



**Convenio No. ADC-2015-535
Suscrito entre la Cámara de Comercio de Bucaramanga
Y Artesanías de Colombia, S.A.**

**“FORTALECIMIENTO Y MEJORAMIENTO DE LA CADENA PRODUCTIVA Y
DEL SECTOR ARTESANAL EN SANTANDER”**

Informe Final

2016



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



Ana María Fries

Gerente General

Jimena Puyo Posada

Subgerente de desarrollo

Director de Proyecto

Jhon García

Profesional -Subgerencia de desarrollo

Director de Proyecto

María Consuelo Toquica Clavijo

Enlace Regional

Laboratorio de Diseño e Innovación -
Santander

Consultores:

Pamela Lamus

Diseñador Industrial

Fabián Becerra

Diseñador Industrial

Adolfo Vargas

Diseñador Industrial

María Galindo

Diseñador Industrial

Fabio Ríos

Diseñador Grafico



Wilmark Jariht Castaño González
Facilitador Desarrollo Empresarial

Deyanira Cortés Olaya
Facilitadora Desarrollo Humano

Diego Fernando Saenz Reyes
Facilitador Comercialización

Anyella Patricia Fuentes Romero
Directora de Proyecto
Cámara de Comercio de Bucaramanga

Participación activa y agradecimientos

Gracias a las comunidades, personas, beneficiarios, instituciones y organizaciones que con su ayuda y participación, hicieron realidad este proyecto.



RESUMEN

Con el objetivo de estructurar un mapa artesanal en el departamento de Santander la Cámara de Comercio de Bucaramanga y Artesanías de Colombia S.A, suscribieron el convenio ADC-2015-535 denominado *“Fortalecimiento y mejoramiento de la cadena productiva del sector artesanal en Santander”* por medio del cual se identificaron 16 municipios con unidades productivas específicas, en pro del mejoramiento de los procesos productivos y de diseño de productos artesanales en torno a los oficios y técnicas ancestrales presentes en el departamento, desarrollado entre el 01 de Marzo y el 30 de Noviembre de 2016 y del cual se beneficiaron 445 artesanos de los cuales el 79% son mujeres y el 21% hombres, de las diferentes provincias del departamento de Santander así: 108 Soto, 106 Guanenta, 103 Mares, 36 Comunera, 55 Vélez, 37 García Rovira.

Fruto de este trabajo el laboratorio de diseño e innovación Santander presenta *“Ladera”*, Colección Santander 2017, colección que cuenta con 86 nuevos productos que serán presentados en el marco de Expoartesánias 2016, los cuales incluyen los nuevos diseños, mejoramiento de técnicas e innovadores usos de los diferentes materiales.

De igual manera hoy los artesanos cuentan con competencias empresariales, de comercialización, diseño, producción y desarrollo humano, que les permiten tener una visión clara de negocio y del sector sobre los productos fabricados.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

		Pág.
1.0	DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO	12
1.1	Diagnóstico	12
1.2	Descripción del Trabajo	25
1.2.1	Diseño y Producción	26
1.2.1.1	Componentes del Producto Artesanal	
	Categoría del Producto	32
1.2.1.2	Matriz de Diseño	38
1.2.1.3	Diagnóstico del Territorio	46
1.2.1.4	Diseño y Desarrollo de nuevos Productos	53
1.2.2	Desarrollo Humano	78
1.2.3	Comercialización	80
1.2.4	Desarrollo Empresarial	83
1.2.4.1	Dinámicas y Organizaciones de Gestión	83
1.2.4.2	El artesano Emprendedor	84
1.2.4.3	Plan de Negocios	88
1.2.5	Actividades Complementarias desarrolladas	89

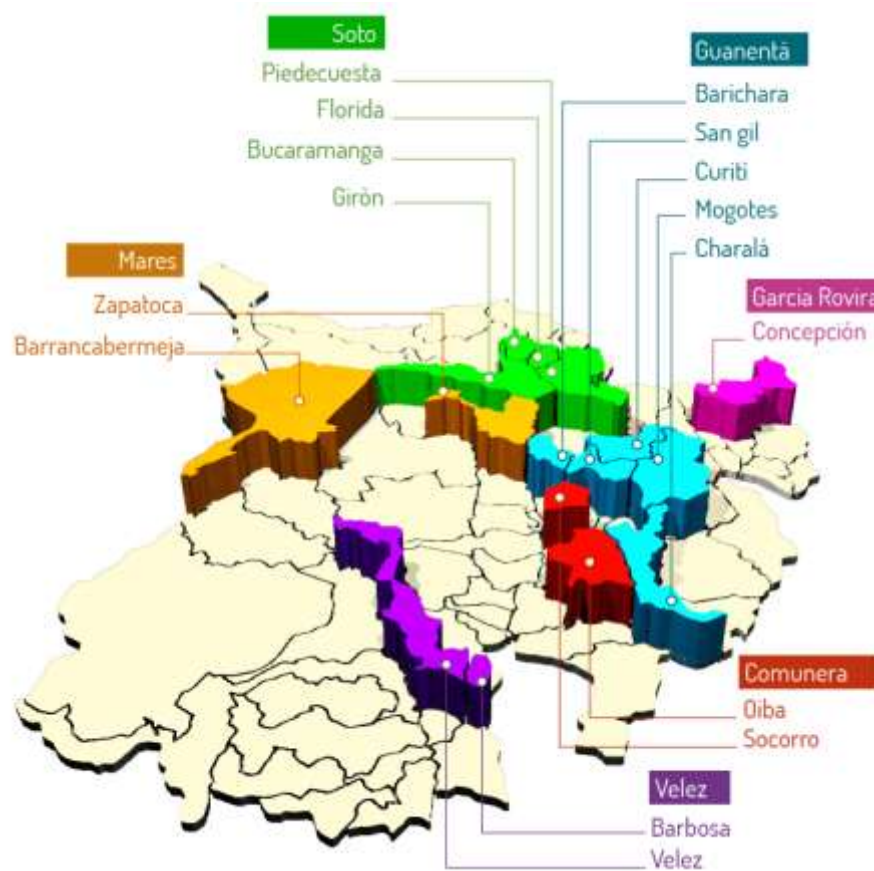
1.2.5.1	Taller Codiseño	89
1.2.5.2	Alianza del Pacífico y feria artesanal de Piedecuesta	90
1.2.5.3	Marcas	90
1.2.5.4	Expogestión	92
1.2.5.5	Feria Tlaquepaque en México	94
1.2.5.6	Participación en Eventos Feriales Nacionales	95
1.2.5.7	Participación en Ferias Internacionales	96
1.3	Conclusiones	102
1.4	Limitaciones y Dificultades	104
1.5	Recomendaciones y Sugerencias	107

Bibliografía

INTRODUCCIÓN

Propósito

Incrementar la capacidad de gestión y la eficiencia productiva de la cadena de valor de 16 municipios del Departamento de Santander.



En el departamento de Santander se han identificado un sin número de saberes ancestrales artesanales, fruto de la riqueza cultural del departamento, los artesanos utilizan técnicas y materiales únicos, sin embargo estos saberes se ven amenazados por la no transferencia de conocimientos a las nuevas generaciones, el desconocimiento empresarial, necesidades del mercado, falta de innovación,

nuevas tendencias y la falta de identidad como actores clave en el desarrollo cultural de la región.

Por esta razón Artesanías de Colombia en convenio con la Cámara de Comercio de Bucaramanga adelantó el proyecto “Fortalecimiento y mejoramiento de la cadena productiva del sector artesanal de Santander”, a través del cual se realizó un acercamiento a los artesanos identificados y a sus condiciones de vida. Se determinó que para la mejora de estas condiciones era una prioridad trabajar desde un enfoque de trabajo social - comunitario, que buscó, fortalecer a los artesanos como personas, a partir de auto-reconocerse y reconocerlos como actores inmersos en determinado territorio y contexto ricos en conocimientos, capacidades y habilidades, de esta manera, se logró trabajar en conjunto, partiendo del respeto mutuo y el respeto hacia sus visiones y orden del mundo.

Punto seguido, para empalmar la labor, se capacitaron desde el campo teórico y práctico enfocado al desarrollo empresarial para hacer de su oficio un producto viable que garantice la generación de ingresos para ellos y por ende el mejoramiento en la calidad de vida de sus familias y a su vez el hacer perdurar el conocimiento ancestral por medio de la transferencia de ese conocimiento, dotándolos de nuevas técnicas, diseños y formándolos en aspectos básicos de empresarismo, lo que sin duda redundará en el crecimiento de ellos como personas y potenciales empresarios.

Alcances

La materialización del resultado del Proyecto es la entrega de la colección de productos para el stand, *Oriente en Expoartesanías 2016*. Colección compuesta de, 86 nuevas referencias de producto, 4 rescates y, 373 objetos producidos, a partir del trabajo realizado en 16 municipios del departamento de Santander, logrado a partir de 211 talleres impartidos en módulos de diseño, desarrollo humano,

desarrollo empresarial, y comercialización a 445 artesanos y 56 unidades productivas.

Inicialmente, se logró contar con la participación de 16 municipios, y de manera progresiva, se extendió a municipios cercanos; esto con el fin de establecer un mapa artesanal, enfocado a la mejora y fortalecimiento de los distintos ámbitos del sector artesanal del departamento de Santander.

En él, se encuentra expuesto el mejoramiento de los procesos productivos artesanales, los posibles aliados y proveedores, así como sus respectivas optimizaciones de talleres, logrando finalizar con la exposición nacional del trabajo en co-creación en *Expoartesanías 2016*.

Antecedentes

En 1994, buscando descentralizar las acciones de apoyo institucional y propiciar una cercanía mayor con las comunidades de artesanos, Artesanías de Colombia inició la creación paulatina de laboratorios en Pasto, Armenia, Manizales, Pereira, Sibundoy, Cali, Cartagena; actualmente en Santander.

En los 17 años de existencia de los Laboratorios, Artesanías de Colombia ha atendido un promedio anual de 4.666 artesanos y artesanas y ha invertido recursos anualmente por el orden de los \$1.713.686.116 los cuales han sido apalancados por recursos financieros de entes regionales comprometidos con el sector artesanal como, Gobernaciones, Alcaldías, Cámaras de Comercio, Universidades y Fundaciones.

Para lograr la implementación de los laboratorios de Diseño e Innovación se han realizado alianzas o convenios entre Artesanías de Colombia, Instituciones locales o regionales, y en ocasiones, organizaciones privadas que poseen la voluntad de realizar aportes de dinero o en especie para lograr el objetivo.

El laboratorio de Innovación y Diseño Artesanal de Santander inicia actividades en 2016, y toma como principal herramienta el levantamiento de información del estado actual, a través de un sondeo de 700 encuestas, donde se identificó la mayor concentración de artesanos en los respectivos 16 municipios de las 6 provincias de Santander: Comunera (Socorro, Guadalupe), García - Rovira (Concepción), Guanentá (San Gil, Curití, Barichara, Charalá y Mogotes), Mares (Zapatoca, Barrancabermeja), Soto (Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta) y Vélez (Vélez y Barbosa).

Producto de esta contextualización se logran identificar algunas situaciones en particular, evidenciadas en el bajo nivel de liderazgo y falta de unión en algunas comunidades, la falta de autogestión y autonomía y el inconformismo de las comunidades frente a las dificultades de comercialización presentadas en algunas zonas en particular.

De igual forma se encuentran muy pocas comunidades artesanales organizadas a través de asociaciones, junto al escaso apoyo municipal que incentive, promueva y haga perdurar el oficio artesanal en los diferentes municipios que conforman el departamento.

En Zapatoca y Barrancabermeja, se evidenciaron situaciones particulares sobre hechos victimizantes y afectación por la situación de conflicto que se presentó y en la zona del magdalena medio, en general toda la ola violencia que vivió la provincia de mares.

En el ejercicio de **identificación de redes y organizaciones** se observó que los artesanos y comunidad asistente al taller, visualizan los organismos institucionales y programas del estado en mayor medida, que otras de orden privado como ONG's entre otras.

1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

1.1 Diagnóstico:

En un primer momento, el equipo desarrolla un diagnóstico basado en el estado actual de los participantes, con miras a determinar el plan de trabajo más adecuado para los diferentes componentes dadas las circunstancias; la primera impresión fue que la división política del departamento no correspondía a la forma en que se encontraban distribuidos los diferentes oficios artesanales y el acceso a las materias primas, y sumado a esto dentro de una misma provincia se encontraban municipios con unas diferencias sociales y geográficas muy grandes, que dificultan la homogeneización del trabajo para las propuestas de diseño.

Así mismo, se encuentra una comunidad artesanal en el departamento de Santander, dispersa poco organizada (pocas asociaciones artesanales), y en la cual se ve seriamente amenazado el saber artesanal por la falta de estímulo de la transferencia de conocimiento artesanal, a pesar de la riqueza cultural de variedad de técnica y materias primas utilizadas en el departamento fruto de la distancia entre municipios y fruto del desarrollo económico social de cada comunidad la cual muestra amplias diferencias de una provincia a otra.

Se determina la pertinencia de desarrollar el proyecto con varios componentes entre los cuales podemos mencionar el componente de diseño y producción, comercialización, propiedad intelectual, desarrollo humano y desarrollo empresarial, siendo este último un componente clave para generar en la comunidad artesanal el interés por asociarse, organizarse, bancarizarse, y darles una visión clara sobre las oportunidades que el sector tiene para los artesanos, ya que existen mercados diferentes a los conocidos por ellos, que hasta ese momento se limitaban a la participación en las ferias de los municipios circundantes, en los cuales no percibían mayor utilidad ya que si bien algunas veces realizaban número importante de ventas las utilidades no las percibían pues se identificó en el desarrollo del proyecto que

los artesanos desconocían la forma correcta para determinar los costos de sus productos y la forma de establecer el precio para los mismo con una utilidad razonable, que les hiciese rentable el desarrollo de su actividad.

Por esta razón y basados en el material guía de Artesanías de Colombia, se compartieron a modo de charlas participativas los siguientes temas, en el marco de los siguientes ejes temáticos:

- Dinámicas Organizacionales y de Gestión
 - Fortalecimiento de la asociatividad, formalización y bancarización
 - Conceptos y formas de asociatividad, formalización y bancarización.
 - Asociación, formalización y bancarización - momento y formas adecuadas.
 - Lo que implica, beneficios y responsabilidades de “Ser Formal”, asociarse o bancarizarse.
- El Artesano Emprendedor
 - La empresa artesana
 - Determine los costos de su producto.
 - Organice su capital y maneje sus cuentas.
 - Prepárese para el futuro.
 - Plan de negocios artesanales
 - Plan de negocio.

Es importante destacar que al identificarse que son pocas las comunidades artesanales del departamento que se encuentran organizadas o en proceso de asociación se validó que municipios contaban con mayor estructura asociativa para priorizarlos y enfocar el eje temático “**Dinámicas Organizacionales y de Gestión**”, en cuatro municipios (San Gil, Curití, Barichara y Charalá). Los otros ejes temáticos,

así como sus componentes se socializaron y trabajaron con las comunidades artesanales de todos los 16 impactados con el desarrollo de este proyecto.

