



**MinComercio**  
Ministerio de Comercio,  
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD  
PARA TODOS**

[Desarrollo de la competitividad del sector artesano y su articulación con el turismo del departamento del Quindío]

**Proyecto: Desarrollo de la competitividad del sector artesano, y su articulación con vocación turística del departamento como componente de consolidación de marketing territorial**

## **[Informe final de ejecución del proyecto de desarrollo de la competitividad del sector artesano y su articulación con el turismo departamental]**

Coordinador del proyecto  
David Correal



**ARMENIA DICIEMBRE DE 2013**



## TABLA DE CONTENIDO

1	CONVENIO.....	3
1.1	OBJETO DE CONVENIO.....	3
2	UBICACIÓN GEOGRÁFICA .....	3
3	CARACTERIZACIÓN DE LOS BENEFICIARIOS.....	3
4	EJECUCIÓN.....	
4.1	MÓDULO DE INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA ARTESANAL DEL QUINDÍO .....	7
4.1.1	PROGRAMA PRODUCTO TÉCNICA MIXTAS 40 PRODUCTORES .	7
4.1.2	ATENCIÓN ARTESANOS COMUNIDAD DESPLAZADA, VULNERABLE E INDÍGENA.....	8
4.2	ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL MÓDULO DE INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA ARTESANAL DEL QUINDÍO.....	8
4.2.1	ASESORÍAS Y ASISTENCIAS TÉCNICAS .....	8
4.2.2	DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTO .....	18
4.3	REALIZACIÓN DE PROTOTIPOS.....	
4.4	PROGRAMA DE FORMACIÓN.....	29
4.4.1	CAPACITACIONES EN METODOLOGÍAS DE DISEÑO .....	29
4.4.2	CAPACITACIONES EN MERCADEO.....	31
4.4.3	CAPACITACIONES EN IMAGEN GRAFICA Y EMPAQUES .....	34
5	PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS .....	35
5.1	FERIA DE LA GOBERNACIÓN.....	36
5.2	EXPOARTESANÍAS 2013.....	37
6	ANEXOS.....	40
6.1	ANEXO 1 .....	40



## 1 CONVENIO.

Convenio: 95 DEL 2013 Gobernación del Quindío y Artesanías de Colombia.

### 1.1 OBJETO DE CONVENIO.

“Aunar esfuerzos de interés recíproco entre el Departamento del Quindío y Artesanías de Colombia, a fin de fortalecer los procesos productivos de los artesanos del Quindío y mejorar el acceso a mercados”.

## 2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA



**Ilustración 1**

Mapa del departamento del Quindío con los municipios atendidos.



## 3 RESULTADOS FINALES DEL PROCESO DE EJECUCIÓN DEL CONVENIO.



El proyecto “Desarrollo de la Competitividad del Sector Artesano, y su Articulación con vocación turística del departamento como componente de consolidación de marketing territorial” tuvo como marco los municipios del departamento del Quindío. Las actividades realizadas contemplaban: Asistencia técnica orientada a las necesidades particulares de cada unidad productiva en aspectos como diseño y rediseño de producto, producción, imagen corporativa, presentación final de productos entre otros; capacitaciones en Diseño y Desarrollo de Producto Artesanal y Mercadeo en los municipios de Armenia, Filándia y Quimbaya.

A continuación se presentan los porcentajes obtenidos en la ejecución del convenio, donde paralelamente se dio cumplimiento a los programas de Módulo de Innovación y Competitividad y Módulo de Formación.

Módulo de Innovación y Competitividad de la oferta artesanal del Quindío		Programado	Ejecutado	% de Ejecución
Asesoría y asistencia técnica	Asesoría personalizada y asistencia técnica con diseñadores en aspecto de producción, imagen corporativa, presentación final de productos entre otros	235	305	130%
Diseño y desarrollo de líneas de producto	Diseño y desarrollo de producto contemporáneo, dirigido a las tendencias mundiales del sector.	30	30	100%

Programa de Formación		Programado	Ejecutado	% de Ejecución
Metodología de Diseño	Capacitaciones Teórico-Prácticas, para la transferencia de conocimiento.	12	12	100%
Empaques				
Identidad Gráfica				
Mercadeo e Innovación				

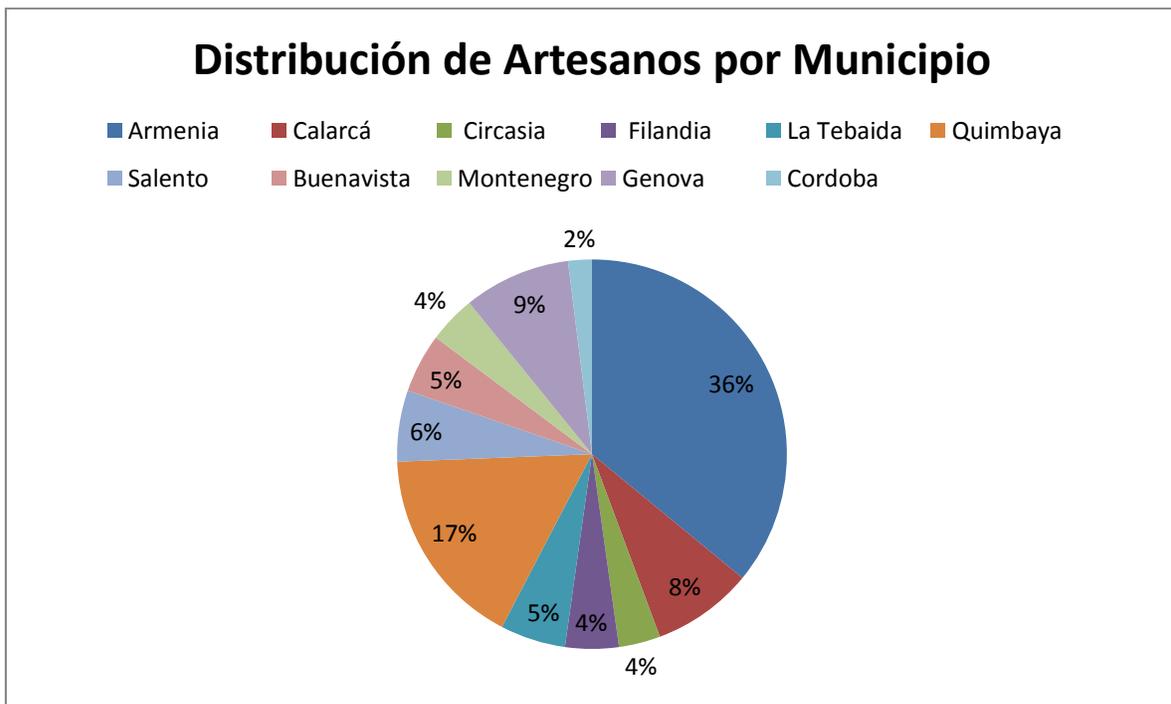
MÓDULO DE COMERCIALIZACIÓN Y CREACION DE REDES PARA LA ARTICULACIÓN Y DINAMIZACIÓN DEL SECTOR		Programado	Ejecutado	% de Ejecución
Eventos internacionales	Participación con stand institucional del convenio	1	2	100%
Eventos locales		1		



#### 4. PROCESO DE CARACTERIZACIÓN DE LOS BENEFICIARIOS

El proyecto fue planteado para atender a ochenta y cinco unidades productivas en el departamento del Quindío 40 artesanos tradicionales y 45 artesanos de población vulnerable, finalmente los beneficiarios registrados fueron 121 (59 pertenecientes a población vulnerable y 62 artesanos tradicionales), lo que se traduce en un cumplimiento del **142.4 %** de la meta de cobertura establecida.

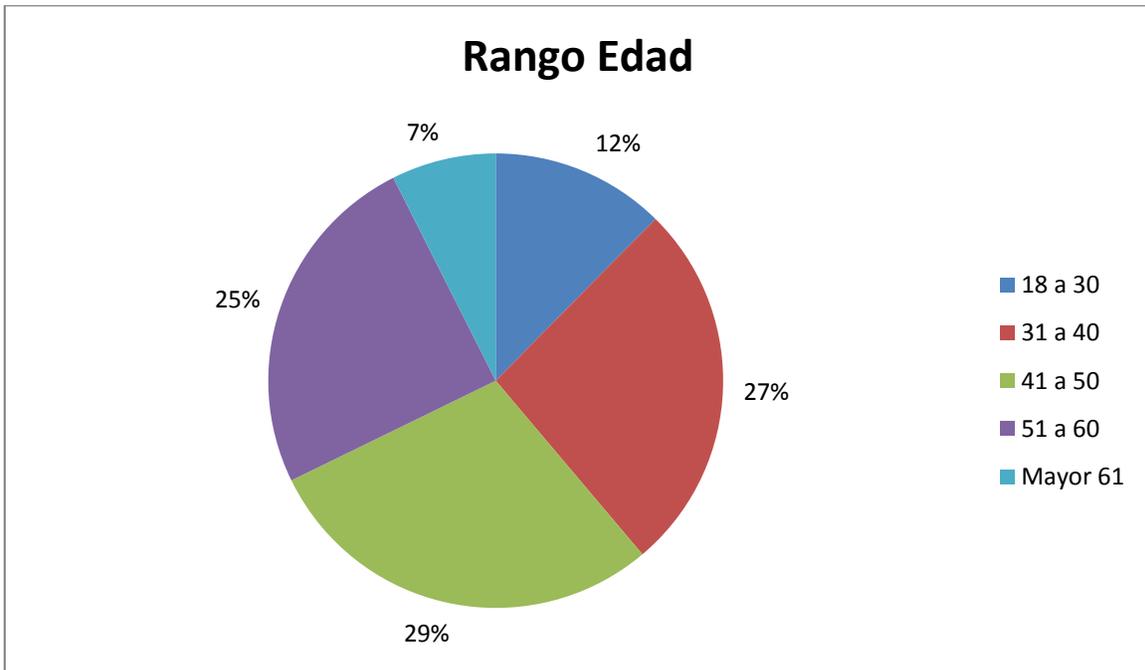
Para consultar detalles de la caracterización de la población impactada **ver el anexo 1.**



