interlon.

11. TALLER DE TALLA EN MADERA

En esta actividad se desarrollará el taller de secado y acabados para madera.

a. Taller de Talla y secado

Se desarrolló en el municipio de Sibundoy, los días 20 y 21 de octubre y se realizará una segunda visita los días 15 y 16 de noviembre. (Actividad pendiente por reportar).

b. Taller de acabados para madera

Se desarrolló en el municipio de Sibundoy, los días 10 y 11 y 14 de noviembre. (Actividad pendiente por reportar)

12. DISEÑO DE 12 NUEVAS LÍNEAS DE PRODUCTO.

El diseño de líneas de producto comprende la recolección de toda la información de los talleres llevados a cabo anteriormente y dichas ideas se plasma en lo que denominamos bocetos

El diseño de producto comprende talleres creativos, talleres prácticos y pruebas con diferentes materiales, tamaños, colores, etc. Para los municipios de Sibundoy, Santiago, Colon y San Francisco se han diseñado líneas de producto basados en los referentes de la región y destacando su identidad. Los productos diseñados se han presentado a la comunidad de manera gráfica para su aprobación; las líneas se entregaron a los beneficiarios a escala real en medio impreso para una mejor interpretación de los planos. Los beneficiarios recibieron los materiales (chaquiras, lana, hilos, etc) necesarios para empezar la fabricación de las líneas en los diferentes municipios. Para esta fase se lleva a cabo actividades desde el 28 de septiembre; hasta el momento se ha obtenido prototipos en los diferentes oficios.

Línea 1: Tejido en lana

Productos: Mochila, billetera, cinturón

Línea 2: Tejido en chaquira

Productos: Aretes, Collar, anillo, pulsera

Línea 3: Tejido chaquira uniones en plata

Productos: Aretes, anillo, collar

Línea 4: Tejido en lana y chaquira

Productos: Cinturón, cartera, billetera

Línea 5: Tejido en chaquira

Productos: Aretes, collar

Línea 6: Tejido en chaquira

Aretes, collar

Línea 7: Confección + guango + chaquira

Cojines, centro de mesa

Línea 8: Talla en madera

Frutero hoja, frutero pluma

Línea 9: Guango + chaquira

Bolso, mochila, cinturón con hebilla, cinturón fleco chaquira

Línea 10: Tejido en chaquira

Hebilla cabello lagarto, broche lagarto, broche gusano

13. DESARROLLO DE 12 LÍNEAS DE PRODUCTO Y SEGUIMIENTO A LA PRODUCCIÓN PILOTO

La actividad se está desarrollando desde el 12 de octubre, esta actividad tiene como objetivo hacer seguimiento a la producción de los productos diseñados por cada asesor, de esta manera, para cada oficio se diseñaron productos que cuentan ya con un prototipo ajustado con el cual los beneficiarios siguen las indicaciones hechas para no cometer errores en la elaboración.

14. KITS DE HERRAMIENTAS BÁSICAS

Kits para talla

Se cotizaron en diferentes ferreterías de la ciudad varias herramientas que se van a adquirir para los beneficiarios del oficio de talla.

Cuadro de herramientas

Kits para talla	Cantidad
Moto-tool	4
Formón	4
Taladro	2
Martillo	4
Escuadras	4
Metros	4
Juego de gubias	4
Motosierra pequeña	1
Serrucho	4
Macetas	4

Kits para tejido en chaquira

Kits para bisutería	Cantidad
Pinzas	6
Organizadores	6
Telar de 1 mts regulable	6

Kits para tejido en lana

Kits para tejido en Lana	Cantidad
Guanga regulable	8

Kits para confección y crochet

Crochet y confección	Cantidad
Agujas	9
agujetas para crochet	9
metros	20
Juego de reglas	10
moldes	10

Junto con las herramientas se hará entrega de materiales para la elaboración de productos. La entrega de las herramientas está programada para el 30 de noviembre.

15. TALLER DE COSTOS

El taller se divide en dos partes, una teórica que comprende los conceptos básicos de costos y precios y el taller práctico que está enfocado a sacar costos de los productos elaborados y a la fijación de precios, teniendo en cuenta las experiencias anteriores, el artesano no sabe costar su producto y muchas veces los precios están por encima de la competencia o viceversa.