Una vez cuantificados los datos obtenidos en levantamiento, el equipo tuvo una visión amplia de la situación artesanal del Departamento, tal como se puede observar en la siguiente ilustración:



Una base de 237 beneficiarios, de los cuales el 79% son mujeres, mientras que sólo el 21% son hombres, adicionalmente es de resaltar que el oficio predominante del Departamento es la tejeduría representado por el 64% de los artesanos dedicados directa o indirectamente en este oficio.

La provincia de Guanentá, es la provincia que se caracterizó por mostrar proporcionalmente el mayor número de tejedores, representando el 80% de la totalidad de sus oficios artesanales; a continuación se encuentran los oficios de la madera con un 14% de participación en la escena artesanal y se caracteriza principalmente por el dominio de la talla, el torneado y el maquinado.

Finalmente un 22% de varios oficios, entre los cuales encontramos, trabajo en cuero, bocado artesanal, moldeado y modelado, de la cerámica, etc.

En la provincia de Soto se localizaron 51 artesanos; 19 de ellos representan el 37% dedicados a los oficios de la tejeduría, 9 con el 18% en los oficios de la madera; 5 que equivalen al 10%, desarrollan el moldeado y el modelado, el 6% correspondiente a 3 artesanos se dedican a la metalistería, y por último, con un 23%, 12 en diferentes oficios artesanales.

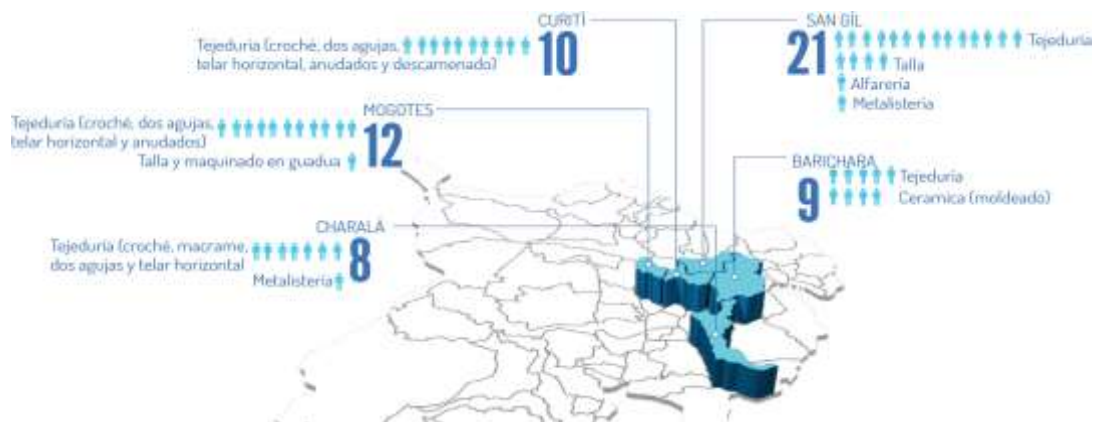


En la provincia de Mares se encontraron 50 artesanos; 26 siendo ellos un poco más de la mitad de la muestra, equivale al 52%, 9 de ellos representando el 18% se dedica a los oficios de la madera; y por último, con un 30%, que equivale a 15, se dedican a diferentes oficios artesanales.

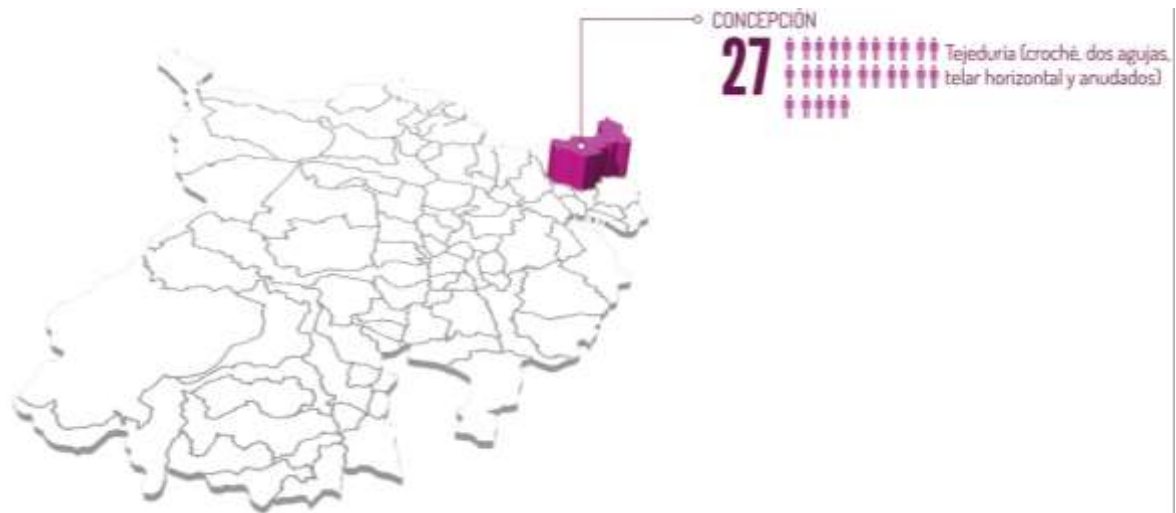


En la provincia de Vélez se identificaron 24 artesanos; 17 de ellos equivalen al 71%, más de la mitad de la muestra, dedicada a los oficios de la tejeduría, y el 29% restante, que equivale a 7 de ellos, dedicados a diferentes oficios artesanales.

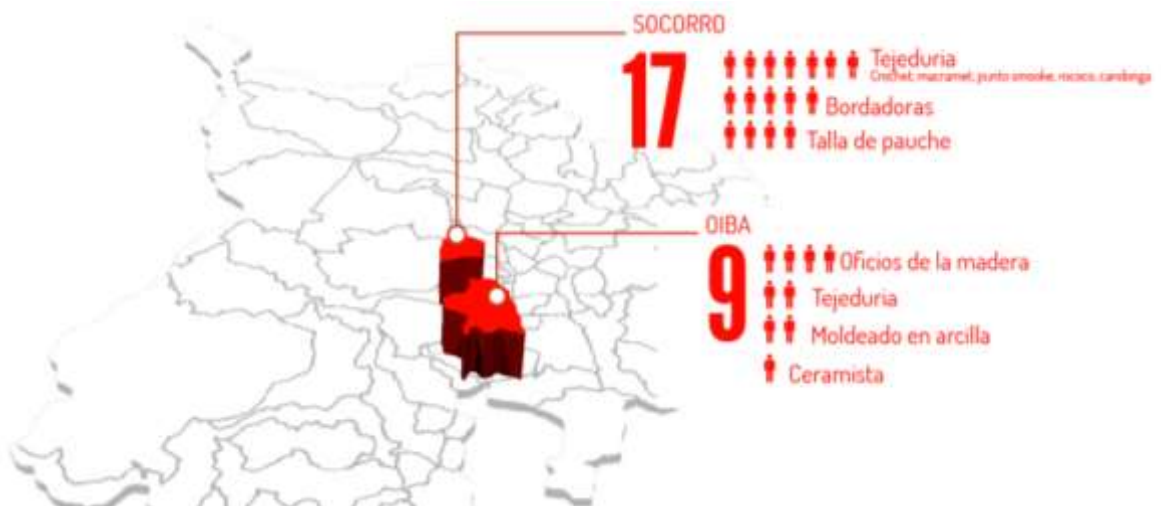
En la provincia Guanentina, se ubicaron 60 artesanos; siendo más de la mitad de la muestra, 49 de ellos se dedican a los oficios de la tejeduría, equivalen al 82%; el 8% que equivale a 5 artesanos, se dedican a los oficios de la madera; y por último, 4 o sea, el 7% a oficios de la cerámica, y con un 3% de la población de la muestra, equivalente a 2, a la metalistería.



En la provincia de García Rovira se ubicaron 27 artesanos; en su totalidad dedicados a los oficios de la tejeduría específicamente de vestuario en lana de oveja, gracias a la abundancia de dicho recurso en esta parte del territorio.



En la provincia Comunera se ubicaron 25 artesanos; los cuales el 56% que equivale a 14 de ellos, se dedican a los oficios de la tejeduría; 8 de ellos que equivale al 32% se dedican a los oficios de la madera; y 2 que es el 8% a la alfarería, y por último, el 4% equivalente a 1, a la ceramista.



A partir, de la necesidad de realizar aportes para lograr una mejor organización del gremio en cada uno de los municipios atendidos en el proyecto, se trabajó sobre el eje temático, **“Quien soy”**, en donde se logró sensibilizar a la población artesanal sobre el reconocimiento y respeto por sí mismos, hacia el valor de la autoestima en el desarrollo personal y/o laboral y teniendo como principio el rescate de la identidad cultural. Así mismo, con el eje temático **“Quienes somos”** se logró un espacio de reflexión y aprendizaje sobre la importancia del trabajo en equipo y la comunicación asertiva como proceso colectivo, ya que los participantes consideraron clave el aporte que dejaron los ejercicios realizados en el taller.

- **¿QUIEN SOY?**
 - Autoconocimiento
 - Autoestima
 - Planes y proyecto de vida

Mediante la utilización de herramientas prácticas de reflexión se presentó un video denominado **“mis zapatos”**, promoviendo de esta forma un ambiente de autoanálisis entorno al conocimiento del ser y la posibilidad de pensar sobre su propia identidad, en el rescate de tradiciones y saberes para lograr mejores resultados en el desarrollo de la actividad artesanal.



Brindándose un espacio para el cumplimiento del objetivo de esta actividad:

1. *Interiorizar la reflexión como herramienta para analizar y conocer nuestras experiencias personales, nuestro pasado, buscar en ellas su utilidad para el futuro.*

Se trabajó el tema de la autoestima como el pilar fundamental hacia e crecimiento personal y direccionamiento de la vida, a partir de la aceptación de las limitaciones y el reconocimiento de las habilidades y potencialidades para superar las mismas.



Con el propósito de sensibilizar a los participantes hacia la importancia de planificar las metas para la vida y hacia la consecución de resultados entorno hacia su oficio como artesanos, se les facilita un cuestionario que les permitió evaluar sus prioridades frente a la elaboración de su proyecto de vida. De esta forma se plantean unos objetivos y metas en el tiempo que ellos consideraron lograr.

- **QUIENES SOMOS - HABILIDADES PARA CON LOS OTROS**

Trabajar con cada una de las comunidades atendidas conllevó a que los artesanos y artesanas participaran con interés en las actividades programadas en el cumplimiento de los objetivos de las temáticas propuestas.

La comunicación asertiva, clave en las relaciones humanas y en la consolidación de los equipos de trabajo, permite ser abordada de una manera práctica y reflexiva frente a su aplicación diaria, analizando los pre-conceptos que en algunas ocasiones se crean erróneamente. En este sentido se abordaron los derechos individuales y colectivos frente al respeto por el otro y el reconocimiento de los mismos.



Con la dinámica del “Teléfono Roto” se logra ambientar la actividad y a su vez abordar el tema inicialmente. De igual forma, se realizó un ejercicio denominado “Dictando Dibujos”, con el cual se pone a prueba la capacidad de interlocución de los participantes.



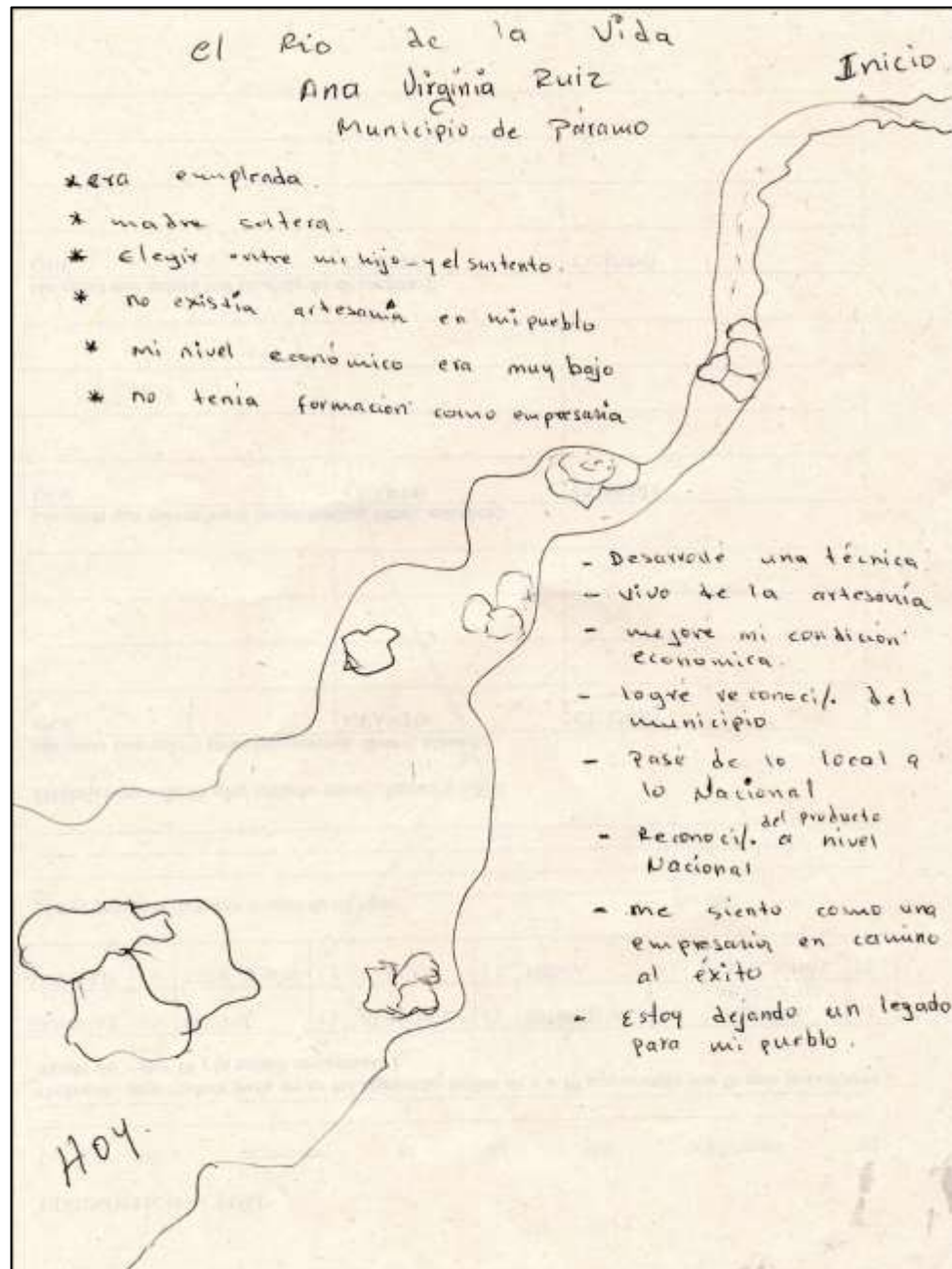
La temática de trabajo en equipo, fue llevada a cabo de igual forma con una dinámica en donde se dividió el grupo de participantes en dos, allí se les entregó a cada grupo un objeto para ser transformado por cada uno de los grupos respectivamente, la idea era que cada grupo resolviera el reto de forma participativa, creativa, con la intención de lograr que los participantes interiorizaran el rol que en su momento desempeñaron.