**Gráfico 1**

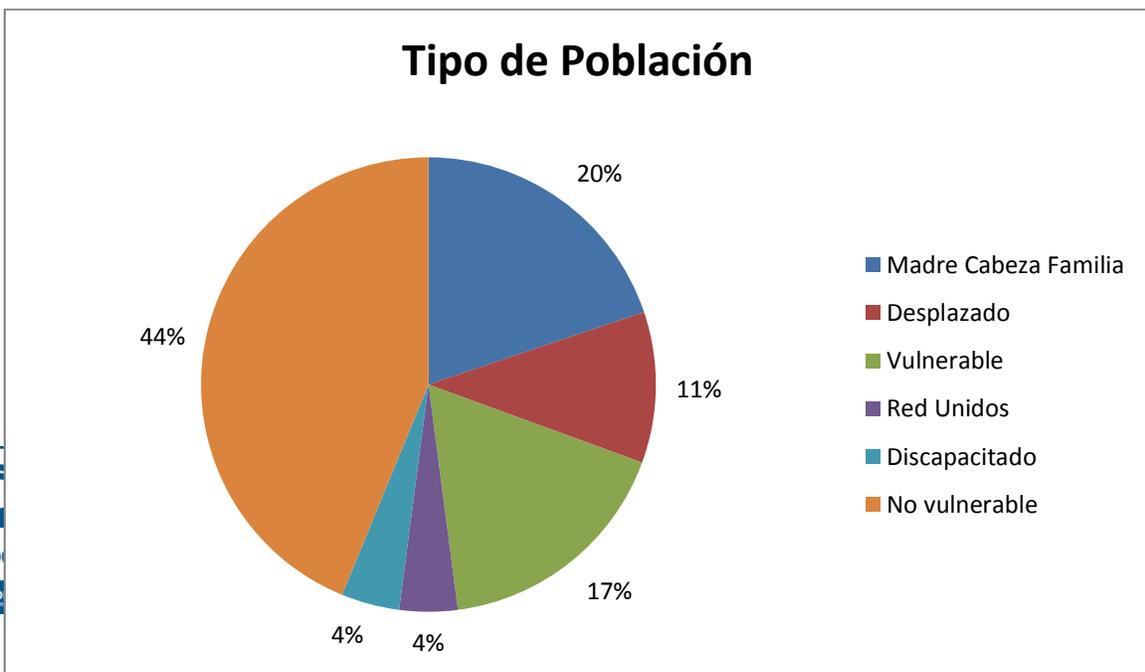
Proporción de los beneficiarios atendidos en el departamento del Quindío por cada municipio cubierto.





**Gráfico 2**

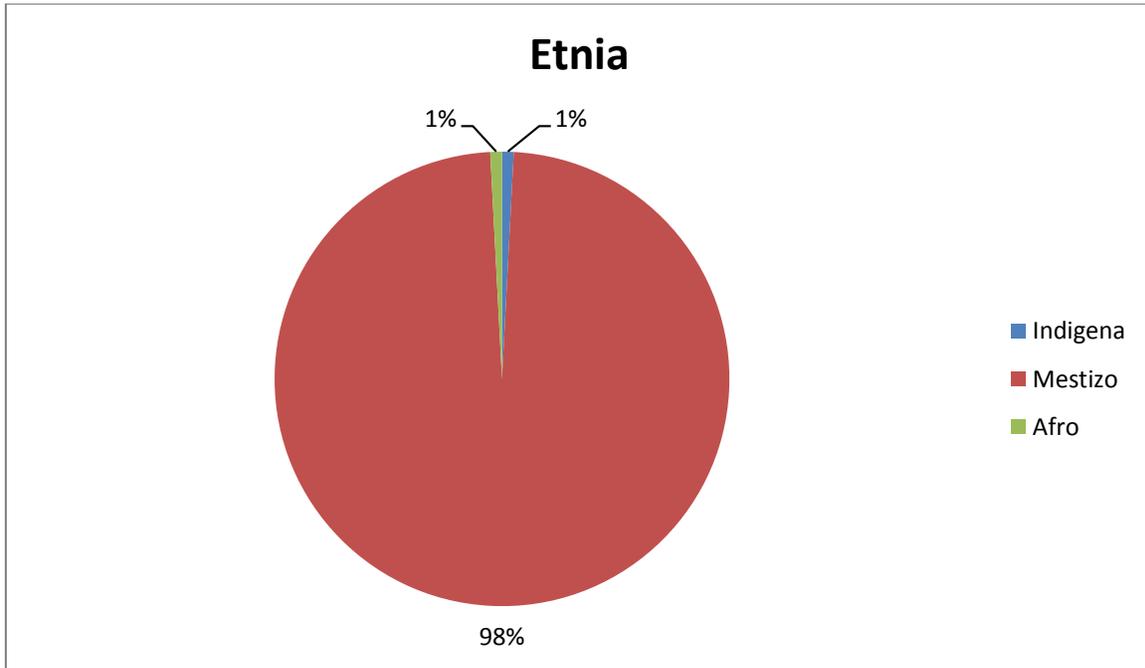
Distribución de los rangos de edad de los artesanos atendidos en el departamento del Quindío.



**Gráfico 3**

Clasificación de acuerdo al tipo de población de los artesanos beneficiarios del proyecto en el departamento del Quindío.





**Gráfico 4**  
Grupos étnicos de los beneficiarios del proyecto.

## 5. MÓDULO DE INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA ARTESANAL DEL QUINDÍO

Módulo estructurado en dos(2) programas fundamentales: a) Programa de Producto Técnica Mixtas 40 productores y b) programa Atención Artesanos Comunidad Desplazada, Vulnerable e Indígenas.

A continuación se relaciona los resultados obtenidos en ambos programas:

### a) PROGRAMA PRODUCTO TÉCNICA MIXTAS 40 PRODUCTORES



			Programada	Realizado	% Ejecutado
<b>Programa Producto Técnicas Mixtas 40 productores</b>	Asesoría y asistencia técnica	Asesoría personalizada y asistencia técnica con diseñadores en aspecto de producción, imagen corporativa, presentación final de productos entre otros	120	150	125%



	Diseño y desarrollo de líneas de producto	Diseño y desarrollo de producto contemporáneo, dirigido a las tendencias mundiales del sector.	15	15	100%
--	---	--	----	----	------

## b) ATENCIÓN ARTESANOS COMUNIDAD DESPLAZADA, VULNERABLE Y/O INDÍGENA.

			Programada	Realizado	% Ejecutado
Atención Artesanos Comunidad Desplazada, Vulnerable e indígena.	Asesoría y asistencia técnica	Asesoría personalizada y asistencia técnica con diseñadores en aspecto de producción, imagen corporativa, presentación final de productos entre otros	135	155	114 %
	Diseño y desarrollo de líneas de producto	Diseño y desarrollo de producto contemporáneo, dirigido a las tendencias mundiales del sector.	15	15	100%

## 5.1 ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL MÓDULO DE INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA ARTESANAL DEL QUINDÍO

### 5.1.1. ASESORÍAS Y ASISTENCIAS TÉCNICAS

El ciclo de asesorías y asistencia técnica para las unidades productivas beneficiadas por el proyecto tiene por objetivo fundamental atacar las necesidades específicas de cada una de ellas en aspectos relacionados con el diseño y desarrollo de producto, producción, imagen corporativa, presentación final de productos; para lo cual se contemplan un mínimo de tres asesorías puntuales por artesano desglosadas de la siguiente manera:





**Foto1**

Visita de asistencia técnica al taller de Pedro Ruiz, en la que se hace seguimiento a la manufactura de prototipos.

En la primera asesoría se elaboró el plan de trabajo y la estrategia de implementación del mismo de acuerdo a las necesidades manifestadas por el beneficiario y las identificadas por el profesional en diseño. Según el caso se dejan programadas actividades y tareas a cumplir por parte del artesano y el asesor para el mejoramiento de producto y/o unidad productiva.



**Foto2**

Caso puntual de Luz Janeth Martínez. En la primera asesoría se toma como referente la técnica de enchape en hoja caulinar como medio para diversificar el portafolio de productos de la unidad productiva.

En la segunda asesoría se hizo un control y ajustes de las tareas programadas en el proceso inicial. Posterior a las correcciones se traza una meta para finalizar el proceso.



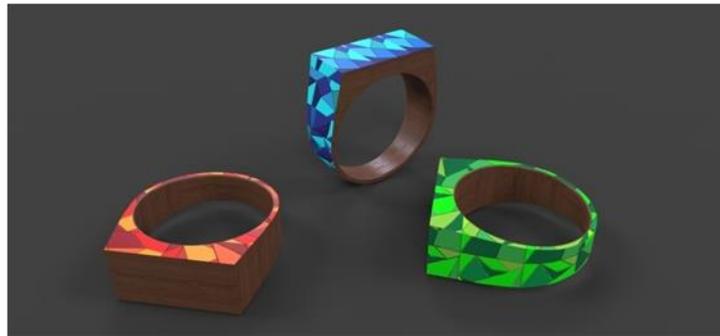


Foto3

Caso puntual de Luz Janeth Martínez. Posteriormente el equipo de diseño presenta una propuesta de diseño de acuerdo a los requerimientos y necesidades identificadas. El diseño conserva la esencia e identidad del artesano pero con un nuevo componente innovador v fuerte carga cultural.



Foto4

Desarrollo por parte del beneficiario partiendo de la propuesta del equipo del laboratorio de artesanías de Colombia





**Foto5**  
Visita Técnica de seguimiento a proceso productivo de los productos desarrollados.



Finalmente se realiza un tercer y último proceso donde se realiza la evaluación de las metas alcanzadas.



Es importante aclarar que de acuerdo a la complejidad y la situación del beneficiario o unidad productiva las asesorías pueden extenderse por encima de los tres encuentros.



Foto6

Esquema de propuesta en Guadua Viche. Artesanos en el municipio de Quimbaya.

Dentro del marco temporal del proyecto se impartieron 305 asesorías puntuales, para un cumplimiento del 130% de la meta establecida que era de 255 asesorías puntuales. **(Anexo Listado de Artesanos atendidos y soportes de asesorías)**



## CARACTERIZACIÓN DE ASESORÍAS PUNTUALES.



Carrera 2 # 18 A-58 \* Conmutador (57) (1) 286 -1766 \* Fax (57) (1) 281 – 0917 \* Apartado Aéreo 10776

[www.artesaniasdecolombia.com.co](http://www.artesaniasdecolombia.com.co) Email: [artesanias@artesaniasdecolombia.com.co](mailto:artesanias@artesaniasdecolombia.com.co)

Bogotá, D.C. - Colombia



## Armenia

Mary Torres: Se le ofreció acompañamiento en el mejoramiento y rediseño de producto. Ya que la beneficiaria (desplazada) maneja una técnica foránea al departamento, se le planteó manejar un concepto basado en la región para otorgar identidad y diferenciación con el Tamo nariñense original.

Ana Delia Barahona: La beneficiaria se caracteriza por poseer una técnica que aun se puede considerar en proceso de exploración. El Asesor propone el diseño de una línea de productos desarrollando nuevas formas y texturas, obteniendo piezas de decorativas que otorgan a la artesana la posibilidad de explorar una nueva línea de mercado.

Luz Enith Cano: Se desarrolla una línea de bolsos tejidos en fibra de arroz basado en tendencias vanguardistas. El soporte dado a la artesana le permitió complementar su proceso en el SENA y salir beneficiaria del fondo emprender.