- **COSTOS**

Definición:

Es el sacrificio, o esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo (elaboración de un producto)

Clasificación: Los costos se clasifican de acuerdo a las necesidades y al comportamiento de cada taller (empresa).

- **Costos de producción:** materiales, mano de obra, etc.
- **Costos de comercialización:** transporte, publicidad.
- **Costos de Administración:** Sueldos, teléfono, oficinas.
- **Costos de investigación y desarrollo:** creación, diseño, formulación de nuevos productos, así como ajustes y revisiones de los actuales.

Materias primas: conjunto de elementos físicos empleados en el proceso productivo para obtener el producto final.

Mano de obra: incluye las remuneraciones al personal en relación de dependencia afectado directamente al proceso productivo de transformación de los insumos

Transporte: incluye el pago por transporte de materia prima o producto final (taxis)

Publicidad: Avisos, empaque, etiquetas

Sueldo: remuneración por el tiempo gastado en la elaboración de un producto.

Servicios públicos: agua, luz, teléfono

Creación, diseño y ajustes: nuevos productos, cambios al primer diseño.

- **Estructura de Costos**

Costos Variables <ul style="list-style-type: none">• Mano de obra directa• Materias primas Costos Fijos <ul style="list-style-type: none">• De producción• De comercialización• De Administración Costos de Venta total Utilidad Precio de Venta
--

- **PRCIO**

Definición

Para el comprador: parte de sus ingresos dedicados a la obtención de beneficios esperados.

Para el vendedor: forma a través de la cual el fabricante cubre los costos de la mercancía elaborada.

- **Tipos de precios**

Precio base: valor del producto sin incluir ganancias

Precio de lista: precio antes de descuentos

Precio esperado: producto valorado (lo vendí muy bien)

Precios altos: Introducción de un nuevo producto a una misma una línea nueva (productos de prestigio)

Precios bajos: disminución del precio a una línea de producto

Precios de penetración: productos de introducción

Precios unitarios: porción (kilos, gramaos, cm, mts)

Etapas para la fijación de precios

- **Selección de los objetivos del precio:** ¿porqué este precio?, el cliente esta dispuesto a pagar? Tengo ese precio sólo por mantenerme en el mercado
- **Identificación del Mercado:** Antes de fijar el precio de un artículo se debe tener definido el mercado meta (grupo de consumidores potenciales al que se desea llegar), conocer su poder de compra, su grado de sensibilidad al precio, la cantidad de dinero que están dispuestos a invertir en un producto con las características del nuestro (segmentación)
- **Determinación de la demanda:** cada precio puede llegar a un segmento diferente del mercado (relación inversa)
- **Estimación y Compresión de los Costos:** se debe tener en cuenta los costos antes de fijar el precio.
- **Selección de las políticas de precio:** flexibilidad en los precios, por encima o debajo de la competencia, precio para los productos nuevos.
- **Selección de un método para fijar precios:** con base en los costos, con margen fijo de ganancias, con margen flexible de ganancias, con base en la demanda, con base en la competencia.
- **Selección del precio definitivo: precio de venta**

Conclusiones

- Los productos de alta calidad deben ser más caros. Esto es algo intrínseco a la percepción.
- Los productos de precio alto deben dar prestigio. Si no es así ¿por qué pagar más?.
- Los competidores tardíos suelen entrar en base a precio. Si alguien llega tarde a una reunión, lo último que quiere es hacerse notar.
- Los precios y los beneficios altos atraen a los competidores. Por eso no siempre es bueno mantener los precios altos.
- No acostumbrar a los clientes a comprar por precio. Los cambios en los precios, estimulan el mercado no se puede estar siempre en rebaja.
- Es difícil ganar con un precio bajo. Definitivamente las empresas deben ser más eficientes y mejorar su servicio en lugar de bajar sus precios si quieren dar utilidad.

- Hay que incluir en el precio, un presupuesto para promoción. Si no se le dice al mercado que hay una promoción ¿Cómo se espera que surta efecto?.

Finalmente es importante tomar en cuenta la percepción subjetiva o psicológica del precio. No es simplemente lo que las matemáticas dicen que el producto debe o puede costar sino como el cliente percibe el producto y lo que considera que debe ser su precio.