La construcción del mapa de actores, se elaboró con la participación de la comunidad artesanal asistente al taller. En la Georreferenciación se plasmó el contexto geográfico en el que se desenvuelven las comunidades, observando que éstas logran identificar el espacio geográfico en el cual se desenvuelven. El parque principal, la Catedral, las instituciones municipales y puntos de comercialización son los lugares más representativos para la comunidad.

Se programó trabajar con los artesanos y artesanas la actividad - *Río de la Vida*, en el cual los asistentes compararon y evaluaron su actual situación personal y laboral, respecto al cumplimiento de objetivos y metas a lo largo de la vida.

La experiencia fue muy enriquecedora en la medida que se sensibilizó hacia la resignificación que cada uno ha dado a sus experiencias negativas y positivas, junto al alcance que tiene esto en la configuración del plan de vida.



En este ejercicio de identificación de redes y organizaciones, se observó que los artesanos y comunidad asistente al taller visualizan los organismos institucionales y programas del estado en mayor medida, que otras de orden privado u ONG. Etc.

Con la participación de la comunidad asistente a los talleres se construyó la información sobre organizaciones e instituciones que se logran identificar y aquellas organizaciones civiles en las que los beneficiarios hacen parte de ellas en alguno de los casos o las conocen.



La realización de las actividades, se fundamentó en el modelo Constructivista, teoría del aprendizaje que destaca la importancia del papel activo en todo el proceso de

las actividades formativas o de aprendizajes. El aprendizaje debe ser construido o reconstruido por el propio sujeto que aprende.

“Aunque el aprendizaje pueda facilitarse, cada persona reconstruye su propia experiencia interna, por lo que el aprendizaje no puede medirse, por ser único en cada uno de los sujetos destinatarios del aprendizaje.

El papel del orientador debe ser de moderador, coordinador, facilitador, mediador y al mismo tiempo participativo, es decir debe contextualizar las distintas actividades del proceso de aprendizaje. Es el directo responsable de crear un clima afectivo, armónico, de mutua confianza entre docente y discente partiendo siempre de la situación en que se encuentra el alumno, valorando los intereses de estos y sus diferencias individuales”.¹

“El constructivismo social tiene como premisa que cada función en el desarrollo cultural de la persona aparece doblemente: primero a nivel social y más tarde a nivel individual; al inicio entre un grupo de personas (inter-Psicológico) y luego dentro de sí mismo (intrapicológico)”.²

Se cumplió con el trabajo programado en el desarrollo de lo planteado sin embargo, algunas limitantes en el tiempo no facilitaron el abordaje de algunas situaciones en particular y darle de esta forma la profundización requerida.

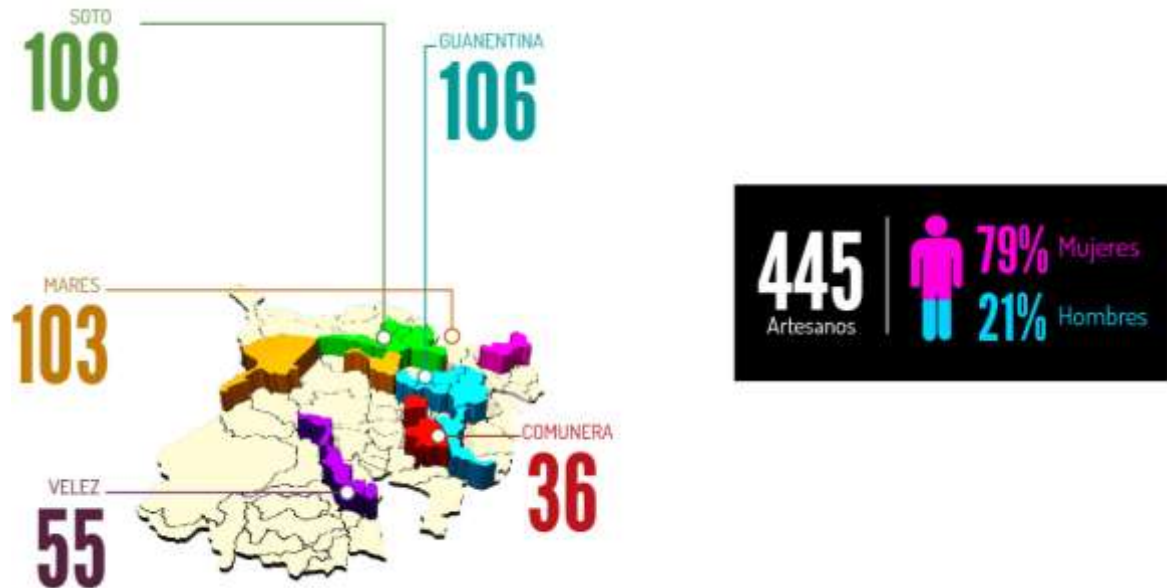
1.2 Resultados

Al finalizar el proyecto, el laboratorio ha beneficiado a un total de 445 artesanos, es decir que se han sumado desde el inicio del proyecto 208 nuevos beneficiarios

¹ <https://teduca3.wikispaces.com/4.+CONSTRUCTIVISMO>

² Vygotsky 1978. <https://teduca3.wikispaces.com/4.+CONSTRUCTIVISMO>

resultado de los procesos de convocatoria a los diferentes talleres impartidos a lo largo de las 6 provincias.



Dentro de los resultados del proyecto se encuentra la implementación de 6 planes de producción, con 6 unidades productivas aquellas que evidenciaran un potencial, con volúmenes de producción medio-alto, y varios artesanos trabajando en torno a una línea de productos. Estos 6 planes productivos buscan optimizar procesos, tiempos, tareas, mejorando en últimas la calidad de los productos, sus precios y aumentando la capacidad productiva. Establecer cadenas de proveeduría que conecten a los artesanos, para adquirir materias primas legales, sostenibles y de excelente calidad. Con acciones como la expuesta en el numeral anterior, se busca el fortalecimiento el círculo de artesanos y así todos se benefician.

Es de esta forma que se establecieron cadenas de proveeduría como las telas artesanales en algodón, el fique y los caolines, adicional, se realizaron alianzas entre los artesanos de las comunidades para adquirir materias primas de buena calidad y buenos precios, y así desarrollar productos que fusionan 2 o más técnicas

artesanales de una región con el fin de crear productos compuestos, con un carácter local.

La transición en la aplicación de técnicas de lo tradicional a lo contemporáneo ha supuesto un alcance grande para las comunidades artesanales, pues fue un reto para ellos, quienes ahora lo evidencian como un logro para su trabajo, lo cual les va a permitir ingresar a nuevos mercados, el desarrollo de 86 referencias para expoartesanas, y un sin número de ejercicios de mejoramiento en el que quedan esbozos de nuevas oportunidades de diseño a líneas de producto artesanal.

Se identificaron 10 proveedores de insumos para el sector artesanal: Red de Artesanos de Santander, Asomucas, Corpuarpi, Luz y Vida, Enlace Social, Newen Mapu, Sawa, Veleñas Emprendedoras, Astecur y El Llanito, estos proveedores fueron seleccionados bajo los criterios de cercanía, trabajo artesanal, presencia de comunidad y uso responsable de las materias primas.

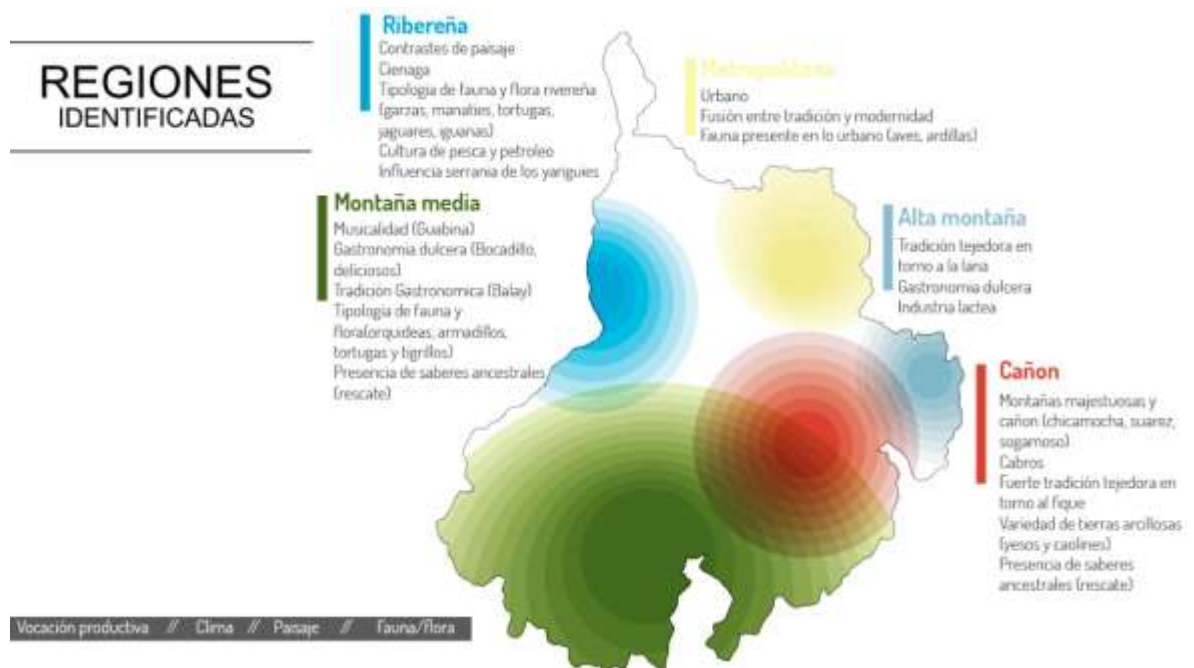


1.2.1 Diseño y Producción

En un primer momento, se desarrolla un diagnóstico basado en el estado actual con miras a determinar el plan de trabajo más adecuado para los diferentes componentes dadas las circunstancias; la primera impresión fue que la división

política del departamento no correspondía a la forma en que se encontraban distribuidos los diferentes oficios artesanales y el acceso a las materias primas, y sumado a esto dentro de una misma provincia se encontraban municipios con unas diferencia sociales y geográficas muy grandes, que dificultan la homogeneización del trabajo para las propuestas de diseño.

Es así como se plantea una nueva distribución territorial. Dicha distribución tuvo en cuenta la vocación productiva, el clima, el paisaje, la fauna y la flora, dando como resultado las siguientes regiones:



1. Metropolitana: Urbano, fusión entre tradición y modernidad, fauna presente en la ciudad, (aves, ardillas, etc) predominan los colores blancos, amarillentos y grises, se escogió una tonalidad amarilla, para representar esta zona, pues está presente a través de la arquitectura y la línea del tiempo de la misma en la ciudad, las dinámicas activas y la temperatura también hacen alusión a esta tonalidad.



2. Alta Montaña: Tradición tejedora en torno a la lana, Gastronomía en torno al dulce, industrial láctea, para esta región se escogió un azul grisáceo que está presente en los cielos de la región, donde encontramos bajas temperatura, neblina y lluvia, clima propicio para el ganado y el oficio en torno a la lana.



3. Cañón: Montañas majestuosas, cañón, ríos (chicamocha, Suárez, Sogamoso), Cabros, Tradición de tejedores en torno al fique, variedad de tierras arcillosas para la labor de la alfarería (Yesos y caolines), presencia de saberes ancestrales (Rescates), la región Cañón tiene una tonalidad Bermeja, representada en los diversos colores de las tierras del cañón del

chicamocha, tierras con las que se elaboran los hogares de esta población con técnicas ancestrales como la construcción de la tapia pisada, así mismo representa el carácter de sus pobladores, y su historia.



4. Ribereña: Contrastes de paisaje, ciénaga, tipología de fauna y flora ribereña (garzas, manatíes, tortugas, jaguares, iguanas), cultura de pesca y petróleo, influencia de la serranía de los yariguies, el color predominante es

un azul claro, presente en el cielo soleado que se refleja en los espejos de agua y ciénagas.



5. Montaña Media: Territorio musical (guabina), Gastronomía en torno al dulce (predomina el bocadillo y dulces de leche), tradición gastronómica en torno al compartir, Tipologías marcadas de fauna flora (Orquídeas, armadillos, tortugas, tigrillos, presencia de saberes ancestrales (rescates), el color es un verde oliva una tonalidad que denota la gran cantidad de flora y fauna, sus saberes ancestrales están encallados en las montañas de esta

región y sus artesanos se inspiran en las formas que la naturaleza que los rodea les otorga.



A partir de estas cinco tipologías se desarrolló un trabajo con los artesanos, de acuerdo a los contenidos creados e impartidos en los talleres, se obtuvo la información para crear una matriz que sirviera como guía para el trabajo de co-diseño y el desarrollo de la colección, identificando y planteando la diversidad de productos existentes a partir de unos objetos madre que anclan los espacios y permiten establecer un orden y una prioridad en la colección.

A partir de esto se establecieron oficios y técnicas dominantes para cada región así como referentes dominantes y acentos que acompañan a cada una.

Talleres: Durante la primera etapa del proyecto, se desarrollaron 6 talleres enfocados a los componentes de Diseño y Producción, tocando temáticas como: Cultura material, Tendencias, Identidad, Referentes, Producto - línea, Colección, Innovación, Creatividad y buenas prácticas; en resumen, se buscó, ofrecerles a los artesanos herramientas que les permitieran entender, relacionarse con el lenguaje y así poder desarrollar un proceso de codiseño más acertado.



Para lograrlo, se hizo necesario la creación de conciencia de los artesanos frente a la particularidad de su realidad, es decir, hacerlos sujetos partícipes de su contexto histórico, social y cultural, el origen de estos y el momento histórico en el que se desenvuelven.

De este enlace, se desprende el logro de haber desarrollado productos a partir de unas líneas determinadas, así como lograr mostrar, de manera sencilla y contundente los conceptos de innovación, tendencia y creatividad y finalmente mejorar los tiempos del proceso de producción y costos de producto.