Elberto Sánchez y Luz Elena Rojas: Estos beneficiarios se proyectan como unos de los grandes marroquineros en el municipio. Con esta unidad productiva se desarrolla una colección de bolsos con diseños inspirados en la Subvernación sin olvidar la identidad cultural. El proceso con este artesano da pie a continuidad con futuras propuestas.

Ricardo Londoño y Julio Cesar Cañon: A este par marroquineros principiantes se les presentó una propuesta de diseño en bolsos basados con el rescate del carriel cafetero logrando un excelente resultado.

## Buenavista

Asociación de Artesanos de Buenavista (trabajo grupal): Este grupo de artesanos aun se encuentran en etapa de formación en la técnica de cestería en Guasca de plátano. Dado que el nivel de los artesanos aun no es optimo para la comercialización en grandes eventos feriales, se les propone el desarrollo de un mercado local con regalos institucionales. El desarrollo logró resultados muy prometedores ya que permitió a la artesanía posicionarse en el municipio como un área de desarrollo a futuro.



## Calarcá



Carrera 2 # 18 A-58 \* Conmutador (57) (1) 286 -1766 \* Fax (57) (1) 281 – 0917 \* Apartado Aéreo 10776

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)

Bogotá, D.C. - Colombia



María Eugenia Grisales y Martha Ramos: Dando continuidad con procesos anteriores, se les propone el desarrollo de líneas de producto en telar con fines decorativos. además de la asesoría en diseño se les da apoyo en el desarrollo de una telar horizontal para mejorar su capacidad productiva como taller.

Luz Adriana Cardona y John Loaiza: Se les desarrolla una línea de diseño de mesa. lastimosamente por motivos de salud de uno de los beneficiarios el proceso no logra desarrollar los prototipos requeridos.

Circasia

Luz Janeth Montoya: Es una de las pocas artesanas del departamento que domina la técnica del enchape en hoja caulinar de Guadua. Dada que la técnica aun es relativamente nueva, las áreas de aplicación aun están por proponerse, para este proyecto se propuso su aplicación en la línea de moda.

Mauricio Agudelo: Este artesano desarrolla empaques para café en bejuco bajo encargo, dado que estos productos se desarrolla bajo encargo y con especificaciones precisas, el asesor propone desarrollar en exploración una línea de decoración con el fin de diversificar los ingresos del artesano.

Córdoba:

Jorge Enrique Arias y Edwin Alberto Carvajal: Ambos artesanos de la carpintería, uno maestro y otro aprendiz, desarrollan espacios arquitectónicos basados en la herencia antioqueña. Los artesanos trabajan bajo encargo, pero estos manifiestan la necesidad desarrollar una línea de objetos decorativos, así que el asesor propone el rescate de los butacas tradicionales de las fincas cafeteras como línea de diseño a trabajar, por motivos de salud del artesano no logra hacerse la revisión del prototipo.



Filandia:



Carrera 2 # 18 A-58 \* Conmutador (57) (1) 286 -1766 \* Fax (57) (1) 281 – 0917 \* Apartado Aéreo 10776

[www.artesaniasdecolombia.com.co](http://www.artesaniasdecolombia.com.co) Email: [artesanias@artesaniasdecolombia.com.co](mailto:artesanias@artesaniasdecolombia.com.co)

Bogotá, D.C. - Colombia



Aura María Arias y Magdalena Trujillo: Madre e hija artesanas, ambas son una representación de una de las artesanías más destacadas del departamento, la cestería de Filandia. Dado que el oficio es representativo de una comunidad, los productos tienden a ser repetitivos. Es de esta manera que el asesor propone la diversificación de productos por medio de la variación de uso y manejo del color en las fibras.

Ofelia Marín Márquez: Al igual que el caso expuesto anteriormente, a la artesana se le plantea el desarrollo de una línea de bolsas en bejuco, obteniendo excelentes resultados en la comercialización de los productos en el mercado interno y ferial.

Ana de Jesús Marin: Una de las artesanas con mayor experiencia en el municipio, trabaja principalmente el canasto típico cafetero. Se le brinda una asesoría en el mejoramiento de producto y diversificación de uso por medio del manejo de línea de diseño.

#### Génova

Asociación de Artesanos: Este grupo de artesanos aun se encuentra en etapa de formación por el SENA en trabajo en guadua y ebanistería, paralelamente Artesanías de Colombia brindó un acompañamiento en diseño y mercadeo de productos para el desarrollo de propuestas para el mercado local.

#### La Tebaida

Lady Johana Saldarriaga: La artesana trabaja el oficio de la muñequería en tela. La artesana solo trabaja el mercado navideño, se le propone el desarrollo de diversificación de producto para mantener la producción el resto del año, logrando de este manera incrementar con la artesanías los ingresos de la unidad productiva.



Liliana Patricia Perea y Gustavo Iván Silva: Esta unidad productiva presenta el desarrollo de productos en Guadua Rolliza. El asesor en diseño por petición de los beneficiarios presenta un diseño dentro de la categoría de decoración al cual los artesanos aceptan a desarrollar con el compromiso de presentar un prototipo.



#### Montenegro



José Darío Martínez: El artesano de trabajo en guadua se presenta como el representante de una asociación de desplazados en el municipio, este solicita al Laboratorio un acompañamiento a toda la asociación la cual queda pospuesta para un próximo proyecto por falta de cupos y cronograma. Paralelamente se hace un acompañamiento en mejoramiento de producto a la unidad productiva.

Lourdes Capera: Se presentan una línea de productos en mesa y decoración para el trabajo de bordado en lana, posteriormente después de incumplir varias citas, la artesana se retira por cuestiones de salud de su hijo.

### Quimbaya

Orfebres Quimbaya: A este grupo de artesanas compuesto por 15 beneficiarias con una gran trayectoria en el departamento, se les presenta una nueva colección en productos de joyería con el fin de lograr una mayor competitividad ante el creciente número de bisutería china en la región que ha significado una disminución en ventas para la asociación. Como estrategia el equipo de diseño presentó una colección de productos económicos sin perder la identidad del taller. Logrando una excelente participación en Expoartesanías 2013.

ASODISQUIM: Con el fin de seguir fortaleciendo la joyería tan representativa de Quimbaya, dio continuidad al acompañamiento a la asociación de discapacitados del municipio. Este grupo de artesanos aun se encuentran en etapa de formación técnica, por tal motivo las asesorías y productos desarrollados fueron pensados como parte de dicha formación.

Zoraida y Edelmira Collazos: Este par de artesanas pueden considerarse como una de las unidades productivas con mayor representación en el departamento en el manejo de la Guadua Viche aplicada a la cestería. Para este proyecto se les propuso una nueva colección en mesa y decoración, logrando un excelente resultado en producto y participación en la feria.

Salento



Monica Morales y Marcela Velasquez: Las artesanas vienen participando en proyectos con el laboratorio desde hace dos años. Gracias al acompañamiento y al compromiso de las beneficiarias han logrado un excelente resultado de ventas en ferias y en el mercado local.



Andrés Guerra: Este destacado marroquintero del municipio presenta productos de gran calidad, el acompañamiento por parte del asesor fue brindar en la comercialización y algunas ajustes técnicos estéticos del su portafolio de productos.

Doreen Vargas: La beneficiaria recibió acompañamiento en el mejoramiento y diversificación de sus productos elaborados en guasca de plátano.



**Foto7**

Proceso de asesoría puntual, en el que de manera colaborativa se desarrolla producto  
Tomada por: Dl. Alejandro Duque.  
Armenia – Quindío – 15 de agosto de 2013, Artesanías de Colombia S.A





Foto8

Tomada por: DI. FabiánRodríguez.

Armenia – Quindío – 15 de agosto de 2013, Artesanías de Colombia S.A

## 5.1.2 DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTO

El proceso de diseño y desarrollo de producto se inició determinando el perfil de mercado, para éste caso se proyectó tres perfiles de mercados objetivos para los cuales diseñar, tanto mercado objetivo como mercados nacionales (éste último por la participación en Expoartesanías 2013)

**Perfil Clase1/2:** Este segmento se caracteriza por la búsqueda de buenos precios (inferiores a 30mil pesos) en productos que puedan brindar cierto estatus o exalte de alguna manera el folclor regional.



## Clase 1/2



Bueno-Bonito-Barato      Producto tipo gift  
Accesorios populares      Productos con precio no mayor a 30mil pesos  
Exaltación del folclor      Dimensiones máximas no superiores al maletero de un automóvil



**Gráfico 5**  
Collage ilustrativo del nicho de mercado "Clase Media".

**Perfil Yupis:** Generalmente son personas con un alto ingreso económico cuyos productos están cargados de un alto valor estético y valor percibido, además de tener la cualidad de despertar emociones en el comprador. El precio no es generalmente una determinante para la compra.

## Yupis

Status      Despertar emociones



Alto valor percibido      Prácticidad  
Producto contemperando recontextualizado  
El precio no determina su compra si se supera el valor percibido y emoción despertada



**Gráfico 6**  
Collage ilustrativo del nicho de mercado "Yupis".



**Perfil Extranjero:** Al igual que el mercado de los Yupis, estos no se dejan llevar por el precio, pero las exigencias en la oferta de producto radican en el contenido cultural y de folclor que se ofrezca a través del diseño.



## Extranjeros

Personalidad Regional

Referencias Regionales

Alto valor percibido, resaltar técnica y materia prima

El precio no es variable de compra Tener en cuenta peso y dimensiones, empaques y emblejes



Gráfico 7

Collage ilustrativo del nicho de mercado "Turista Extranjero".

Posterior al reconocimiento de los mercados objetivos se plantea el desarrollo de productos dentro de las tendencias actuales. Estas tendencias fueron previamente identificadas, analizadas y propuestas por **Artesanías de Colombia** incluyendo las cartas de color. De las cuales se eligen como parámetros estéticos las Megatendencias de: Calcinado, Claridad, Subvernación y Nutopía.

La Mega tendencia Nutopía ejerce influencia sobre éste estilo de vida. Siendo Nutopia una tendencia que emerge del caos del nuevo mundo y busca una conexión permanente entre la innovación y la sociedad, la re-conexión natural es un estilo de vida propio de las subtendencias de consumo Newlifeinside, againmadehere, celebrationnation y demandingBrands. La primera es una eco-tendencia que busca que los productos retornen a su origen, tengan una vida interior propia de tal forma que su ciclo natural de paso a una nueva vida, aquí el concepto de lo biodegradable en los productos marca una diferenciación. Againmadehere, es una tendencia que busca encontrar respuestas de productos bajo demanda, se caracteriza la impresión 3D y la producción doméstica de los productos. CelebrationNation es una tendencia que busca productos que marquen la herencia nacional y cultural y la producción local para lo global. DemandingBrands es una tendencia que busca productos bajo demanda marca, en la que se refleja un compromiso con sustentabilidad ambiental y social. En este sentido, Re-conexión natural es un estilo de vida que busca obtener una carga emocional con los materiales de los productos, que estos propongan un retorno a su origen, que respondan a sus deseos personales y que marquen una historia de tradición. Busca también productos que rescaten estéticas "primitivas"





(originales)basadas en productos elaborados a mano de forma artesanal. Re conexión natural, celebra la elaboración de productos con materiales locales cargados de historias y significados.