“Un producto vale lo que el comprador pagará por él y lo que la competencia permitirá que cobre”.

**COSTOS
Y**

FIJACION DE PRECIOS

COSTOS

Definición:

Es el sacrificio, o esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo (elaboración de un producto)

Clasificación: Los costos se clasifican de acuerdo a las necesidades y al comportamiento de cada taller (empresa).

- **Costos de producción:** materiales, mano de obra, etc.
- **Costos de comercialización:** transporte, publicidad.
- **Costos de Administración:** Sueldos, teléfono, oficinas.
- **Costos de investigación y desarrollo:** creación, diseño, formulación de nuevos productos, así como ajustes y revisiones de los actuales.

COSTOS

Materias primas: conjunto de elementos físicos empleados en el proceso productivo para obtener el producto final.

Mano de obra: incluye las remuneraciones al personal en relación de dependencia afectado directamente al proceso productivo de transformación de los insumos

Transporte: incluye el pago por transporte de materia prima o producto final (taxis)

Publicidad: Avisos, empaque, etiquetas

Sueldo: remuneración por el tiempo gastado en la elaboración de un producto.

Servicios públicos: agua, luz, teléfono

Creación, diseño y ajustes: nuevos productos, cambios al primer diseño.

ESTRUCTURA DE COSTOS

COSTOS VARIABLES

- Mano de obra directa
- Materias primas

COSTOS FIJOS

- De producción
- De comercialización
- De Administración

COSTO DE VENTA TOTAL

UTILIDAD

PRECIO DE VENTA

PRECIO DE VENTA

Concepto de precio:

Para el comprador: parte de sus ingresos dedicados a la obtención de beneficios esperados.

Para el vendedor: forma a través de la cual el fabricante cubre los costos de la mercancía elaborada.

Tipos de precios

Precio base: valor del producto sin incluir ganancias

Precio de lista: precio antes de descuentos

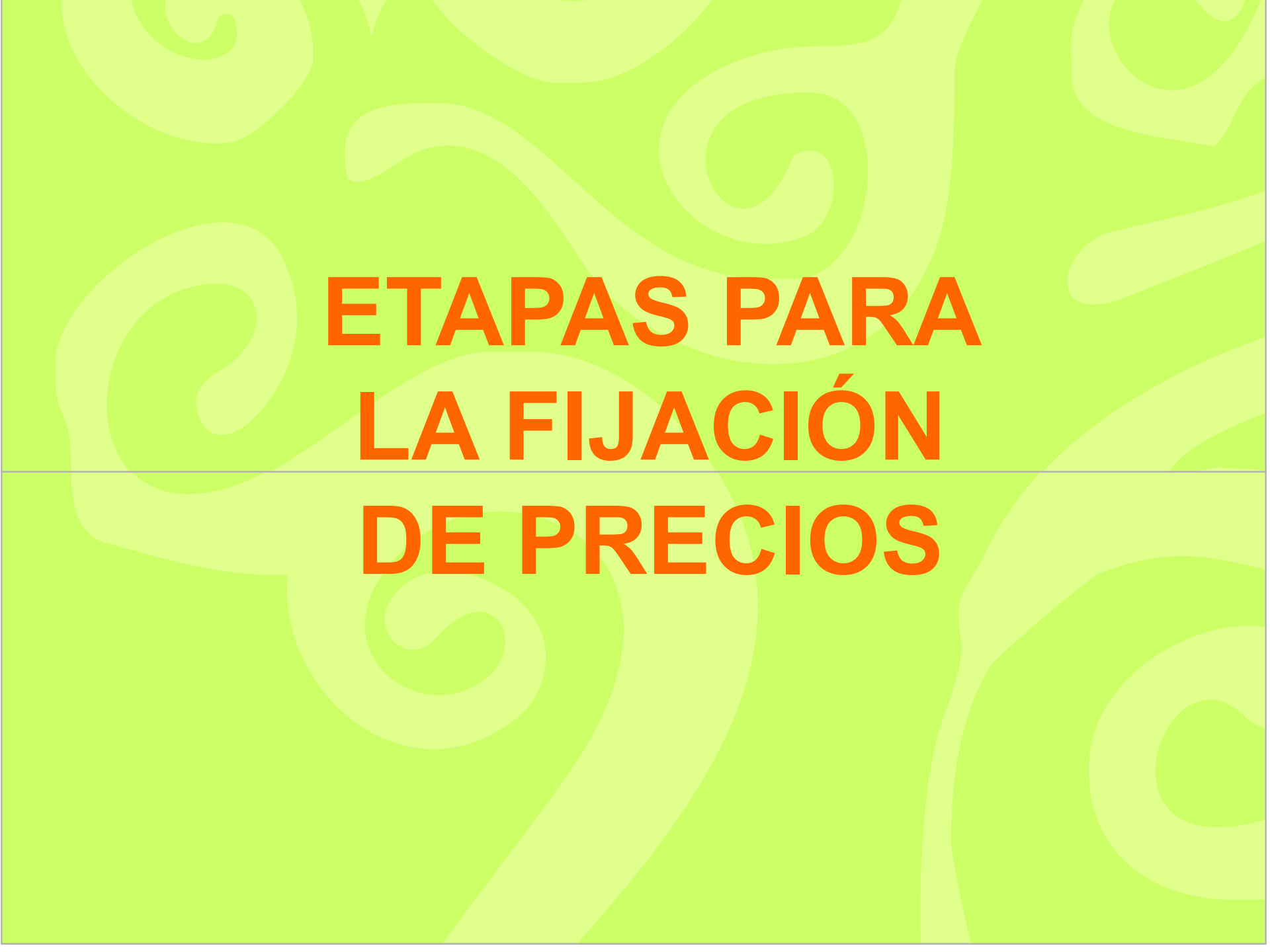
Precio esperado: producto valorado (lo vendí muy bien)