Contextualización

Una breve contextualización sobre que trata el proyecto de Fortalecimiento y mejoramiento de la cadena productiva en el sector artesanal, su desarrollo y sus metas, con el fin de involucrar a todos los actores del proyecto, los compromisos y metas; para esto,



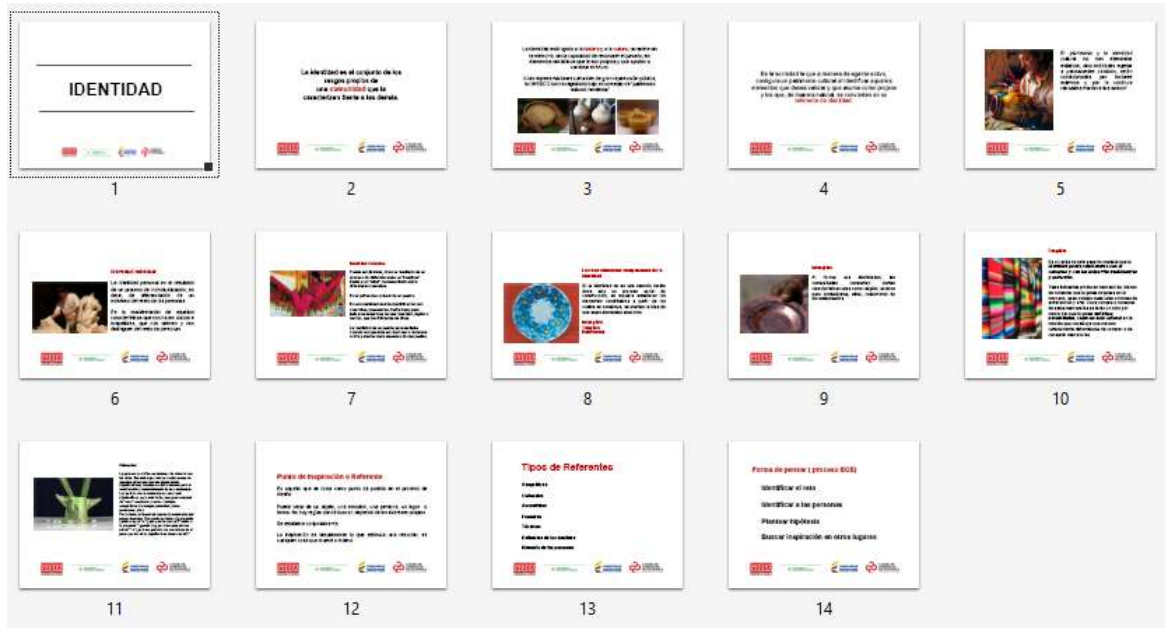
Los siguientes contenidos y los temas expuestos se ofrecieron en todas las poblaciones que fueron focalizadas por el Proyecto:

1.2.1.1 Componentes del producto artesanal y categoría del producto

Como punto de partida, y luego de contextualizar a la comunidad con el proyecto, fue necesario enmarcar una serie de conceptos que permitieran que tanto el equipo de diseño como los artesanos de cada comunidad hablara el mismo idioma, por lo tanto, el objetivo de este taller fue homogeneizar el lenguaje.

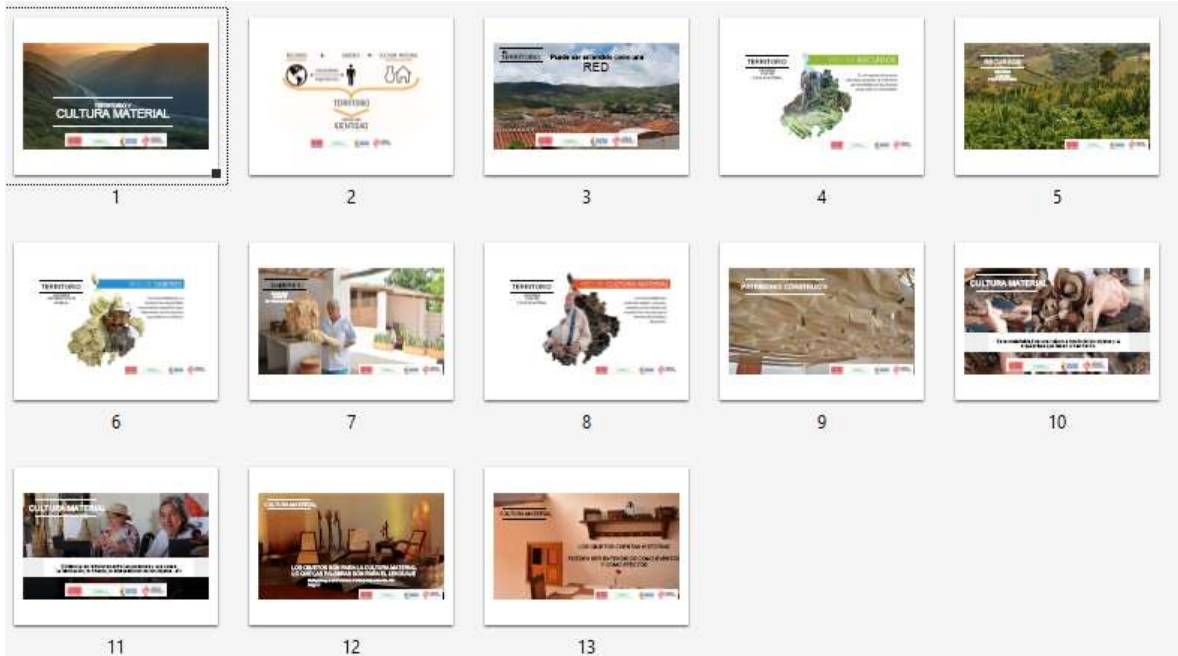
Taller de Identidad y Referentes:

Se identificó que el departamento carece de una identidad que refleje y muestre toda la cultura, historia y folclor existente, por lo tanto se plantea el fortalecimiento y rescate de los referentes culturales propios de cada comunidad: de una gran lista obtenida en cada taller se seleccionaron los más recurrentes para utilizarlos como punto de partida dentro de la metodología del diseño, de esta manera, se delimitó una identidad con claridad, con lenguajes sobre sus creencias, entorno, costumbres y su identidad propia como individuos inmersos en una comunidad.



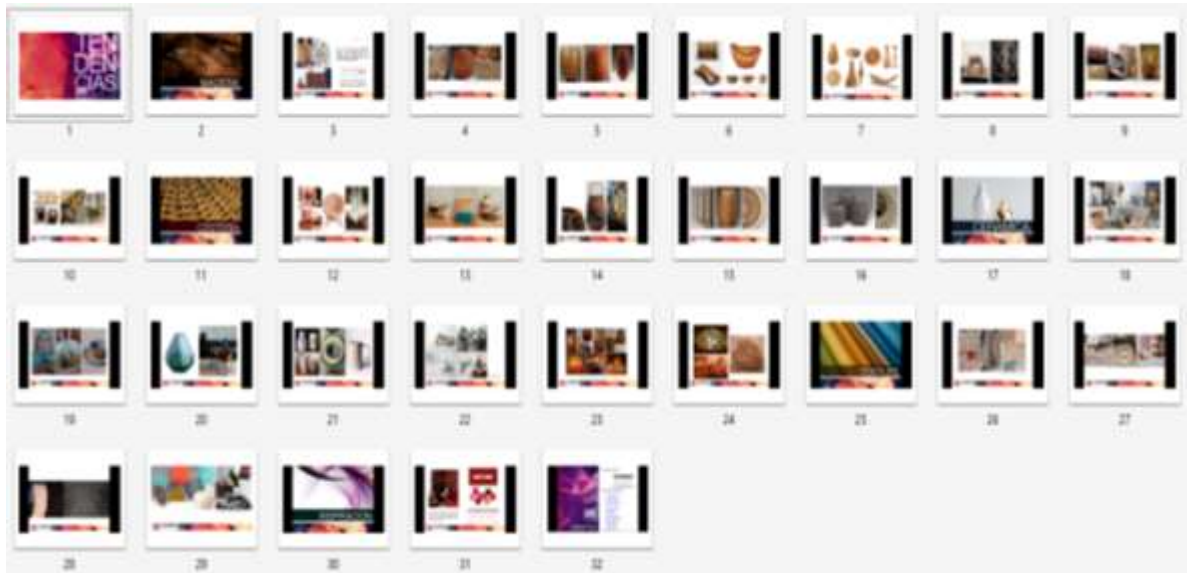
Taller de Cultura Material:

Contextualización al artesano sobre su territorio, y cómo éste contiene los recursos y saberes ancestrales que pueden ser utilizados para desarrollar productos con una identidad clara, teniendo como eje principal el lugar que habitan, las materias primas que de él proceden, las dinámicas y procesos de proveeduría y la respectivas transformaciones que buscan generar en la misma comunidad, un bien común.



Taller de Tendencias:

Profundizar en las tendencias globales en temas de estilos de vida, diseño y hogar por medio de ejemplos detallados, enfatizando en cómo se desarrolla en cada campo el oficio artesanal y sus respectivas técnicas, logrando de esta manera que el artesano pueda salir de su cotidianidad y comience a imaginar diferentes posibilidades de su quehacer, y así lograr la comprensión del ensamble entre la artesanía con la cotidianidad de sus compradores.



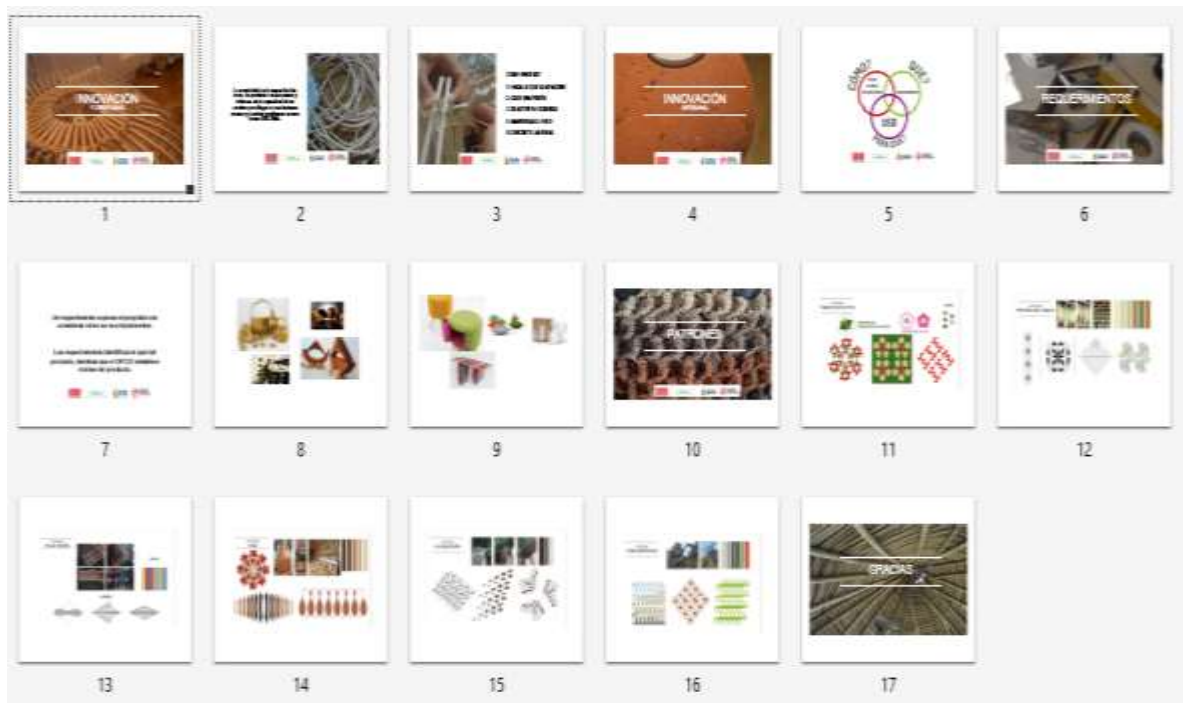
Taller de Producto, Línea y Colección:

Enfocado en aprender a comunicar los conceptos claves como las cualidades de color, la forma, las texturas, los materiales, los acabados, los temas de uso común, las variaciones de tamaño, el elemento dominante y sus acentos, con el fin de lograr agrupar los productos para lograr líneas de producción consecuentes.



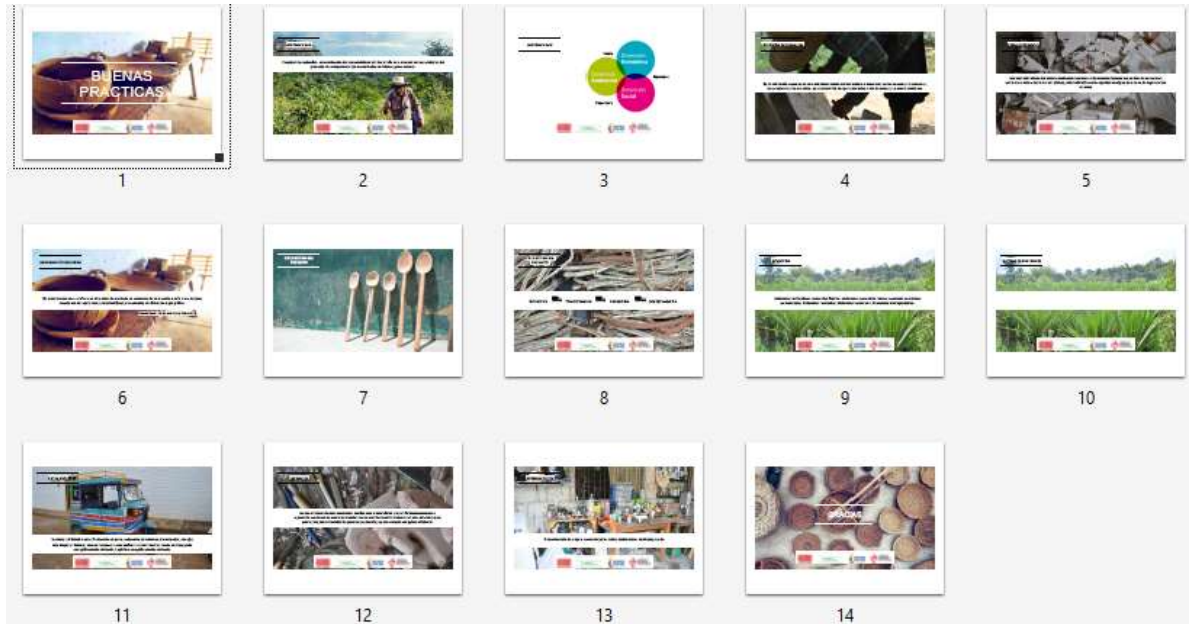
Taller de Innovación y Creatividad

A partir de los conceptos de creatividad, generación de ideas y requerimientos, es posible dar un giro al oficio, la técnica y la materia prima; elementos conocidos y cotidianos para ser potencializados a partir de ejercicios de experimentación formal, mezcla de materiales y mejoramiento de los procesos.



Taller de Buenas prácticas:

Los tópicos tocados en la presentación del taller se refirieron a: sostenibilidad, producción más limpia, huellas ecológicas, denominación de origen, ciclo de vida de los productos, materias primas ilegales. Todos los anteriores para preservar el medio ambiente y generar hábitos saludables en cuanto a la obtención de la materia prima, reforestación, producción y comercialización.



1.2.1.2 La Matriz de Diseño

La matriz de diseño fue el conjunto de variables o parámetros de diseño que orientaron el desarrollo de diseño de la colección.