Subvención, tendencia contestataria, a las dinámicas políticas y sociales globales. Éste estilo de vida propone una postura de oposición, protesta y rebeldía frente a la situación actual del mundo. Se fundamenta en una especie de pensamiento anarquista que sugiere un choque entre lo tradicional y lo contemporáneo. Responde a una tendencia de consumo denominada Presumers & Custowners, en el que el consumidor quiere participar activamente en el diseño, la elaboración y la oferta de los productos. Responde a la subtenencia Choque de estilos en la que el nuevo uso y el reciclaje de objetos son importantes. Re-utiliza artículos desechados, para crear nuevos objetos únicos casi de forma artesanal. También responde a las tendencias de consumo Newlifeinside, Againmadehere, celebrationnation y demanding Brand; la primera es una eco-tendencia que busque los productos retornen a su origen, tengan una vida interior propia, detal forma que su ciclo natural de paso a una nueva vida, aquí el concepto de lo biodegradable en los productos marca una diferenciación; Again made here, es una subtendencia que busca encontrar respuestas de productos bajo demanda, se caracteriza la impresión 3D y la producción doméstica de los productos; celabrationNation es una subtendencia que busca productos que marquen la herencia nacional y cultural y la producción local para lo global. DemandingBrands es una tendencia que busca productos bajo una marca, en la que se refleja un compromiso con sustentabilidad ambiental y social.Re-Thinking, es un estilo de vida que demanda productos responsables con el medio ambiente, en los que se plantean procesos de reciclaje, reutilización, reducción y rechazo al consumo masivo.



Claridad en la que hay una fuerte posturatecnológica, pero con una estética sobria que elimina los detallesfolklóricos y se concentra en mezclar distintos elementos territoriales. Es una megatendencia contemporánea que plantea la omni presencia de la tecnología, pero de manera suave y destacando más lo humano .Responde a las subtendencias Autonomía y a la tendencia de consumo Mobile Moments.La primera plantea las nuevas comunidades que evolucionan de formaautónoma, seleccionado objetos útiles y relevantes, que trasciendan ensu comunidad.Network Connection es un estilo de vida que demanda productos quepropongan una experiencia multidimensional y multitarea, propios de latecnología de dispositivos.



Carrera 2 # 18 A-58 \* Conmutador (57) (1) 286 -1766 \* Fax (57) (1) 281 – 0917 \* Apartado Aéreo 10776

[www.artesaniasdecolombia.com.co](http://www.artesaniasdecolombia.com.co) Email: [artesanias@artesaniasdecolombia.com.co](mailto:artesanias@artesaniasdecolombia.com.co)

Bogotá, D.C. - Colombia

móviles, pero que establezcan vínculos con lanaturaleza, que generen contrastes entre la dinámica de la vidacontenporánea y la riqueza de lo tradicional.

El Calcinado nos ubica en el periodo subsiguiente a las erupciones volcánicas y terremotos, nos quitamos el polvo y encontramos un nuevo comienzo. Calcinado anuncia una nueva tendencia hacia la austeridad, en la que las texturas y telas están inspiradas en la decadencia, la descomposición y el desgaste. Huella del paso del tiempo La belleza de lo imperfecto Reducción esencial Estilo orgánico Quemados El regreso del negro Tonos apagados. Cendré es un término francés para describir queso recubierto con cenizas, un método que se usa para la maduración lenta. Esta estética quemada y decadente actúa como una capa extra de textura en todas las superficies, de telas a muebles y espacios interiores. Las superficies ennegrecidas tienen una sensación polvorienta, mientras las coberturas lucen empolvadas e irregulares, surgiendo tras la destrucción.



**Gráfico 8**  
Resumen general de las Mega-tendencias y Sub-tendencias de diseño.



Finalmente estas mega tendencias se contextualizan al interior de las casas típicas cafeteras, haciendo un sincretismo formal y estético orientado hacia referentes formales y conceptuales extractados del entorno inmediato, empleando elementos del paisaje local como la arquitectura, la fauna, la flora y objetos de uso tradicionales, la iconografía Quimbaya; lo que se conjuga para brindar el sello de identidad regional proyectado hacia un ambiente contemporáneo y vanguardista, orientado a los segmentos de mercado escogidos como objetivo.





Foto9

Tomada por: DI. Alejandro Duque.  
Génova – Quindío – 28 de agosto de 2013, Artesanías de Colombia S.A

Simultáneamente al proceso de concepción y elaboración de perfiles de mercado y tendencias, en campo, el equipo de asesores de diseño de Artesanías de Colombia realizó un reconocimiento del estado del arte del sector artesanal del departamento, donde se discriminaron las técnicas y grado de destreza de los beneficiarios a atender, entre los cuales se puede evidenciar que el nivel de destreza de las unidades productivas es variable entre medio y alto.

Entre los artesanos que presentan un nivel de desarrollo técnico medio cabe destacar las comunidades urbanas del municipio de armenia, donde confluyen gran cantidad de oficios y técnicas de todo el país debido al desplazamiento forzoso de regiones como el Cauca y Nariño. Esta situación adversa termina enriqueciendo la oferta de artesanías del departamento, que con el acompañamiento del **Laboratorio de Innovación y Diseño** en proyectos anteriores a logrado mejorar gradualmente su participación en el mercado generando un nuevo concepto de identidad en la región.



Por otra parte los talleres y comunidades que presentan un nivel técnico alto manifiestan el interés de seguir mejorando mediante la diversificación de sus líneas de producto y mercados atendidos. Por tal motivo buscan dar continuidad a los procesos de años anteriores con **Artesanías de Colombia S.A.**



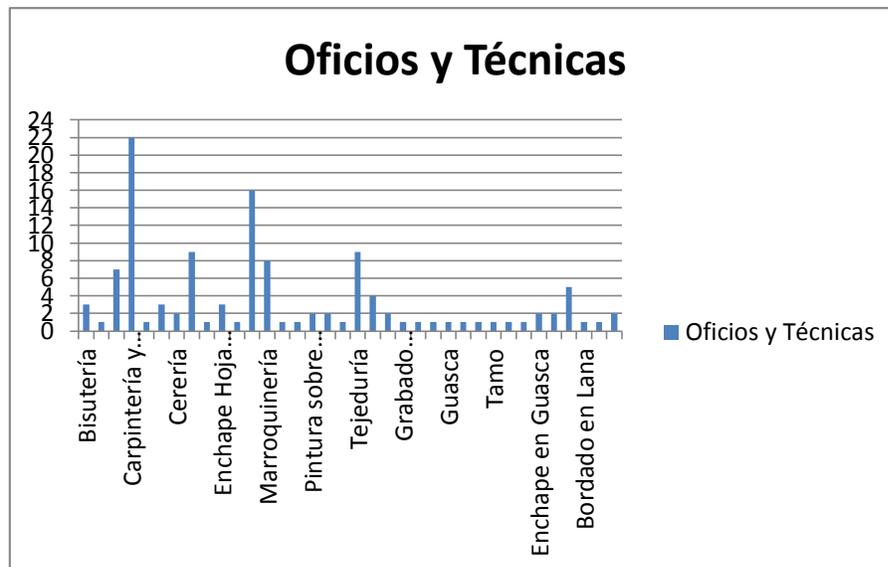
Entre las comunidades con mayor destreza cabe destacar la Asociación de artesanos de Filandia, El taller de cesteros Collazos, Talabartería El Corral



(Artesano con miras al premio de la maestría artesanal) y la asociación Orfebres de Quimbaya, quienes manifiestan constantemente la necesidad proyectos con mayor itinerancia.

Los oficios y técnicas con mayor presencia en el Quindío son:

- Carpintería y Ebanistería.
- Trabajo en guadua.
- Cestería en fibras varias.
- Marroquinería.
- Joyería.
- Entre otras **(Ver gráfico 9)**



**Gráfico 9**  
Distribución de los oficios y técnicas de los artesanos



Posteriormente al ejercicio de verificación del estado del arte, se realizaron trabajos conjuntos entre maestro artesano y diseñador, ésta sinergia permitió obtener resultados de desarrollo de 30 nuevas líneas de producto artesanal las cuales buscan dar nuevas dinámicas a la oferta del producto artesanal, partiendo del respeto de la identidad propia de cada unidad productiva y la vinculación de los saberes de los oficios. La integración de mano de obra especializada en los oficios (artesano) y el conocimiento de tendencia e innovación (diseñador), permitió obtener productos de alta calidad en técnica y diseño en un corto periodo de tiempo,



y dando cumplimiento del 100% de lo proyectado (**Ver anexo de fichas de producto**).

En las siguientes imágenes se da muestra del acompañamiento de los procesos por parte del equipo de asesores del Laboratorio de Innovación y Diseño dentro de los diferentes talleres al interior de los municipios del departamento.



**Foto10**

Tomada por: DI Alejandro Duque.

Filandia – Quindío – 4 de octubre de 2013, Artesanías de Colombia S.A

Visita a la artesana Ana de Jesús Marín en el municipio de Filandia, quien desarrolla canastos típicos cafeteros en bejuco. En las asesorías impartidas se propone conservar la identidad del producto pero diversificando la contextualización de su uso como objeto decorativo.





Foto11

Tomada por: DI Alejandro Duque.

Génova – Quindío – 29 de octubre de 2013, Artesanías de Colombia S.A

Asesoría grupal a la comunidad de artesanos del municipio de Génova, a quienes se propone el desarrollo de productos para un mercado local dada la falta de experiencia en el desarrollo y comercialización de sus productos.



**Foto12**

Como parte del proceso de desarrollo de producto, se presentan propuestas de diseño a los artesanos para su materialización

En la imagen de la derecha se puede ver la manera en que el equipo de diseñadores presenta las propuestas a desarrollar. En la imagen de la izquierda el resultado de la excelente labor técnica de las joyeras de Orfebres Quimbaya.



**Foto13**

La materialización de las propuestas de diseño se da de acuerdo a la capacidad técnica del artesano



La exploración técnica es una constante para el mejoramiento de la oferta de los artesanos con mayor experiencia. En esta fotografía se puede encontrar la exploración de nuevas formas con la cestería en Guadua Viche.





**Foto14**

Dentro del proceso de desarrollo de producto se da cabida a la intervención y al rescate de productos tradicionales.