Precios altos: Introducción de un nuevo producto a una misma una línea nueva (productos de prestigio)

Precios bajos: disminución del precio a una línea de producto

Precios de penetración: productos de introducción

Precios unitarios: porción (kilos, gramaos, cm, mts)



**ETAPAS PARA
LA FIJACIÓN
DE PRECIOS**

ETAPAS

- **Selección de los objetivos del precio:** ¿porqué este precio?, el cliente esta dispuesto a pagar? Tengo ese precio sólo por mantenerme en el mercado
- **Identificación del Mercado:** Antes de fijar el precio de un artículo se debe tener definido el mercado meta (grupo de consumidores potenciales al que se desea llegar), conocer su poder de compra, su grado de sensibilidad al precio, la cantidad de dinero que están dispuestos a invertir en un producto con las características del nuestro (segmentación)
- **Determinación de la demanda:** cada precio puede llegar a un segmento diferente del mercado (relación inversa)
- **Estimación y Compresión de los Costos:** se debe tener en cuenta los costos antes de fijar el precio.

ETAPAS

- **Selección de las políticas de precio:** flexibilidad en los precios, por encima o debajo de la competencia, precio para los productos nuevos.
- **Selección de un método para fijar precios:** con base en los costos, con margen fijo de ganancias, con margen flexible de ganancias, con base en la demanda, con base en la competencia.

Selección del precio definitivo: precio de venta

CONCLUSIONES

- Los productos de alta calidad deben ser más caros. Esto es algo intrínseco a la percepción.
- Los productos de precio alto deben dar prestigio. Si no es así ¿por qué pagar más?.
- Los competidores tardíos suelen entrar en base a precio. Si alguien llega tarde a una reunión, lo último que quiere es hacerse notar.

Los precios y los beneficios altos atraen a los competidores. Por eso no siempre es bueno mantener los precios altos.

- No acostumbrar a los clientes a comprar por precio. Los cambios en los precios, estimulan el mercado no se puede estar siempre en rebaja.

CONCLUSIONES

- Es difícil ganar con un precio bajo. Definitivamente las empresas deben ser más eficientes y mejorar su servicio en lugar de bajar sus precios si quieren dar utilidad.
- Hay que incluir en el precio, un presupuesto para promoción. Si no se le dice al mercado que hay una promoción ¿Cómo se espera que surta efecto?.

Finalmente es importante tomar en cuenta la percepción subjetiva o psicológica del precio. No es simplemente lo que las matemáticas dicen que el producto debe o puede costar sino como el cliente percibe el producto y lo que considera que debe ser su precio.

“Un producto vale lo que el comprador pagará por él y lo que la competencia permitirá que cobre”.