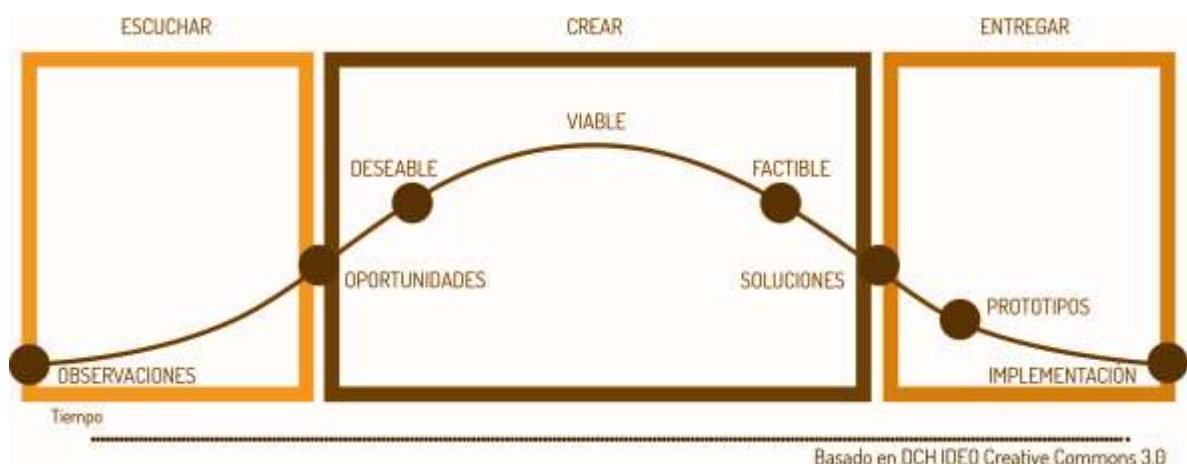
Primero y partiendo del reconocimiento de la actividad artesanal al interior del contexto cultural Santandereano, el equipo de diseño identificó las mejores oportunidades basadas en la triada presentada en la siguiente ilustración:



Luego se definió en líneas generales cómo se abordaría el concepto de identidad territorial a partir del reconocimiento de su complejidad en la cual intervienen los recursos del territorio, los saberes ancestrales y la cultura material.



Como proceso proyectual se plantea se plantea una metodología basada en la DCH IDEO, que en la práctica propone tres fases de desarrollo, la primera es escuchar y observar a los artesanos y sus capacidades, la segunda es cocrear buscando productos deseables, viables y factibles y la última fase es la entrega de prototipos y mejoras a los mismos.



Para el establecimiento de la matriz se definieron los siguientes criterios:

OFICIO ARTESANAL DOMINANTE: Se selecciona **la tejeduría** debido a que fue la técnica predominante en Santander, es necesario mencionar que dicho oficio se presenta desarrollado a lo largo del departamento a través de diferentes técnicas como: Telar Horizontal, Telar Vertical, Bastidor, Dos Agujas, Cinco agujas, Crochet, Macramé, Cestería, Telar Non.

Adicional a todo el proceso desde la recolección de la materia prima, tinturado e hilado.

MATERIAL PREDOMINANTE: El material seleccionado fue **el fique**, debido a su gran presencia en el territorio y su importancia histórica y económica en el departamento, especialmente en el sector artesanal de la provincia guanentina. Del fique se puede decir que es una planta de hojas radicales largas, triangulares, carnosas, terminadas en un fuerte aguijón, y flores amarillentas en ramillete sobre un bohordo central.





REFERENTE GEOGRÁFICO: El cañón del chicamocha fue el referente seleccionado dado su importancia eco-sistémica y morfológica del departamento.



Las tendencias definidas para la colección se definieron en las 5 variables de producto: forma, textura, acabado, color y material.

- Forma: Llenos y vacíos patrones soportados en estructuras naturales, exaltación de la técnica a través de la forma.
- Texturas: Macro tejido, Contrastes, Patrones geométricos.

- Acabados: Exaltación del material, Pulimento natural.
- Color: Dominante propio del material, Acento que lo da cada región.
- Materiales: Propios del territorio, oficios de tradición.



Natural: Ceiba barrigona

Objeto: Nasa

Vestuario: Falda de Vélez

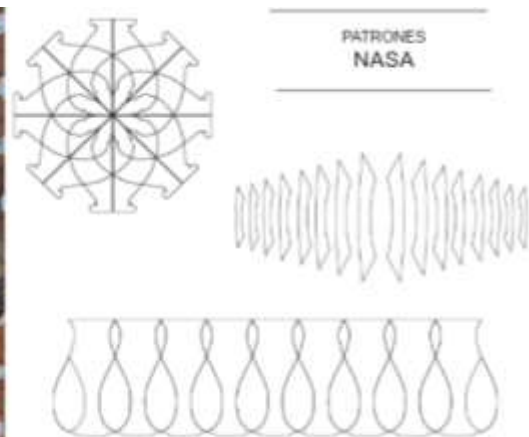
Estos son los referentes más representativos del territorio, cultural, geográfica y artesanalmente, elementos reconocidos, emblemáticos y ancestrales, a partir de los cuales se desarrollaron patrones, basados en elementos básicos del diseño, paletas de color y juegos entre texturas y técnicas. A partir de este proceso, comienza un trabajo conjunto con las unidades productivas, cuyos artesanos poseen un dominio de su oficio, con su respectiva técnica y materiales.

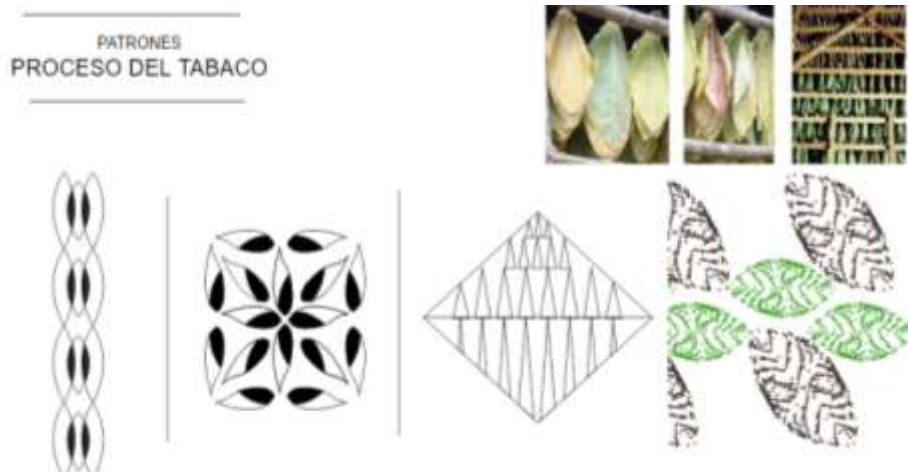
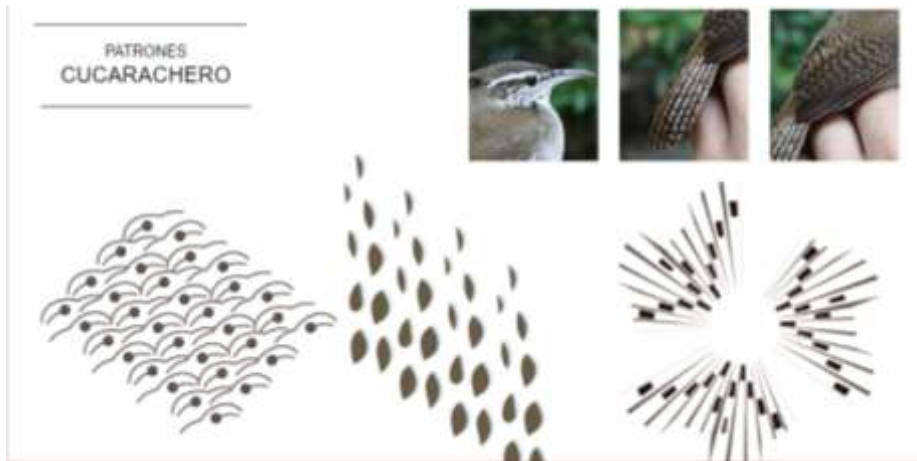
La paleta de colores seleccionada tuvo como color dominante el moreno natural propio del fique y unos colores acentos que variaron según el territorio como se puede apreciar en la siguiente gráfica, el azul fue el color acento para el territorio ribereño, el bermejo lo fue para el cañón, el azul con gris lo fue para la región de montaña alta, el verde para la región de montaña media y el amarillo para la metropolitana.



Definición de Patrones:

La matriz de diseño también contempla el planteamiento de una serie de patrones basados en los referentes anteriormente establecidos:





Definición de Microambientes:

Dado que la colección planteada son utilitarios para el hogar, fue necesario definir los microambientes para los cuales estarían destinados los productos a desarrollar, los microambientes son: Cocina Comedor, Sala, Balcón y Habitación.

Adicionalmente, se definen que tipo de oficios estarían presentes en los diferentes microambientes de acuerdo a sus características y potenciales usos.



- **ARCILLA / CAOLÍN**
Tomo de pedal - Socorro
Moldeado - Oiba
Modelado - Barichara
- **MADERA**
Talla - Piedecuesta / Bucaramanga / Barbosa / Barancabemeja
Torno - Bucaramanga / Piedecuesta
- **GUADUA**
Talla - Piedecuesta / San Gil
Corte y ensamble - Piedecuesta / San Gil / / Barancabemeja
- **FIQUE**
Tejeduría - Corti / Mogotes / Vélez / Jesús María
- **BEJUCO**
Tejeduría - Zapatoca - Barichara - Socorro - Vélez
- **IRACA**
Tejeduría - Vélez / Zapatoca
- **CALCETA DE PLÁTANO**
Tejeduría - Vélez - Barbosa



- **ARCILLA / CAOLÍN**
Tomo de pedal - Socorro
Vaciado - Oiba
Moldeado - Barichara
- **MADERA**
Talla - Piedecuesta / Bucaramanga / Barbosa
Torno - Bucaramanga
- **PAUCHE**
Talla - Zapatoca
- **GUADUA**
Talla - Piedecuesta / Piedecuesta
Modelado - Piedecuesta / Piedecuesta
- **ALGODÓN**
Tejeduría - Charalá / Cincelada
- **LANA**

1.2.1.3 Diagnóstico del Territorio

Montaña media: Comprende los municipios de Socorro, Oiba, Vélez y Barbosa.

En la zona compuesta por los municipios de Socorro, Oiba y Guadalupe, se encuentra un gran potencial de tipo turístico, son municipios obligados en carretera en el trayecto Bogotá/Bucaramanga.



Oiba, por ejemplo, es conocido por su potencial en el oficio de la alfarería, los caolines que allí se encuentran son de excelente calidad, y su tradición de elaboración de las fachadas de iglesias emblemáticas de cada municipio de Colombia lo han convertido en un lugar especial para la adquisición de artesanías tipo souvenir; sin embargo, los ceramistas que se encuentran en la zona son pocos,

y los que quedan, se dedican aun enteramente a reproducir las iglesias que comercializan en todo el país.



El oficio que prima, es el moldeado, trabajando desde la pieza madre, generando un molde que finalmente a través del vaciado, reproducen los bizcochos para la quema y posterior pintura.

En este mismo municipio, se encuentra la carretera que conduce a Guadalupe, un municipio pequeño a 1h 15 minutos de Oiba y con un creciente reconocimiento turístico; transitan cerca de 400 turistas por semana en tiempo de temporada alta, esto dado su composición geográfica: nacimientos y pozos de agua, ecoturismo y turismo religioso, esto último proveniente de la cultura religiosa devota a la virgen de Guadalupe, ejemplo de ello es su iglesia, que recibe de nombre, Santuario de Guadalupe. Oficios como el de la cestería y los oficios de la madera, son los predilectos de la zona.



El municipio de Socorro, por otra parte, tiene una gran carga histórica, arquitectónica y cultural que proviene de sus hechos históricos encaminados a la constitución del Estado – Nación; Así como también, se destaca su gran cantidad de ferias, eventos culturales y muestras, que se realizan en pro de incentivar el turismo en la zona.

A pesar de todo esto, Socorro es un municipio en el que predomina fundamentalmente el arte manual, aunque se ha perdido significativamente la tradición artesanal. Actualmente, existe la casa de la cultura, considerada como un espacio en donde se reúnen toda clase de personas a recibir clases en diferentes técnicas, la mayoría de ellas manualidades; Sin embargo, se desarrolla allí la posibilidad de encaminar y reforzar la tradición de la artesanía, en especial en las comunidades jóvenes con el fin de que este conocimiento no se pierda.

No obstante, es mucho el territorio que ha perdido el tema artesanal en estos lugares, debido a que no lo consideran actualmente una actividad rentable de la cual puedan vivir, y en gran parte los artesanos que aún quedan, son personas de avanzada edad, que, por tal motivo, han dejado de trabajar en el oficio.

Respecto a los municipios de Barbosa y Vélez ubicados en la provincia de Vélez, es importante decir que debido a su ubicación geográfica en el territorio, existe una percepción de descuido de políticas estatales, dado que la provincia se encuentra lejos de la cabecera departamental, los artesanos manifiestan que históricamente los proyectos destinados al sector no han favorecido a esta provincia, por esta razón, indican que el sector se encuentra rezagado en comparación con provincias como la guanentina.



El municipio de Barbosa tiene una privilegiada ubicación geográfica, su valle vistoso a orillas del río Suárez, le han permitido constituirse en el centro neurálgico de una extensa región y los caminos que confluyen en ella la han convertido en paso obligado desde el departamento de Boyacá. Posee una ubicación estratégica sobre la vía principal pavimentada nacional N° 45 que comunica a Bogotá con Bucaramanga, por lo que a Barbosa se le conoce como la “Puerta de Oro de Santander”.

En el municipio de Barbosa se inicia el proceso con 14 artesanos 9 de ellos mujeres en el oficio de la tejeduría en crochet y dos agujas especialmente el lana industrial por esta razón se ha priorizado con esta comunidad de artesanas el cambio a materias primas artesanales como el fique de Curití. En este municipio se dio lugar al hallazgo de la artesana Mariela Sanabria que domina el telar non, una técnica que se remonta a la cultura Guane y que a la fecha se desconoce si otros artesanos la trabajan.

El municipio de Vélez posee una fuerte tradición en torno a la guabina y la gastronomía dulcera específicamente del bocadillo de guayaba, esto ha originado que existe una pequeña industria artesanal entorno a la confección de trajes típicos, instrumentos musicales y dulces de guayaba. A diferencia de la industria del bocadillo, la industria de trajes típicos e instrumentos musicales se ha mantenido exclusivamente para consumo local, teniendo su mayor impacto durante las fiestas tradicionales de la provincia.



Infortunadamente, el hecho de que los productos solo tengan un mercado local ha llevado a los mismo a un estancamiento a nivel de innovación y de calidad, es decir que los productos han sido los mismo y ha cierto punto han saturado el mercado

local generando una pérdida sistemática de interés por los mismos y pérdida de valor percibido.

La pérdida de valor percibido ha llevado en consecuencia a una pérdida en la calidad de los productos debido a que las personas del mercado local no están dispuestas a pagar por este aspecto y los artesanos han optimizado al máximo los procesos en la búsqueda de un punto de equilibrio.