**Foto15**

El desarrollo de producto contempla la exploración con nuevas materias primas, bus



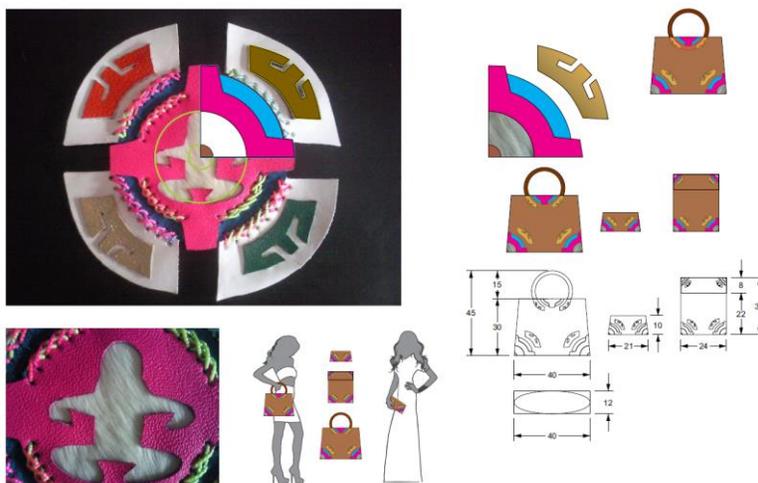
La experiencia del equipo de diseño del laboratorio y la destreza del artesano permite que los diseños propuestos mantengan su fidelidad. Caso puntual Ana Delia Barahona.

## 5.2 PROGRAMA DE FORMACIÓN

Programa de Formación		Programada	Realizado	% de Ejecución
Metodología de Diseño	Capacitaciones Teórico-Prácticas, para la transferencia de conocimiento.	12	12	100%
Empaques				
Identidad Gráfica				
Mercadeo e Innovación				

### 5.2.1 CAPACITACIONES EN METODOLOGÍAS DE DISEÑO

Se dictaron tres capacitaciones en metodologías de diseño para el sector artesanal en los municipios de Armenia, Quimbaya y Filándia, cumpliendo así con el 100% de las capacitaciones requeridas en este tema, con una asistencia de 41 beneficiarios; el eje de los talleres se basó en la identificación de referentes regionales por parte de los artesanos y así posteriormente, implementar dichas características y cualidades dentro de un componente practico del taller, donde los beneficiarios tienen la capacidad de desarrollar sus propios diseños.



**Gráfico 10**

Proceso de Desarrollo de producto a partir del taller de Diseño, fase de diseño de producto.





**Gráfico 11**  
Proceso de Desarrollo de producto a partir del taller de Diseño, fase de desarrollo de producto.



**Foto16**  
Taller teórico-práctico de metodologías de diseño aplicadas a productos artesanales.





**Foto17**

Fase práctica del taller de metodologías de diseño, donde a partir de la aplicación de los conceptos aprendidos se realizan bocetos iniciales de desarrollo de producto.

Los contenidos trabajados en las capacitaciones de diseño tienen como eje el uso de referentes culturales del departamento (arquitectura cafetera, Biodiversidad, Costumbres, herencia indígena). Una vez identificados dichos referentes se procede con el ejercicio práctico de diseño mediante la elaboración de bocetos (Foto 17). Al finalizar el taller el los asesores hacen una rigurosa evaluación de los esquemas propuestos por los artesanos, y si el boceto es pertinente se toma como punto de referente para el desarrollo de prototipos es las asesorías puntuales.



## 5.2.2 CAPACITACIONES EN MERCADEO

Se impartió una capacitación en Mercadeo, innovación y costos en los municipios de Armenia Filándia y Quimbaya, en la que se trataron temas como variables de mercadeo (producto, precio, plaza y promoción), vigilancia competitiva, segmentación del mercado objetivo, vitrinismo y tácticas de venta, ; otorgando al sector artesanal herramientas facilitadoras para la comercialización de sus productos.





**Foto 18**  
Tomada por: DI. Alejandro Duque.  
Filandia – Quindío – 13 de agosto de 2013, Artesanías de Colombia S.A

Al dictar un tema relativamente complejo como el manejo de costos y el mercadeo de productos, los asesores realizan una serie de ejercicios prácticos por medio de matrices y ejemplos de situaciones reales de PYMES artesanales, obteniendo resultados satisfactorios.



**Foto19**

Tomada por: Alexis Avirama.

Armenia – Quindío – 18 de septiembre de 2013, Artesanías de Colombia S.A



**Foto20**

Tomada por: Alexis Avirama.

Armenia – Quindío – 8 de agosto de 2013, Artesanías de Colombia S.A



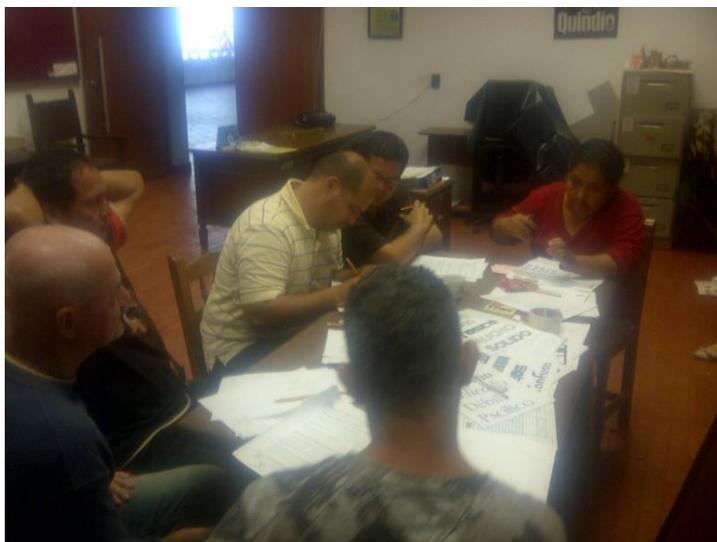


Quimbaya – Quindío – 19 de noviembre de 2013, Artesanías de Colombia S.A

### 5.2.3 CAPACITACIONES EN IMAGEN GRAFICA Y EMPAQUES

En los municipios de Armenia, Filándia y Quimbaya se dictaron capacitaciones en imagen gráfica y empaques, en las que se induce al artesano a el manejo de la identidad grafica de su unidad productiva como estrategia de posicionamiento de su PYME, dentro del apartado de empaques se hace énfasis en las ventajas de un empaque y embalaje apropiados según el tipo de producto.





**Foto22**

Capacitación de Imagen Gráfica y empaques

Tomada por: Fabián Rodríguez.

Quimbaya – Quindío – 4 de diciembre de 2013, Artesanías de Colombia S.A



**Foto23**

Capacitación de Imagen Gráfica y empaques

Tomada por: Fabián Rodríguez.

Quimbaya – Quindío – 4 de diciembre de 2013, Artesanías de Colombia S.A



## 6 PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS



Carrera 2 # 18 A-58 \* Conmutador (57) (1) 286 -1766 \* Fax (57) (1) 281 – 0917 \* Apartado Aéreo 10776

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co) Email: [artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co)

Bogotá, D.C. - Colombia

## 6.1 EVENTO LOCAL

El Laboratorio de Innovación y Diseño y la Gobernación del Quindío en el marco del convenio, participó con 7 personas de manera permanente durante el evento la muestra artesanal discriminadas de la siguiente manera: 2 funcionarios de Artesanías de Colombia y 5 artesanos; quienes a través de los buenos resultados mostrados durante los procesos de mejoramiento y diseño de producto que lleva la entidad, fueron invitados para que fueran partícipes de la dinámica económica de la región.



**Foto24**

Feria Empresarial

Tomada por: Alexis Avirama.

Armenia – Quindío – 29 de noviembre de 2013, Artesanías de Colombia S.A

El evento se llevó a cabo el día 29 de Noviembre de 2013, brindando a las unidades productivas la posibilidad de realizar contactos comerciales y posicionarse ante la comunidad como productores emergentes de productos competitivos con los mejores estándares de calidad y diseño. Además de ser un excelente medio para mostrar como la Gobernación del Quindío y Artesanías de Colombia S.A. brindan herramientas a la comunidad artesanal para mejorar sus unidades productivas.





lombia S.A

## 6.2 EXPOARTESANÍAS 2013

Como culminación a las actividades del planeadas, el equipo de diseño del laboratorio del Quindío participó en el feria internacional EXPOARTESANIAS 2013 con el fin de exponer y comercializar los productos desarrollados y/o intervenidos en el transcurso del proyecto.

Mediante la actividad se logró el beneficio de 59 artesanos de los municipios de Armenia, Filandia, Quimbaya, Carlarcá, Circasia, Montenegro y Salento. Quienes representaron satisfactoriamente en el stand institucional del Quindío a través de los oficios de la Cestería, Marroquinería, Tela sobre tela, Joyería, Platería, Enchape en Hoja Caulinar de Guadua, Enchape en guasca de plátano, Muñequería, Ebanistería, Tejeduría y Cerería.



**Foto26**

Stand Laboratorio de Innovación y Diseño del Quindío Expoartesanías 2013.  
Tomada por: Alejandro Duque.  
Quimbaya – Quindío – 7 de diciembre de 2013, Artesanías de Colombia S.A

El gestión del equipo del laboratorio no solo logró la comercialización de los productos artesanales, además generó contactos comerciales nacionales e internacionales para los artesanos más destacados como Zoraida Collazos, Edelmira Collazos, Wilmar Colorado, Ofelia Marín, Diana Marcela Velásquez, Lucina Buitrago y Diego Martinez.



**Foto27**

Stand Laboratorio de Innovación y Diseño del Quindío Expoartesanías 2013.  
Tomada por: Alejandro Duque.  
Quimbaya – Quindío – 7 de diciembre de 2013, Artesanías de Colombia S.A





**Foto28**

Stand Laboratorio de Innovación y Diseño del Quindío Expoartesanías 2013.  
Tomada por: Alejandro Duque.  
Quimbaya – Quindío – 7 de diciembre de 2013, Artesanías de Colombia S.A



## Compendio fotográfico de la ejecución del proyecto

Registro fotográfico del evento de comercialización llevado a cabo en Expoartesanías 2014 adelantado para la promoción de la producción artesanal desarrollada en el contexto del conjunto de talleres de capacitación y de asesorías colectivas y puntuales llevadas a cabo en el contexto del proyecto Desarrollo de la competitividad del sector artesano, y su articulación con vocación turística del departamento como componente de consolidación de marketing territorial, forulado en el contexto del convenio interadministrativo suscrito entre Artesanías de Colombia y la Gobernación del Departamento de Quindío. Se presentan imágenes de la organización de los stand, de productos y de los talleres de asesoría en diseño y capacitación técnica.