Cañón: El territorio cañón comprende los municipios de San Gil, Charalá, Mogotes, Curití y Barichara.



Es la zona más turística del departamento gracias a su riqueza geográfica, cuenta con un clima que resulta muy atractivo para los visitantes internacionales, que lo identifican como un destino al cual pueden llegar a disfrutar desde un plan de vacaciones tranquilas hasta la aventura total.

Los municipios se encuentran cerca unos de los otros, los recorridos van desde los 15 minutos hasta una hora por carretera, lo cual permite un flujo de productos de diferente naturaleza; sin embargo, todas las carreteras convergen en San Gil, razón por la cual se convierte en un puerto importante para el sector y es catalogada como la capital turística del departamento.

En cuanto a los oficios artesanales presentes en este municipio se encuentran, la tejeduría en telar vertical, piezas con amero de maíz, tejeduría en pita, piezas de guadua y algo de filigrana, los artesanos fabrican sus piezas y el municipio les cede un espacio en una casona cerca del parque principal para que en forma de una pequeña feria puedan vender sus productos; Sin embargo, es un lugar un poco escondido, razón por la cual no es fácil acceder a ellos.

En este sentido, para el proceso de formación a cargo del proyecto participaron cerca de 10 artesanos, los cuales fueron formados en sus talleres; Sin embargo para el componente de prototipado solo con tres de ellos se desarrolló producto, una silla de cocina en telar vertical, un platero en palo de café, cojines de pita tejidos en crochet.

En San Gil, hay un terminal de transportes llamado “el terminalito”, de donde salen los buses hacia todos los municipios de la provincia, está bien organizado, llegan giros, encomiendas y hay un flujo de personas considerable todo el tiempo.

A 15 minutos vía a Bucaramanga, con un desvío en el ramal, encontramos Curití, un municipio que se formó a partir de la dotación de tierras de resguardo a una comunidad de indígenas Guane, razón por la cual el oficio de la tejeduría es muy fuerte. Además está en el centro de 39 veredas donde existen cultivos de fique de los cuales se proveen durante todo el año, en cada casa de este municipio hace algunos años se podía encontrar un telar horizontal, su arquitectura está dispuesta en pro de la producción de sacos de fique; Sin embargo el tipo de producto a venido

cambiando con el paso de los años, es un municipio de tradición tejedora en el que se encuentran todas las técnicas y es de resaltar la asociatividad y la capacidad de respuesta que han logrado consolidar con los años, existen empresas que cuentan con una buena infraestructura, tales como ECOFIBRA y AREAGUA, además existe ASTECUR, una asociación que les ha permitido crecer y obtener la mirada de entes externos, para generar certificaciones de calidad y una marca colectiva.

En el municipio de Mogotes sobresale una comunidad que trabaja en torno al cultivo del fique, desde sembradores hasta recolectores de fique, donde aproximadamente 200 familias viven de la siembra de este, debido a que su principal herencia giraba en torno a la elaboración de costales para café. Actualmente, pocas son las familias que siguen elaborándolos, aunque siguen siendo fuertes proveedores para diferentes lugares como Curití y Aratocha, entre otros.

De esta labor, se han empoderado una comunidad de mujeres tejedoras, que llevan su oficio como un pasatiempo, pero que buscan no permitir perder la tradición tejedora; para lograrlo, han tratado de asociarse como Arumos, iniciativa sin mucho éxito, dado que no se han logrado niveles altos de asociatividad que les permitan trabajar en comunidad, aun así, sus hogares siguen siendo cuna de su labor artesanal.

1.2.1.4 Diseño y Desarrollo de Nuevos Productos

Debido a la cantidad de municipios y artesanos con los que se realizaría el acompañamiento, fue necesario distribuir el equipo en las diferentes provincias de acuerdo a la cantidad de artesanos presentes en los diferentes territorios siendo la guantana el territorio con mayor presencia de beneficiarios.

Por ejemplo, el proceso de codiseño inicia en el marco de los talleres impartidos en cada uno de los municipios, en la práctica, una vez terminada la cátedra, los

diseñadores atendían de forma independiente a los artesanos. En un primer momento el acompañamiento consistió en escuchar y conocer a los artesanos, sus capacidades y productos artesanales, una vez se conoció las capacidades de cada artesano inició el proceso de desarrollo de muestras siguiendo los lineamientos de la matriz a nivel de forma, texturas, acabados y demás.



Es relevante recordar que este proceso tiene como objetivo la co-creación, es decir, que tanto el diseñador como el artesano tendrán directa incidencia en las decisiones de diseño y producción de los productos a desarrollar.

Metropolitana

Alta Montaña: En esta zona se realizó un trabajo de acompañamiento de asesorías puntuales y desarrollo de talleres en los diferentes componentes, no se desarrolló un trabajo puntual con las unidades productivas ya que antes necesitan un trabajo concreto de capacitación para el manejo de la materia prima utilizada, la lana, esto debido a la baja calidad de la materia prima trabajada, el tinturado, y el tratamiento

(lavado, peinado suavizado) de las hebras, su fuerte son las ruanas escarmentadas, que le otorgan suavidad al tejido, sin embargo pierde contraste, definición y variedad, luego de este mejoramiento es cuando es apropiado realizar una intervención desde el diseño, el su línea de producción y en el desarrollo de producto.



Cañón: Barichara es un lugar donde hay una gran concentración de conocimiento, como tradición tiene el oficio de la piedra tallada, sin embargo en este momento se ha convertido en un problema de salud pública, debido al alto índice de mortalidad presentado por los talladores por aspirar las partículas provenientes de dicha labor, razón por la cual el oficio está desapareciendo, sin embargo quedan algunos artesanos, en este proceso contamos con uno de ellos, y se incluye procurando que la geometría generará la menor cantidad de partículas, con cortes geométricos certeros y trabajando desde la técnica en pro de ello; además en este lugar existe

el saber ancestral de **Ana Feliza Alquichire**, quien mediante el oficio de la alfarería y por medio de modelado por rollos y placas y a pesar de su avanzada edad le permitió al equipo proponer y desarrollar las moyas de la colección, ella tiene un lugar en su casa donde los compradores llegan por las piezas individuales a un precio muy bajo. Durante las actividades del proyecto se logra realizar un fortalecimiento en modularidad, dimensiones y acabados, como resultado en este momento las piezas que eran individuales ahora forman parte de un juego, tienen una serie de tamaños estándar y tiene más rentabilidad.

Por otro lado, tenemos a **Nicodemus Viviescas**, con su cestería de bejuco pedro alejo, este oficio lo tiene toda su familia y su nieto, la persona más joven de la familia lo está llevando a un nivel técnico, con una calidad y una funcionalidad más fresca, esto permitió mejorar los procesos, desde la escogencia del material, hasta sus acabados para salir a venta.

En Curití existe un gran volumen de producto para la colección, gracias a la variedad de técnicas en torno a la tejeduría, se encontró un lugar al principio muy renuente, sin embargo, al llegar a cada taller y hacer el ejercicio de la contextualización poco a poco se fue regando la ola y más personas quisieron empezar a trabajar con el equipo, hasta que finalmente, se hizo producción con diez unidades productivas, con alrededor de 40 artesanos, en el proceso de co-diseño, fue fundamental

El municipio de San Gil, al ser un puerto se caracteriza por tener variedad de oficios, entre ellos el oficio de la tejeduría, con la técnica de telar vertical, también se encuentra crochet.

En el caso del municipio de Mogotes se encontró una comunidad de tejedoras del fique, que en sus tiempos libres se dedican a los oficios del crochet y otras técnicas, un gran hallazgo encontrado es la elaboración de diversos tipos de trenza o clineja elaborada de manera manual por muy pocas mujeres de la comunidad; Sin embargo

no se desarrolló producto con ellos debido a que son muy contadas las mujeres que tienen este conocimiento, ante su incapacidad para trabajar en comunidad, es complicado realizar un trabajo de capacitación comunitario en el que todas se beneficien y se ayuden, predomina la discordia y a envidia en esta comunidad lo que hace muy difícil crear unidades productivas que puedan cumplir con pedidos grandes de producción, adicional a esto necesitan un tiempo de aprendizaje de la técnica del trenzado para desarrollar productos verdaderamente innovadores y distintivos par la zona de mogotes.



Ribereña: Para desarrollar el proyecto y cumplir con las asesorías de diseño, se focalizaron inicialmente, 65 artesanos aproximadamente en la ciudad de Barrancabermeja cabe decir que también se cobijó a artesanos de corregimientos

aledaños como: El Llanito y San Rafael de Chucuri que se encuentra en la ribera del Magdalena.

En estos lugares, se encontró que los oficios predominantes son: tejeduría en crochet, trabajo en madera referido a talla, torno, trabajo con bambú y guadua, tejido de atarrayas en nylon, muñequería y diferentes manualidades en materiales de reciclaje, fomi, patchword, mezcla de materiales como semillas, gota de petróleo porcelanicon; para realizar gran cantidad objetos que representan la iguana dentro del marco gráfico que caracteriza a Ecopetrol y que tienen un amplio mercado en el ámbito local como suvenires.



Se realizaron los talleres correspondientes al componente de diseño ya referidos, visitas a los talleres, evaluaciones de producto y la secuencia de la producción; buscando reafirmar y encontrar referentes locales y tradicionales; con los elementos

encontrados de la cultura material se buscó generar nuevas propuestas y con el lineamiento de la matriz de diseño se realizaron ejercicios de experimentación formal y de mezcla de materiales que llevaron a nuevas propuestas y visiones en las diferentes técnicas. Los temas tienen que ver con el río, la fauna (los manatíes, los peces, las iguanas) y la flora, también con el petróleo se han desarrollado una serie de elementos que han afectado a la sociedad.



Se identificaron las fortalezas y habilidades técnicas de los artesanos además del manejo del oficio para comenzar unas líneas de diseño definidas y realizar el proceso de diseño y elaboración de las productos; al llegar a este punto con el grupo de artesanas de tejido, semillas chaquira, muñequería y las pertenecientes al grupo “Pasión artesanal” se definió continuar realizando asesorías puntuales, ya que el grado de manejo de la técnica requería más tiempo.

Se desarrolló producto con cinco unidades productivas así:

Oficio: Trabajo con Guadua y Bambú de Clara Corredor.

Con Clara se realizaron ejercicios de experimentación enfocados a juegos con los anillos de guadua y adicionándolos para generar un crecimiento formal; en esta

búsqueda se lograron resultados que permitían diseñar una línea de productos como son: Lámparas, Fruteros, Cestas medianas y pequeñas, porta-calientes. Los módulos están anudados con fique moreno natural y en variaciones de color se realizaron amarres con cáñamo y fique terracota.

Se logró mejorar tiempo de producción al realizar los cortes del mismo canuto y anudarlos para contar un inventario de tamaños que permitieran las distintas conformaciones formales, un avance en términos de acabados finales tanto en el interior de los aros como en el exterior al tener la posibilidad de usar el color natural y tonos más oscuros También se controlaron los ángulos de los contornos que permiten los crecimientos verticales abriendo un sinfín de posibilidades para crear otros objetos.



El Llanito es un corregimiento a 40 minutos de Barrancabermeja en donde se encuentran dos ciénagas y un conjunto de humedales, de allí que una de las actividades principales sea la pesca que como actividad económica va en descenso. No cuentan con agua potable y la población es vulnerable.

Se lograron focalizar 10 a 12 artesanos pertenecientes al proyecto productivo que cultiva algunas especies como el bocachico, todos pescadores de profesión conocen a la perfección la técnica de tejer las atarrayas, y es por esto que el proyecto realiza un proceso de co-creación que lleva a buscar nuevos materiales que permitan dar un nuevo lenguaje al tejido tradicional.



Corregimiento San Rafael de Chucuri



Se realizó el acompañamiento en el evento de La feria de Girón y la primera vitrina internacional de negocios verdes encuentro en Expoeventos de Barranca.



Montaña media: En este territorio el proyecto inicia el módulo de diseño con un total de 49 artesanos aproximadamente de los municipios de Oiba, Socorro, Barbosa y Vélez, cabe decir que también asistían artesanos de corregimientos aledaños como Jesús María que se encuentra a hora y media de Barbosa y Guadalupe para el caso de los talleres impartidos en Oiba y Socorro.

Los artesanos de este territorio como se ha descrito anteriormente manifiestan un olvido de políticas para el sector artesanal y en consecuencia dicen ellos el sector presenta un atraso en comparación con otras provincias como es el caso de la provincia guanentina.

En la provincia de Vélez se encuentra el municipio de Vélez, un municipio con una fuerte tradición cultural, como aspecto principal se destaca una comunidad de

artesanos adultos mayores que han desarrollado históricamente los mismos productos y por lo tanto se manifiesta una pérdida de valor percibido y de calidad en la manufactura de los mismos.



El oficio artesanal predominante del municipio de Vélez es el desarrollo de trajes típicos para la danza de la guabina y en su mayoría es desarrollado por mujeres que dominan la costura, el plisado, encintado y el bordado de figuras ornamentales llamadas “deseos”. Actualmente la tipología de traje típico más difundida es una falda plisada larga negra con cintas y bordados de colores fuertes dispuestos en sentido ortogonal a los plisados, adicionalmente se bordan unos ornamentos que complementan la colorida composición.



Como caso particular, se encuentran los artesanos Dolores Moncada y Alberto Lamus con una tradición artesanal que supera los años según ellos manifestaron, estos artesanos llevan a cabo los oficios de la tejeduría en particular la cestería en bejuco de páramo y los oficios de la madera particularmente la técnica de la talla en diferentes tipo de madera del territorio.



Una técnica encontrada especialmente en esta región del departamento ha sido la técnica de picos en cogollo de iraca para el desarrollo de sombreros, de igual forma la técnica de rollos también está presente en productos como contenedores e individuales cuyo color dominante es el color crudo del material con acentos en tonos magenta morado y verdes.



Como se ha descrito, los productos de los artesanos de la provincia de Vélez eran desarrollados solo para el consumo local lo que evidenciaba un estancamiento y estandarización de productos y saturación de los mismos en la escena local.

Para este territorio, el ejercicio de diseño inicia en el marco de los talleres del módulo de producción y diseño; una vez terminaba el taller los diseñadores se disponían a entrevistarse con cada uno de los artesanos asistentes con miras a desarrollar el proceso particularmente.



En Barbosa se encuentra una comunidad de artesanos desarticulada y en muchos de los casos manualistas que dominan técnicas de la tejeduría para la fabricación de vestuario y de figuras decorativas, así como la talla de madera, de cuero, de tagua y la filigrana en alambre dulce.





Posteriormente, inicia un proceso de desarrollo de muestras por parte de los artesanos en el cual se va mejorando progresivamente con cada iteración de las mismas, mientras inicia el planteamiento del producto.

En el caso del municipio de Barbosa, se inician labores con las artesanas de la asociación Nawen Mapu de tejedoras particularmente de figuras en crochet con dominio en la técnica de las cinco agujas liderada por la artesana Ruth Marina Marín. Con esta asociación el proceso inicia con una conversión de sus manualidades a productos artesanales, es decir, un cambio a nivel de material y de tipología de producto. A nivel de material se cambia la lana industrial por fique y a nivel de tipología del producto se cambia de figuras comerciales a figuras inspiradas en la fauna del territorio.



Finalmente se llega al planteamiento de una figura inspirada en el armadillo y en las cabras propias del territorio.



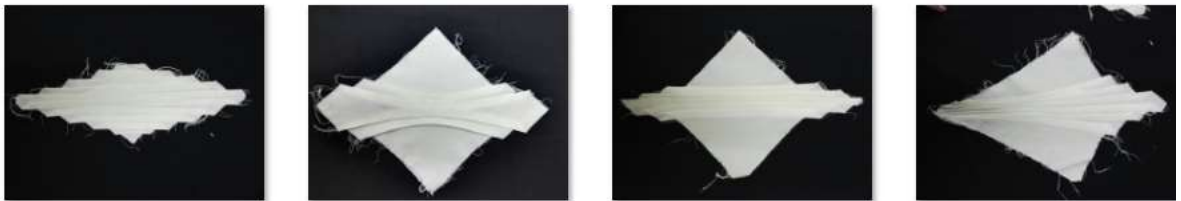
Con los artesanos Johnatan Cabra y Fabio Cuadrado del municipio de Barbosa dedicados a los oficios de la madera y la ornamentación se inicia un desarrollo de nuevo producto basado en la materia prima (Chamizos y disco de madera) que los mismo habían recolectado en zonas aledañas a su taller.

Después de realizar la matriz de diseño se concluye que estas características se adaptan a un contenedor para la sala; definido esto se inicia una exploración a nivel formal y se llega a un contenedor cuya base es la rodaja de madera mientras el chamizo seleccionado circunda la altura del mismo.



En el municipio de Vélez se inicia trabajo con los artesanos Floralba Camacho de trajes típicos, la artesana Hilda Ariza de contenedores en Iraka y el artesano Pedro Cortés de los oficios de la madera.

Con la artesana Floralba Camacho se inicia con un desarrollo de muestras de plisados en liencillo, experimentado plisados curvos en muestras de 30 x 30 y se obtuvieron los siguientes resultados:



Los resultados del ejercicio fue muy positivo desde el punto de vista técnico, por esta razón se considera oportuno el inicio de aproximaciones a productos utilitarios para el hogar, por lo que luego del proceso de co-diseño con la artesana y dada las características propias del producto y los materiales, se enfoca el proceso a diseño de cojines de 50 x 50 respetando siempre el referente del traje típico veleño.



Simultáneamente se adelanta el proceso de co-diseño con el artesano Pedro Cortés de los oficios de la madera con amplio dominio de las técnicas de corte y ensamble demostradas al momento de visitar su taller de trabajo.



De la misma manera en los municipios de Socorro, Oiba, Guadalupe se realizan talleres agrupando a los artesanos en la Cámara de Comercio del Socorro, en donde se establecieron diferentes formas de trabajo dependiendo de la destreza, y apropiación de las técnicas de cada uno de los artesanos, cabe aclarar que muchos de ellos son manualistas, con los cuales se realizaron asesorías puntuales para mejorar producto desde el punto de vista técnico.



Cabe resaltar que el trabajo que aquí se realizó fue de concientización sobre la importancia de retomar la artesanía tradicional, las técnicas del quehacer de nuestros abuelos, y la diferencia de esto con el arte manual.



Las asesorías puntuales permiten fortalecer el trabajo manual, y virarlo a la artesanía, con la utilización de otros materiales y reforzando las técnicas, se busca consolidar y fortalecer a la comunidad.

Con las unidades productivas se realizaron diferentes tipos de acompañamiento, en donde cada artesano decidió hasta donde quería llegar en el acompañamiento con el diseñador, muchos de ellos ya tenían copado su tiempo en estas fechas para realizar un trabajo de experimentación y acercamiento a productos nuevos.

Tal es el caso de Rafael Aranda, ceramista reconocido en Oiba, con él se realizaron ejercicios de modelado de piezas orgánicas como semillas, y la implementación de tierras para dar acabado de color más natural y menos contaminante a los bizcochos.



Finalmente, con aquellos artesanos que presentaron una intención y tiempo para desarrollar los productos se realizaron varias visitas a sus talleres, realizando ejercicios de forma y trabajo con el material, para encontrar nuevas formas de trabajo, en Guadalupe encontramos el caso de Miriam García, artesana tejedora de cestería, con ella se realizaron trabajos de movimiento, trenzado y ondulación, además de trabajar el bejuco tanto melado como en su estado natural.



Otro caso particular es Waldo Fonseca, carpintero del municipio de Guadalupe, quien siempre manifestó una intención de trabajar con las hojas de la palma, el trabajo fue una total experimentación con una fibra nueva que presenta características tanto maderables como fibrosas, innumerables fueron los ejercicios realizados para llegar a desarrollar un producto de calidad y diferenciador, sin embargo se lograron desarrollar 2 productos completamente terminados y varios en proceso de experimentación.



La colección LADERA SANTANDER 2017 es la materialización del proyecto de fortalecimiento en Santander, su nombre proviene de la característica topográfica de gran parte del territorio, la cual ha tenido gran influencia en la forma como sucedieron los asentamientos y cómo las comunidades han terminado por adaptarse al territorio Santandereano. Los colores se han tomado de la paleta de colores de la colección, es decir, el color dominante de la imagen ha sido el bermejo inspirado en las montañas de color bermejo.



En el marco del proyecto se han desarrollado 86 nuevas referencias de producto basadas en el ejercicio de co-diseño y los lineamientos de Artesanías de Colombia, dichos productos se encuentran enmarcados en la línea “utilitarios para el hogar”, es decir que todos los productos desarrollados girarán entorno a los microambientes del hogar en particular a la cocina, la sala y el comedor.

Como fue mencionado en la matriz de diseño, las líneas de producto de cada microambiente giraban entorno a un producto madre que a su vez era concebido desde un concepto.



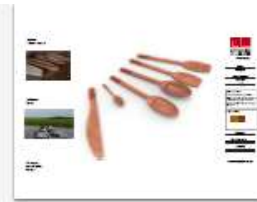
5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



21



22



23



24



25



26



27



28

En total se desarrollaron 211 talleres de los cuales 84 pertenecieron al módulo de diseño, 4 al módulo de producción, 47 al módulo de desarrollo humano, 44 a desarrollo empresarial y 32 a comercialización.



1.2.2 Desarrollo Humano

Producto de la contextualización y diagnóstico realizado se logran identificar algunas situaciones en particular evidenciadas como, el bajo nivel de liderazgo y falta de unión en algunas comunidades en particular, la falta de autogestión y autonomía y el inconformismo de las comunidades frente a las dificultades de comercialización presentadas en algunas zonas en particular.

Este es el inicio del proceso del fortalecimiento de las comunidades artesanales, en donde siendo la falta de unión y organización del gremio una de sus principales dificultades, requiere la profundización de algunos campos de acción y su

continuidad en el acompañamiento de este sector en el departamento de Santander, es fundamental para lograr verdaderamente los resultados esperados.

Las actividades iniciadas y ejecutadas durante el desarrollo del módulo, sirvieron de aporte hacia la re-significación e importancia de la unión y fortalecimiento del gremio en cada una de las comunidades. Desde un nuevo valor interpretativo ante el reconocimiento y reflexión que cada artesano hace de sí mismo y del sentido de identidad cultural que cada uno debe transmitir en el desarrollo de la actividad artesanal.

La comunidad se sensibilizó frente a la necesidad de lograr organización y unión del gremio, y en esa medida ser más visibles ante los organismos e instituciones.

Las actividades de crecimiento personal y de trabajo colectivo permitieron en gran medida reflexionar en torno a la actual situación del sector, la importancia de trabajar unidos en la búsqueda de mejores oportunidades para las familias y los artesanos en general.

Debido a la complejidad social, cultural y política, no se pueden superar las dificultades de este tipo con el abordaje y actividades iniciales, es un proceso sujeto a un acompañamiento e intervención profunda de las situaciones presentadas en cada municipio. Sin embargo, se realizaron aportes importantes para el alcance de los objetivos y el crecimiento personal y colectivo de los artesanos, logrando dar cumplimiento a la meta que se planteó desde este módulo. *“Se pretende dar inicio a procesos encaminados al auto reconocimiento y/o autodiagnóstico para impulsar la autonomía individual y colectiva”.*

1.2.3 Comercialización

Diagnóstico del sector artesanal desde el modelo de las 4 p'S de mercadeo, así:

Producto

- El sector artesanal no requiere de grandes maquinarias y tecnología de punta, este hecho genera como beneficio que el proceso productivo sea flexible, además que la mayoría de producción se realiza bajo pedido.
- En el producto artesanal no usan empaques propios que sirvan como protección y como elemento integrado al producto, en algunas ocasiones los compradores postergan su compra, debido a que el vendedor no tiene un empaque que cumpla con las especificaciones para transportar el producto sin dañarlo.
- Cuando se requiere contratar personal el contrato es verbal y a destajo.
- Las marcas colectivas registradas son muy escasas.
- El producto artesanal debe ser estéticamente bello e inspirador; porque al no ser un producto básico de la canasta familiar, la compra se realiza de manera casual y la mayoría de veces no planeada, entonces cuando se ve un producto artesanal este debe generar emoción, evocación, es importante que el producto cuente una historia (*denominación de origen, hecho a mano, materias primas orgánicas y amigables con el medio ambiente...*)
- Hay que definir la identidad regional para desarrollar productos artesanales que cuenten una historia; es importante apalancarse en la historia regional y local y contar una historia a través del producto.

Precio

- No hay métodos formales para calcular costos y gastos, se hace de manera manual y se determina el precio dependiendo de la utilidad esperada, por esa razón se explicó cómo calcular los costos y gastos por unidad producida.
- El precio de venta final depende de la plaza donde se encuentren ofertando y la determinación del precio para un intermediario no es muy lejana al precio del consumidor final, esto se debe a que como es hecho a mano, y no se fabrican de forma continua, el costo de la unidad número #1 es igual a la del producto # 20, cada producto toma el mismo tiempo de elaboración.
- En el producto artesanal es difícil establecer una rentabilidad determinada, por lo que existe una amplia variedad de productos y de precios (*que pueden estar determinados desde \$10.000 pesos hasta \$4.000.000*)
- Eso implica que si los precios de venta son bajos rango comprendido entre (\$10.000 a \$150.000) la rentabilidad debe estar en un rango de 15% a 40%, para lograr rentabilidad sostenible se debe vender un volumen representativo de más de 50 unidades.
- Si el precio de venta es alto rango comprendido entre (\$151.000 a \$4.000.000 o más) la rentabilidad es alta ubicada en un rango entre 41% a 200% o más. Se puede ser rentable y sostenible con un número menor de unidades vendidas pero el producto va dirigido a un segmento de la población más reducido convirtiéndolo en un mercado de nicho.
- Los compradores de productos artesanales acuden al “regateo” con el fin de obtener un precio más bajo.

Plaza

- Se identifica en la mayoría de municipios no existen puntos de venta reconocidos para las artesanías, y los que existen combinan productos artesanales con productos de origen chino de bajos precios y de baja calidad, pero que finalmente debido al desconocimiento o interés de la mayoría de clientes compiten con el producto artesanal. Solo hay almacenes específicos de artesanías en Curití, San Gil y Barichara.
- Los canales de distribución son deficientes y la inexistencia de mayoristas provoca una limitación en la evolución del sector hacia una mayor difusión y rentabilidad.

Promoción

- La dinámica comercial del sector se hace a través de la participación en ferias locales, en donde se venden los productos y se establecen nuevos contactos de clientes potenciales con personas naturales y/o jurídicas.
- Los artesanos deben presupuestar la participación en ferias, asistir a capacitaciones y conferencias, y hacer relacionamiento comercial.
- Los medios promocionales más utilizadas por los artesanos son tarjetas de presentación, relaciones personales para establecer contactos y clientes en ferias y mercadillos.

1.2.4 Desarrollo Empresarial

Desde el análisis estratégico el sector artesanal pertenece a las industrias fragmentadas que se caracterizan por enfrentar una posición débil de negociación con los compradores y los proveedores y de no tener desarrolladas economías de escala.

Los nuevos entrantes son una amenaza constante. La competencia de los productos sustitutos también es constante, y la rivalidad entre los competidores es intensa y está orientada a competir por precio.

Sin embargo, las artesanías por sus características, pertenecen a un segmento de mercado donde los consumidores que buscan variedad, originalidad, y tienden a la exclusividad que se logra cuando los productos son únicos.

Por esa razón la innovación se debe desarrollar tanto en el área del proceso de producción, hacer los productos de manera más fácil y en menos tiempo, y en el área de desarrollo de producto que se refleja en los cambios y mejoras que hacen a los productos.

Los artesanos innovan cambiando colores, dibujos, diseños, formas y haciendo nuevas figuras. Estas formas exigen pocos recursos financieros, pero es importante tener presente la calidad del producto, cómo factor que permite mejorar los precios e incrementar el volumen de ventas.

1.2.4.1 Dinámicas Organizacionales y de Gestión

Después de desarrollados los temas del presente eje temático se despejaron dudas a los artesanos que aún no forman parte de las asociaciones a continuación

descritas, resaltando la importancia de formalizarse, bancarizarse y asociarse con el objetivo del alcanzar objetivos comunes dentro de cada asociación, tal como lo muestra las memorias entregadas a los participantes.

En el municipio de Curití se identificó la asociación ASTECUR (asociación de tejedores de Curití) Nit. 900471115-3 representada por Soledad Torres la cual esta matriculada ante cámara de comercio desde el 26/07/2011, esta asociación cuenta con la participación de 11 empresas dedicadas a la labor artesanal, y están en trámite de ingreso 3 que faltan de Curití para contar con la totalidad de artesanos del municipio asociados, esta asociación es la más consolidada dentro de los municipios priorizados, y en la actualidad cuentan con sus respectivos libros contables y revisor fiscal, han solicitado apoyo a Cámara de Comercio Bucaramanga seccional San Gil, para que sean apoyados a través de Procolombia para recibir capacitación y asesoría en pro de iniciar trámites para exportación de sus productos a otros mercados como México.

1.2.4.2 El Artesano Emprendedor

Se programaron charlas de determine los costos de su producto, organice su capital y maneje sus cuentas, prepárese para el futuro en los cuales participaron 139 artesanos de los 17 municipios estipulados y se desarrollaron talleres de a través de los cuales se presentó diagnóstico de la realidad a través de la construcción de la matriz DOFA, previamente se sensibilizo a todos los artesanos sobre el contexto artesanal actual y panorama hacia futuro, resaltando lo que puede suceder si no se organizan y las oportunidades que tienen en la actualidad dado de que existe un mercado potencial por explotar y que la demanda no está siendo cubierta eficientemente por escasas de la oferta de los productos artesanales para los nichos de mercado.