<b>Género</b>		<b>Etnia</b>		<b>Tipo de Población</b>		<b>Escolaridad</b>	
Hombres	47	Indígena	1	En estado de desplazamiento	19	Ninguno	1
Mujeres	84	Afrodescendiente	4	Mujer cabeza de Familia	41	Primaria Incompleta	16
Otros		Raizal		Internos Carcelarios		Primaria Completa	13
<b>Total</b>	<b>131</b>	Rom (gitano)	126	Población Vulnerable	26	Secundaria Incompleta	19
<b>Estado Civil</b>		Mestizo	126	En Condición de Discapacidad	2	Secundaria Completa	49
Soltero	43	Otros		Ninguna de la anteriores	50	Técnico Tecnológico	16
Casado	31	<b>Edades</b>		Otros	6	Universitario Sin Título	6
Separado	12	< 18	13	Beneficiarios con mas de un tipo de población	6	Universitario con Título	10
Viudo	7	18-30	94	<b>Destreza</b>		Postgrado	1
Unión Libre	36	31-55	24	Instructor	15	Otros	
Otros	2	> 55	24	Aprenidiz	48	<b>Oficio</b>	
<b>Actividad Artes Manuales</b>		71.76%		Oficial	58	Bisutería	4
<b>Artesanías</b>		18.32%		Maestro Artesano	10	Alfarería	
<b>Otros</b>				Experto Artes Manuales		Orfebrería	8
<b>Beneficiarios con más de una actividad</b>				Otros		Cestería	20
<b>Formación Artesanal</b>				<b>Tipo de Vinculación Laboral</b>		Cerámica y Jabonería	2
<b>Formal</b>				Propietario/Socio	57	Carpintería ebanistería	35
<b>No Formal</b>				Empleado con Remuneración		Joyería	14
<b>Tradición</b>				Empleado sin remuneración		Tejeduría	11
<b>Otros</b>				Independiente	73	Talabartería Marroqq.	15
<b>Vinculación Grupo Artesanal?</b>				Otros	1	Cerámica	3
<b>Si</b>				<b>Estrato</b>		Otros	27
<b>No</b>				Sin Estratificación		Beneficiarios con más de un oficio	8
<b>Otros</b>				1	50	<b>Unidad Productiva</b>	
<b>Modalidad Venta</b>				2	49	Individual	92
<b>Directa</b>				3	24	Colectiva	36
<b>Intermediario</b>				4	2	Otros	3
<b>Puntos de Venta</b>				5	3	Hombres	110
<b>No vende</b>				6	1	Mujeres	319
<b>Otros</b>				Otros	2	Total	429
<b>Beneficiarios con más de una modalidad de venta</b>				<b>Documento de Identidad</b>		Beneficiarios con más de una opción	
<b>33</b>				CC	131	<b>Régimen Pensión</b>	
<b>23.74%</b>				CE	100.00%	Prima Media	12
<b>Area</b>				TI		Ahorro Voluntario	7
<b>Rural</b>				RC		Ninguno	112
<b>Urbana</b>				RUT		Otros	
<b>SubUrbana</b>				Otros		Beneficiarios con más de una opción	
<b>Reserva Natural</b>				<b>Inscrito Cámara de Com?</b>		<b>Régimen</b>	
<b>Otros</b>				Si	39	Simplificado	44
<b>Sisben</b>				No	92	Común	3
<b>1</b>				Otros	0	Otros	84
<b>2</b>				<b>Registro en la Dian?</b>			
<b>3</b>				Si	52		
<b>Otros</b>				No	79		
<b>32.82%</b>				Otros	0		
<b>54.96%</b>							
<b>1.53%</b>							
<b>10.69%</b>							



















BIENVENIDOS

El Pastor  
Elanora

Detroit













FUERTE  
AGUERO

DÉBIL  
PACHO

FedEx  
AMAZON.COM

U

U

U

U

Pasado  
Cereza  
Saborito  
Machos  
Adulto

Futuro  
Bebido  
ADÉBIL  
BICHE  
Niño

BÁSICO  
FUEGO  
TÓNICO  
MUCHO  
SÓLIDO

Delicia  
Saborito  
Pulido  
Toco  
Líquido

Star

e

NO  
APORTA  
NADA  
CON  
CONFUSO

Viejo  
Ingeniero  
SAPIC  
Ordes  
Claro

Fierro  
Triste  
Ovo  
Kiss

Lindo  
Pelo  
Joven  
Pelo

F

F

F

F

F

F

F

F

F



Eight

Numero  
GRAND

Numero  
GRAND

Numero  
GRAND

Numero  
GRAND

FedEx

Numero  
GRAND

Lindo

Numero  
GRAND

Numero  
GRAND

Star

Numero  
GRAND

Toshiba

Numero  
GRAND

e

Numero  
GRAND

Numero  
GRAND

Numero  
GRAND



Hombre  
GRANDE  
BRUSCO  
FUERTE  
AGRESIVO

Mujer  
Pequeno  
delirado  
Debil  
Psicico

Pasado  
Obesidad  
Sedentaria  
Modulo  
Adulto

Futuro  
Babilonia  
Atletico  
BICHE  
Niño

70  
ANIVERSARIO  
CUBOS  
Confusion

Viejo  
Inalcanzable  
SABLE  
Orden  
Claro



Change  
Eight

Basico  
Rapido  
Tanco  
MUCHO  
SULU





WELCOME TO IMPROVE YOUR ENG 18R

HOW DO YOU SAY?





WELCOME TO IMPROVE YOUR ENG 15H

HOW DO YOU SAY?

Teacher in grey sweater

Student in white shirt

Student in red shirt

Student in pink top

Student in red top

Student in grey sweater

Bag on floor













You've Welcome



Good morning



Good morning











*Pasado*  
Obediente  
ario  
uto  
**'to**

FLAC



<i>Delicado</i>	<b>Fer</b>	<i>Pasado</i>
<i>La guerra</i>	<b>Triste</b>	<i>Quechere</i>
<i>Palido</i>	<b>Oro</b>	<i>Sedentario</i>
<i>Viejo</i>	<b>Rico</b>	<i>Moderno</i>
<b>Líquido</b>	FLAVO	<b>Adulto</b>
<b>Lindo</b>	<i>Futuro</i>	<i>Viejo</i>
<i>Polig</i>	<i>Barbudo</i>	<i>Infernal</i>
<i>Amor</i>	<b>Atiético</b>	<b>SABE</b>
<i>Palco</i>	<b>BICHE</b>	<i>Orden</i>
<i>Blanco</i>	<b>niño</b>	<b>Claro</b>



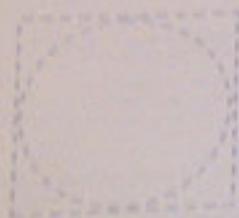
 Illumination Betarab

SOLARTE



Figura 2

- En un frasco vacíalo el contenido que sigue inmediatamente
  - Escoge la alternativa que mejor calza de las cosas de arriba.
  - Identifica cuáles son las alternativas representativas de sus productos, si regístralo en: Manzano, Fresa, Uva, Pasa, Yema de Huevo.
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- Etiqueta dentro de los frascos productos de acuerdo que se le piden para dentro de un minuto a cada uno. Utilízalo como base en este proceso de gestión de información.



Respuestas por parte del asesor Gredos

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Figura 3

- En un frasco vacíalo el contenido que sigue inmediatamente
  - Escoge la alternativa que mejor calza de las cosas de arriba.
  - Identifica cuáles son las alternativas representativas de sus productos, si regístralo en: Manzano, Fresa, Uva, Pasa, Yema de Huevo.
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- Etiqueta dentro de los frascos productos de acuerdo que se le piden para dentro de un minuto a cada uno. Utilízalo como base en este proceso de gestión de información.



Candoravit

Respuestas por parte del asesor Gredos

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- En las líneas escritas el nombre que mejor ambientamente
- Escribe la abreviatura que corresponda en una hoja al nombre
- Identifique cuáles son los elementos representativos de sus productos o regiones como Materias, Formas, Colores, Formas, Floras etc.

---

---

---

---

- Dibuje dentro de las líneas propuestas si quiere que su logotipo este dentro de un círculo o cuadrado Utilice como base en este proceso el asesor lo acompañara.



Cardamarit

Sugerencias por parte del asesor Grafico:

---

---

---

---

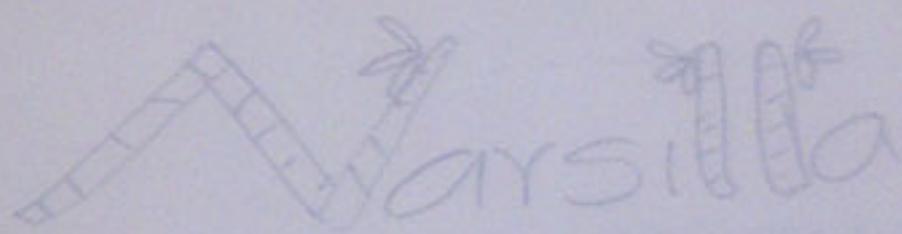
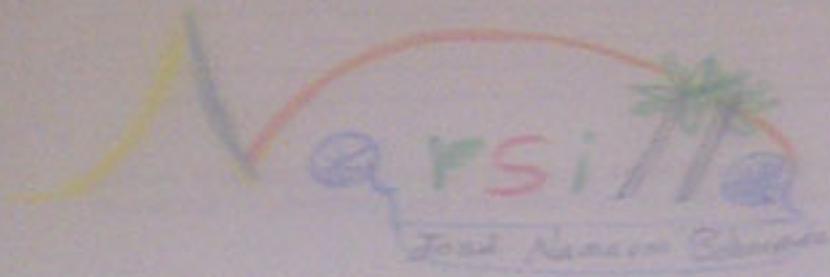
---

---

---

---

Marsilla



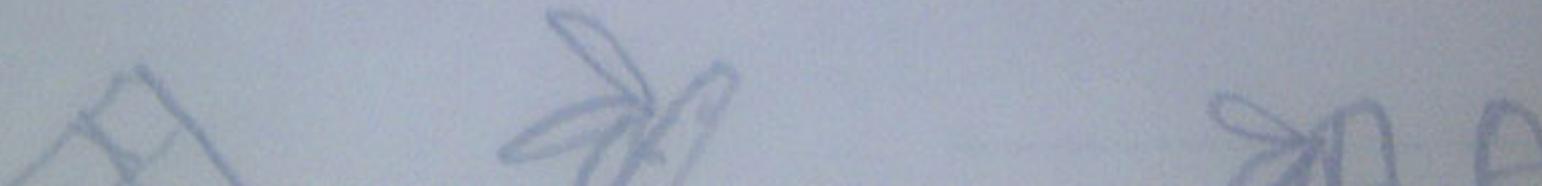


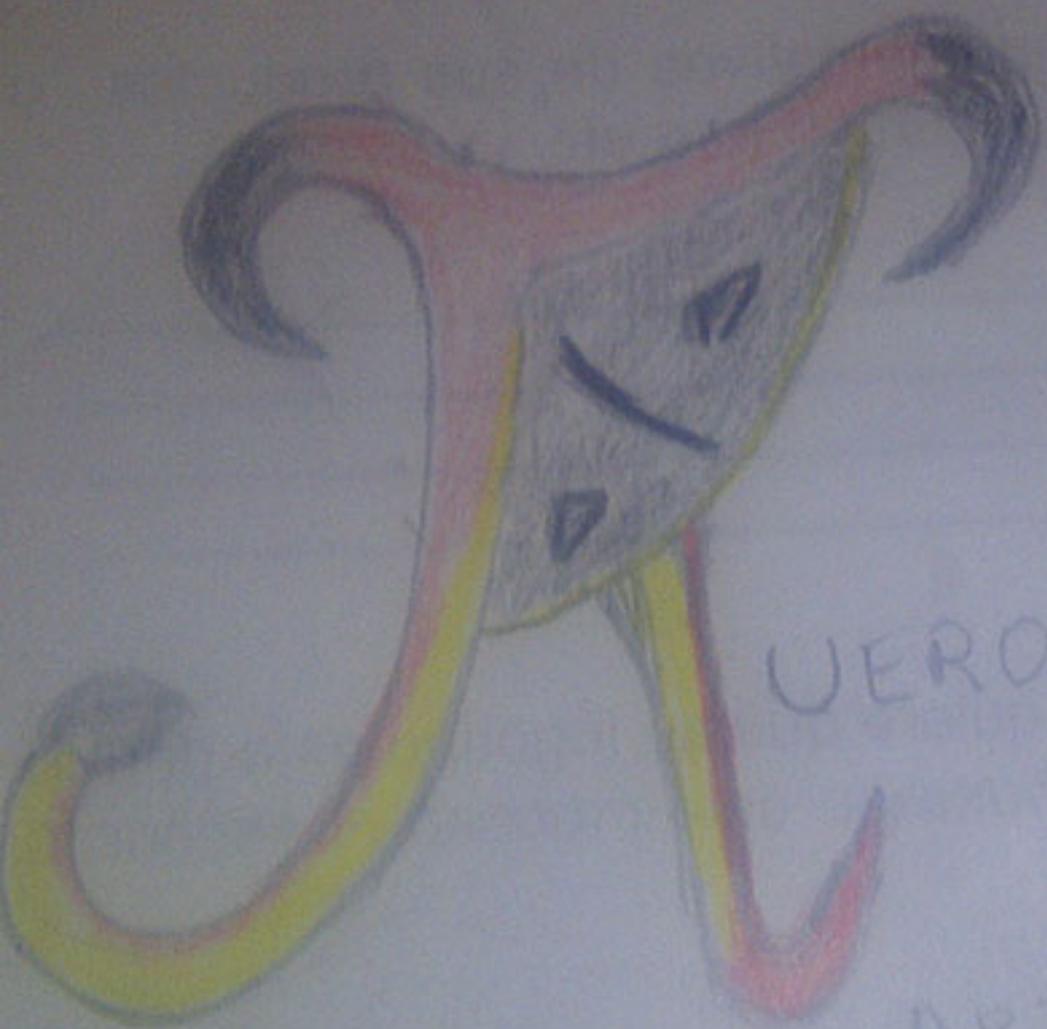
Marsilla

José

Nazarro

Bohorquez





UERO

ARTE Y

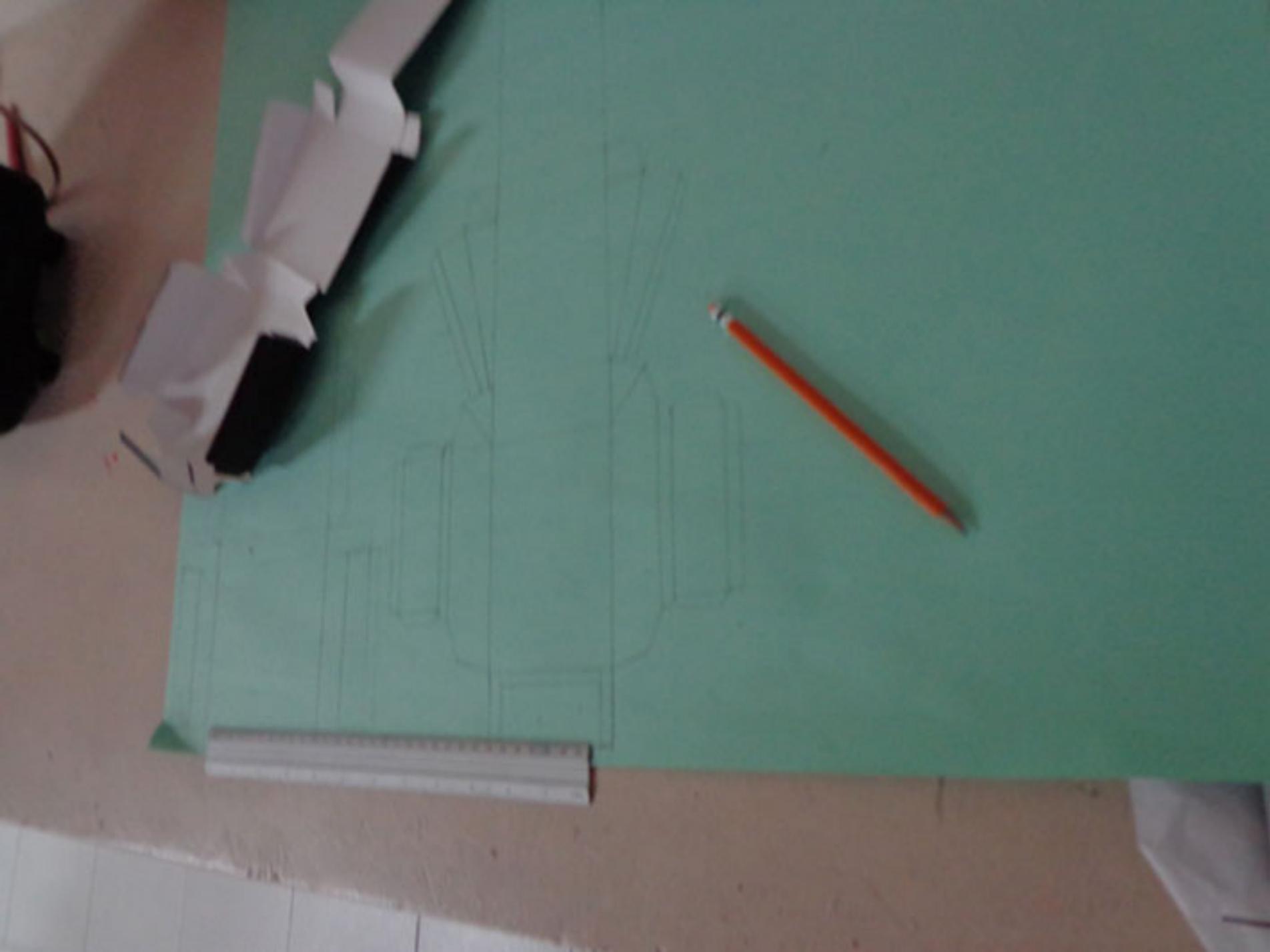
DISEÑO



CUBO

ARTE Y DISEÑO

JRC







LABOR ROLHO QUILMAN









## Laboratorio de Diseño e Innovación de Quindío

Aunar esfuerzos de interés recíproco entre el Departamento del Quindío y Artesanías de Colombia, a fin de fortalecer los procesos productivos de los artesanos del Quindío y mejorar el acceso a mercados.







**artesanías  
de colombia**

marca nuestra identidad

Taller/workshop: \_\_\_\_\_

Precio/Cost: \_\_\_\_\_

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co)



**¡Gracias por apoyar el trabajo de nuestros artesanos!**



**artesanías  
de colombia**

marca nuestra identidad

Artetano/*Artisans*: \_\_\_\_\_

Taller/*workshop*: \_\_\_\_\_

Precio/*Cost*: \_\_\_\_\_

[www.artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co)



**¡Gracias por apoyar el trabajo de nuestros artesanos!**

Laboratorio Quindío





artesanías  
de colombia

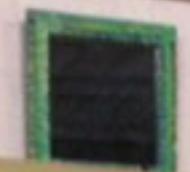


artesanías  
de colombia





artesanías  
de colombia







artesanías  
de colombia





artesanías  
de colombia



artesanías  
de colombia



Laboratorio Quidia





artesaniasdecolombia.com.co

Cultura Humana



¡soy artesano!







artesanías  
de colombia



  
artesanías  
de colombia





artesanas  
de colombia







  
artesanías  
de colombia







artesanías de colombia

artesanías de colombia

Laboratorio Paisaje

artesanías de colombia

artesanías de colombia



artesanas  
de colombia



  
artesanías  
de colombia



  
artesanías  
de colombia





artesanías de colombia

artesanías de colombia

Laboratorio Quindío



artesanías de colombia



artesanias  
de colombia

Laboratorio de Diseño e  
Innovación de Quindío

...reciproce entre el Departamen  
de Quindío y Artesanías de Colombia, a fin  
de fortalecer los procesos productivos de las artesanías  
del Quindío y mejorar el acceso al mercado





**SOMOS  
MODELO  
CULTURAL**

ESTADO DE GUERRERO  
SECRETARÍA DE CULTURA

  
artesanías  
de colombia

Artesanías de Colombia



Artesanías de Colombia







Artesanías  
colombiana





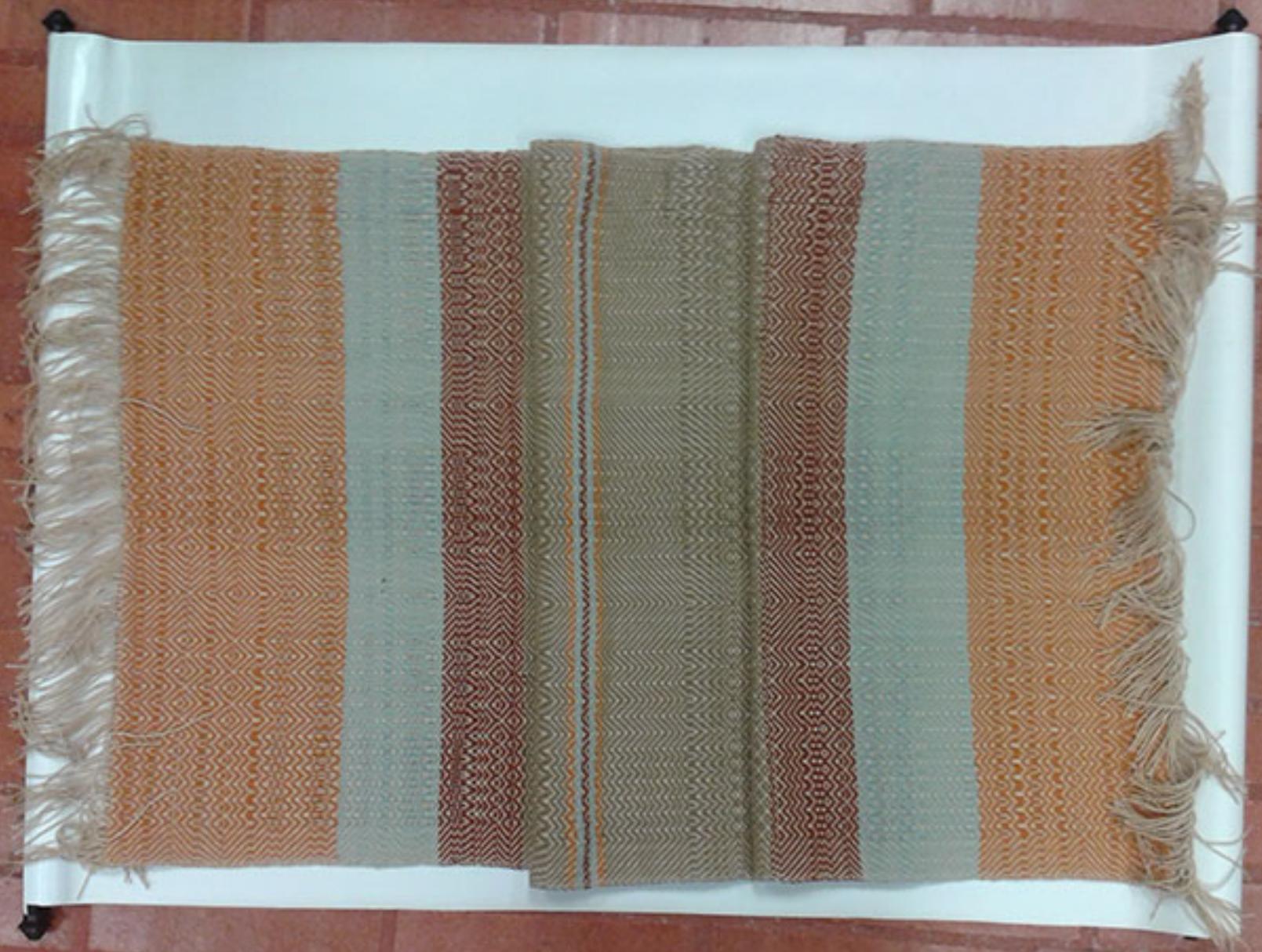


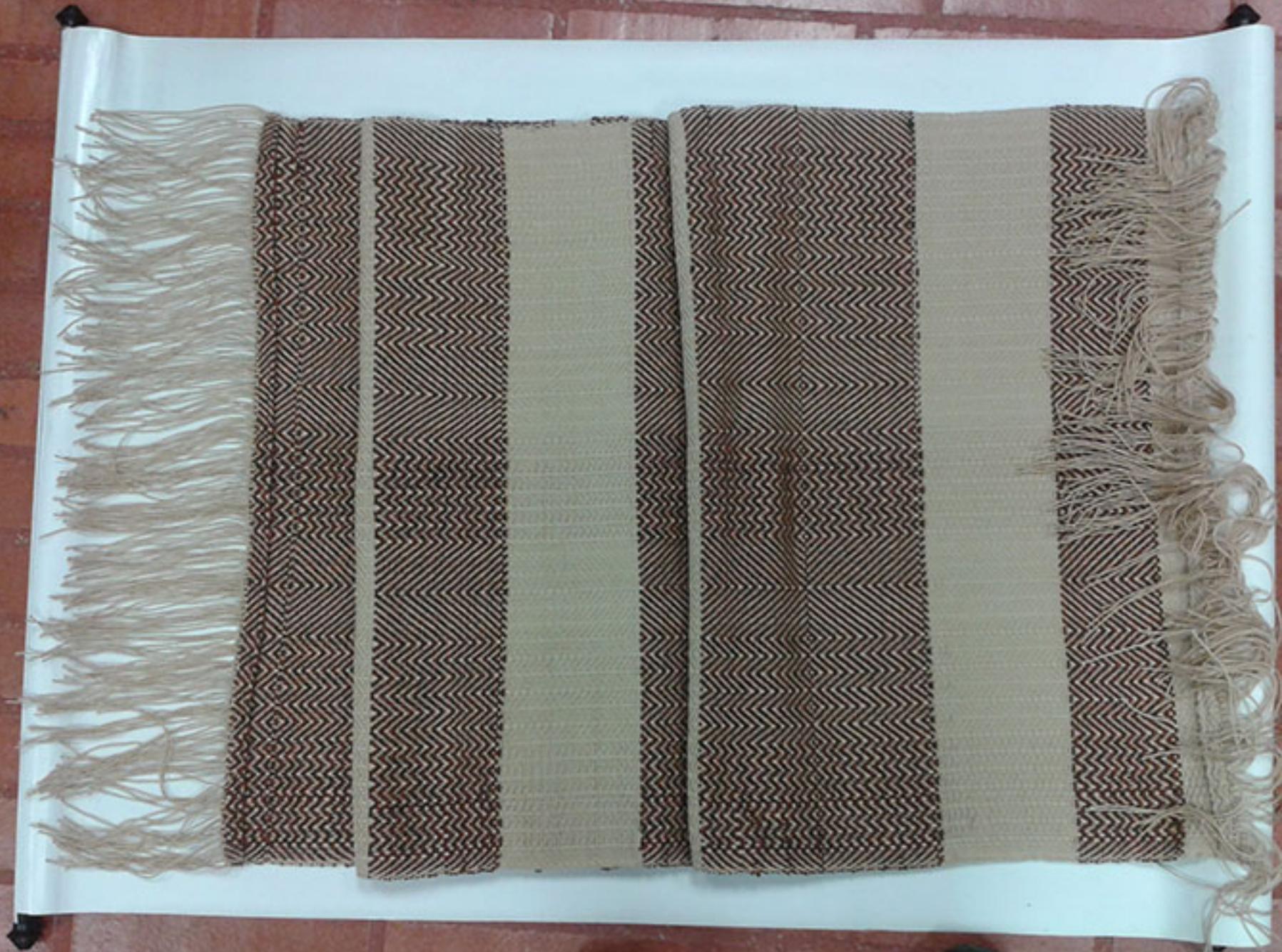
















11 - 606 58 20 311 - 32 8701  
rgentum\_artes\_joyas@hotmail.com  
Antiguo Instituto Quindío  
Quindío - Colombia





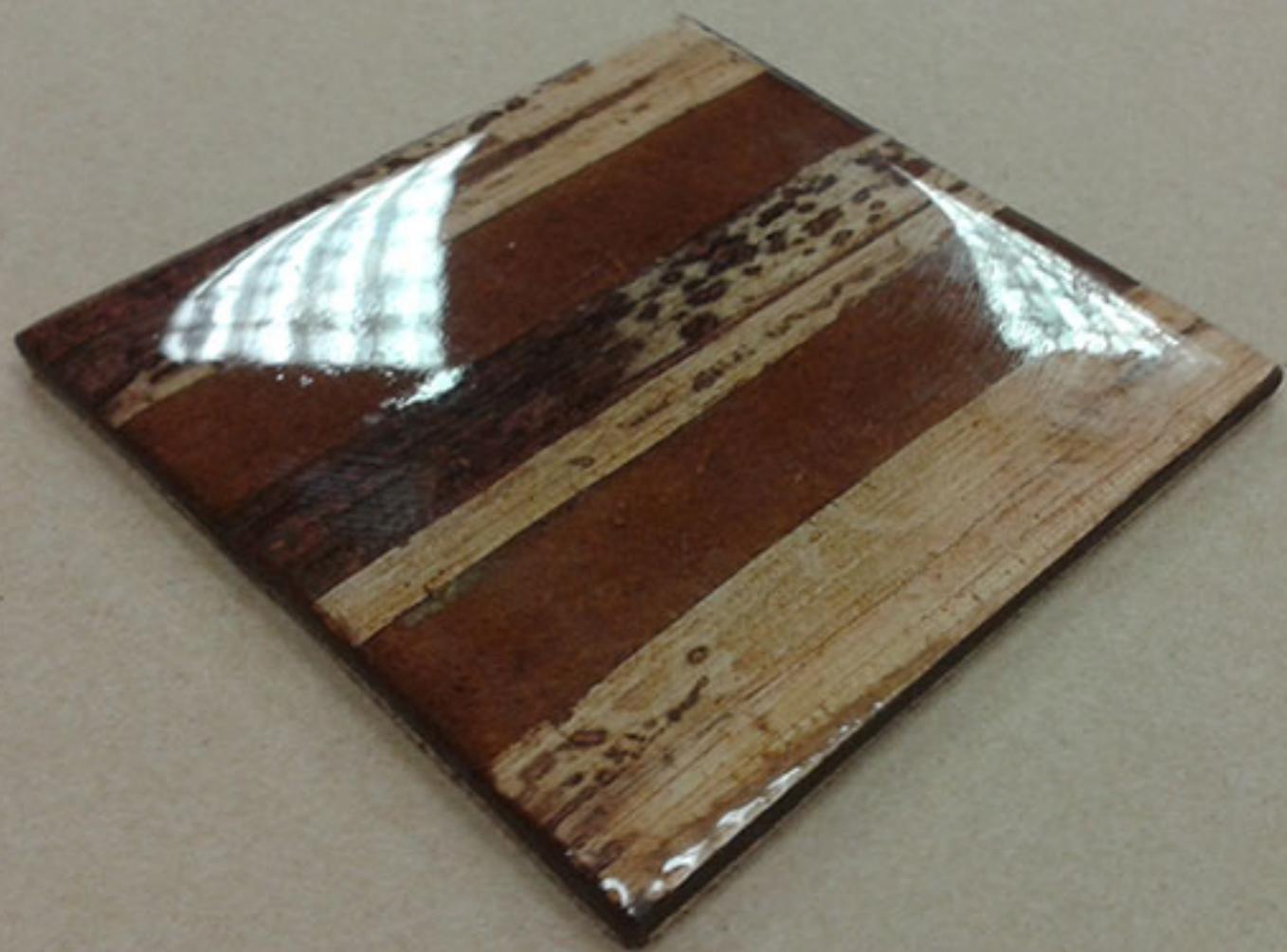


Argencum  
Artes y Joyas

311 - 306 58 20 311 - 306 3701  
argencum\_artes\_joyas@hotmail.com  
Av. Instituto Quindío  
Quindío - Colombia





































  
Artesanías  
**Márquez**  
*Maria Nilda Márquez*  
Carrera 4 No. 2-04 Barrios Unidos  
Caj. 204 867 8878 - 204 867 7797  
Florencia, Quindío, Colombia  
E-mail: artesanas@artesania.com

