Realizando un análisis del sector junto con los propios artesanos, se encontraron las siguientes variables que resultan transversales en todas las comunidades atendidas: (las cuales se anexan a este documento), y en un trabajo de consolidación de las mismas se condensan así:

Debilidades:

- Competencia desleal (envidia)
- Desconocimiento de nuevos mercados
- No hay apoyo gubernamental (municipios y gobernación)
- No cuentan con punto de venta permanente
- Materia prima costosa por las carreteras
- Ausencia de identidad artesanal Atomización de la oferta.
- Bajo nivel organizativo y asociativo
- Resistencia al cambio.
- Bajo nivel tecnológico.
- Alta dependencia de la venta directa.
- Concentración en pocos canales de comercialización.
- Difícil acceso al financiamiento.
- Mano de obra no tecnificada, en la que hay desperdicio de tiempo y materias primas
- Desinterés en aprender el oficio y la técnica a las generaciones siguientes.
- Falta desarrollo de marca y valores agregados a los productos.

Oportunidades:

- El acceso a las nuevas tecnologías
- Mercados poco explotados

- Aprovechar el esfuerzo de AdC y Cámara de Comercio de Bucaramanga por generar identidad artesanal en la región.
- Cronograma permanente de muestras en la región y el país.
- Desarrollo turístico de la región.
- Generar mayores ingresos al comercializar al exterior.
- Aprovechar los beneficios de la ley de artesanos.
- Amplia diversidad de materias primas y de desarrollo de productos que se pueden ofrecer a varios segmentos de mercado.
- La tradición cultural brinda un toque de originalidad y hay una fácil adaptabilidad en el desarrollo de productos a las nuevas tendencias decorativas.
- Mayor demanda de productos artesanales y hechos a mano.
- Creciente apoyo de organismos públicos y privados. (*Artesanías de Colombia, Cámara de Comercio, Alcaldías, Casas de Cultura*)
- Interés del sector en agremiarse y capacitarse.
- El crecimiento del sector turístico (como uno de los sectores claves)

Fortalezas:

- Creciente interés en la preservación de costumbres y tradiciones ancestrales.
- Mayor valor y reconocimiento al sector artesanal a nivel nacional e internacional.
- Elevada creatividad y habilidad humana.
- Materia prima disponible localmente.
- Ventaja de diversidad de líneas productivas.
- Técnicas de tejido únicas y saberes ancestrales
- El formar parte de la red de pueblos patrimonio de Colombia y ser destino turístico.
- Variedad de materia prima de la región.
- Nuevos diseños y mejoramiento de técnicas.

- Apoyo brindado por cámara de comercio de Bucaramanga y artesanías de Colombia.
- Productos amigables con el medio ambiente.
- Productos decorativos y utilitarios, novedosos.

Amenazas:

- La producción industrializada, los productos chinos.
- Confundir el artesano con el vendedor ambulante.
- La no continuidad en las políticas de apoyo artesanal.
- Que no existan medidas proteccionistas al artesano por parte del estado.
- La envidia y la competencia desleal entre artesanos.
- Desaparecer por no agremiarse.
- Que desaparezca el saber artesanal por falta de involucramiento de las nuevas generaciones.
- Encarecimiento de la materia prima.
- Imitación y copia de productos y diseños tradicionales.
- Difícil acceso a mercados internacionales.

Se compartió con los artesanos los principios básicos contables y se les enseñó a determinar los costos de sus productos, haciendo diferenciación sobre costos fijos, variables costos indirectos de fabricación, costos de transportes entre otros, se desarrolló ejercicio durante las charlas para que los artesanos se acercaran y familiarizaran con los formatos de costos resaltando por parte de ellos el valor y la utilidad de conocer a ciencia cierta cuanto les cuesta a ellos elaborar los diferentes productos.

De igual forma se les capacito sobre la correcta forma de determinar el precio de sus productos a partir de una utilidad esperada, razonable y que corresponda a las

realidades del mercado. (Se anexan ejercicios de costos y determinación del precio de producto de cada uno de los artesanos de los 17 municipios), los artesanos conservaron copias de dichos talleres y costearon con el acompañamiento del facilitador los diferentes productos que elaboran.

Este resultado ser uno de los aspectos que recibieron los artesanos con mayor agrado, ya que ellos conocían perfectamente las cantidades, y materiales necesarios para la elaboración de cada producto, pero carecían de la técnica para valorarlo correctamente, así como el total desconocimiento del valor de su mano de obra, y de los costos indirectos de fabricación quedando en evidencia, que lo usual es que vendían por debajo de sus costos, lo que sin duda desestimula la actividad artesanal.

1.2.4.3 Plan de Negocios

Se realizaron visitas a los 17 municipios contemplados y se realizaron dos rondas de visitas para abordar este componente, por la extensión del mismo, la complejidad que puede representar a determinadas poblaciones sin formación escolar, así como la avanzada edad de algunos artesanos participantes razón por lo cual se optó por desarrollar a tipo taller un ejercicio práctico donde los artesanos elaboraban un plan de negocios, que los familiarizara con los componentes y diferentes factibilidades a considerar previamente a la elaboración del plan.

En el desarrollo de este componente participaron 117 artesanos de los diferentes municipios los cuales con el acompañamiento del facilitador elaboraron un plan de negocios que le permitió acercarse a la técnica, y valoraron la formación impartida ya que les facilitará participar en convocatorias municipales que busquen apoyar la labor artesanal.

Ya que, si bien la elaboración de un plan de negocios requiere de un conocimiento especializado, el haber tenido un acercamiento con la construcción del mismo les permitirá, buscar apoyo cuando se requiera, y ya estarán familiarizados con las etapas de los mismos.

1.2.5 Actividades Complementarias Desarrolladas

1.2.5.1 Taller de Codiseño

Liderado por Adriana Santacruz, diseñadora con una gran trayectoria en el desarrollo de prendas de vestir desde el trabajo con comunidades artesanales de Pasto, se llevó a cabo el taller de Co-diseño en la universidad UDES de Bucaramanga, con una participación de 21 artesanos y 9 diseñadores, un trabajo en el cual se colocó a prueba las habilidades y oficios de los artesanos, en 3 días de trabajo que dieron como resultado 10 piezas en desarrollo con técnicas artesanales como el plisado y bordado de la falta veleña, el tejido de la atarraya, el crochet y la tejeduría en 5 agujas:





MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



“Artesanos Tejedores de Paz” es la estrategia y Plan de Acción 2017-2022 de Artesanías de Colombia, que bajo las directrices del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y los mandatos del Plan de Desarrollo Productivo del Gobierno Nacional, aporta a la construcción de la Colombia moderna, sostenible y productiva que se propone el país en el nuevo entorno de paz.

Los Cluster artesanales para la Paz, hacen parte de las dos líneas estratégicas de este Plan de Acción que promueve la agregación de valor a cadenas productivas con arraigo local y capacidad de respuesta, como lo es el sistema moda de Bucaramanga, mediante la articulación con redes de oficios de la actividad artesanal tradicional, para dar un enfoque diferencial en los mercados.

Los talleres de co-diseño son experiencias de interrelación entre el talento del artesano, su experticia, conocimiento del oficio y las materias primas, con el ejercicio profesional del diseñador; orientada al desarrollo de nuevos productos, conservando o posicionando valores identitarios y sistemas de producción local, con proyección global.

Se escogió el sector moda por ser uno de los seis sectores identificados en el Plan de Desarrollo Productivo del Gobierno Nacional, a través del MCIT. Este sector presenta una oportunidad y un potencial por desarrollar, por su arraigo en el área metropolitana que en términos institucionales y de infraestructura da soporte y capacidad de respuesta productiva.

De otro lado, el sistema moda articula de manera holística diferentes funciones y sectores de la vida económica y cultural de la sociedad, que están atravesados por una disciplina como el diseño y por un fenómeno como la moda.

Se tuvo como propósito activar procesos productivos mediante la articulación de los sectores artesanal y moda, para propiciar el dialogo activo entre tradición e innovación, a través de metodologías concurrentes que generen altos valores percibidos y un acento identitario diferencial del sistema moda de Santander, en los mercados nacionales e internacionales.

Esta estrategia estuvo orientada a vincular a quienes hacen parte de la red de oficios y sus cadenas productivas de Santander, con el sistema moda del área metropolitana. Para generar esta articulación, se requiere contar con la concurrencia de:

- El sector público que promueve procesos de promoción y desarrollo socioeconómico y cultural;
- El sector académico que apropie y desarrolle modelos metodológicos que

desde el diseño incida en el sistema productivo económico de un sector como el de moda y que asume la formación de las capacidades técnicas y de formación para el trabajo;

- El sector privado productivo del sistema moda que asume el reto de acoger este modelo concurrente y propiciar su sostenibilidad;
- El sector artesanal con las redes de oficios tradicionales y cadenas productivas articuladas que desde su maestría y valor patrimonial otorgan un valor diferencial a los resultados en terminos de producto;
- El sector financiero que soporta la implementación de la estrategia productiva y comercial.

Se vinculó la Cámara de Comercio de Bucaramanga, la Universidad de Santander UDES y dos diseñadoras del área metropolitana.









PROPÓSITO

Generar valor diferencial a la producción del sector textil, moda y confección de Bucaramanga y área metropolitana, mediante la vinculación con comunidades de artesanos de Santander, sus valores de identidad y patrimoniales, como una estrategia de renovación de lenguajes y generación de ingresos.

QUÉ SON LOS TALLERES DE CO DISEÑO VINCULADOS CON LA ARTESANÍA?

Es una experiencia de interrelación entre el talento del artesano, su experticia, conocimiento del oficio y las materias primas, con el ejercicio profesional del diseñador; orientada al desarrollo de nuevos productos, conservando valores identitarios y sistemas de producción local, con proyección global.

QUIENES

Adriana Santacruz es la diseñadora senior líder del taller; nacida en Pasto Colombia, su trabajo es la construcción de alianza entre el saber científico y el saber popular, fusiona técnicas artesanales con conceptos claros de diseño <http://www.adrianasantacruz.com>

El oficio artesanal predominante en Santander es la tejeduría con el 80 % de la población dedicada a sus diferentes técnicas, con un conocimiento depurado y una capacidad instalada apta para ingresar a nuevos escenarios de producción.

Participan en el taller 20 artesanos de los municipios de Vélez, Barbosa, Curití, San Gil, Giron, Piedecuesta, Bucaramanga Barrancabermeja y Zapatoca; junto con un grupo de diseñadores del sistema moda de Bucaramanga y área metropolitana, con su equipo de costureras y sastres.

FECHA Y LUGAR

Del 15 al 17 de noviembre de 8:00 am – 12:00 m / 2:00 pm – 5:00 pm, en la sede de la Universidad de Santander UDES.

Hora/	Nov. 15	Nov. 16	Nov. 17
7:40 a.m. – 12:40 p.m.	Ed. Guane Salón 302	Ed. Guane	Ed. Arahuaco
2:00 p.m. - 5:00 p.m.	Ed. Guane	Ed. Arahuaco	Ed. Arahuaco



Diseñadora de modas, Adriana

ALIADOS

Esta iniciativa del Laboratorio de Innovación y Diseño Santander de Artesanías de Colombia S.A. es apoyada por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, con Universidad de Santander.

1.2.5.2 Alianza del pacífico y feria artesanal en Piedecuesta



1.2.5.3 Marcas

De acuerdo al convenio celebrado entre artesanías de Colombia y cámara de comercio se otorgó a los artesanos la posibilidad de registrar 50 marcas; para esta labor se realizó la visita a 16 municipios del departamento de Santander, donde se impartió un taller de identidad corporativa siendo el componente principal el desarrollo de las marcas individuales o colectivas a partir del logo, símbolos o logotipos, de forma que fuera más entendible para cada uno de los artesanos que asistió y complementando los talleres se presentó un componente teórico sobre los empaques en el contexto artesanal.

 Don Jose Correa	 ABA -bordados	 ANA BEATRIZ	 arboli	 ARSI
 Arte Puche	 artecoor	 ARTETE	 artabaco	 BOGO
 buho	 CAFIKE	 CASA VASQUEZ	 cesteria de pericos	 COCO DE AGUA
 CONLANAR	 CREACIONES YANNY	 entretejiendo el llanito	 etnico	 fello
 Flor Alba	 granchi	 guadalupe final	 keramos [Converted]	 labor sana
 Marthaleyda	 luz y vida	 MAFER TEJIDOS	 MANAGUA	 mis artesanias
 mi-torno	 neil final	 Newen mapu	 tejarihi	 tejido angeliza





DISEÑOS DE MARCA RECIBIDOS		
Artesano	Marca	Diseño
BUCARAMANGA		
Pedro Díaz Hernández	ETNICO	
María Lucia Ramírez	Mariaguas	
Lía Amparo Vargas Ramírez	Brava	
Asociación de Artesanas de Bucaramanga Luz y Vida	Luz y vida	
Lina Miranda	Zawa	

FLORIDABLANCA		
Andrés Pérez Rangel	Mi Torno	 <p>MI TORNO</p>
PIEDRECUESTA		
Nelson Felipe Suarez Quintero	Juguetes Neil	
Luis López Prieto	Arte Sano	
Carlos Juvenal Mayorga Santos	Artabacco	
Claudia Helena Pinilla Plata	Artesanías Macaregua	

	<p>Corporación Cultural de Artesanos de Piedecuesta</p>	<p>Corpuarpi</p>	
	<p>Alfredo Gualdrón León</p>	<p>Fello Talla</p>	
	<p>Yorgan Correa</p>	<p>Don Jose Correa</p>	
<p>BARRANCABERMEJA</p>			
	<p>Juan Carlos Ardila Beleño</p>	<p>La Tierra prometida artesanías</p>	

	Clara ines Corredor Pedraza	ArteCorr	
ZAPATOCA			
	Fundación Bordar	Fundación Bordar	 <p>Fundación BORDAR</p>
	Angela Bueno Almeida	Confecciones y bordados ABA	
	Angela Prada Ardila	Tejido Angelical	
	Marysol Bueno	Artepauche	
	Jenny Paola Rangel Estevez	Creaciones Yanny	<p>CREACIONES</p> <p>YANNY</p>

	Luz karine Valencia	Entretejando el llanito	 <p><i>Entretejando el llanito</i></p>
SOCORRO			
	María Olga Ariza López	Managua	 <p>• BOCORÉ •</p>
	Miller Antonio Lozano	Bestial	
	Claudia Bohórquez	Terracota de Bariri	 <p>TERRACOTA DE BARIRI ALFARERIA & DISEÑO</p>

GIRON	Martha Rivera	Marthaleyda	
BARBOSA	Elizabeth Walteros	Donju Artesanías	
Asociación de mujeres la fuerza de la tierra	Newen Mapu		
CONCEPCIÓN	Asociación de Mujeres Campesinas y Artesanas de Concepción – ASMUARCON	CONLANAR	

VÉLEZ		
Flor Alba Camacho Chacón	Lorena (bordado a mano)	
Pedro Arica	Mis artesanias	
Lilia Vasquez	Casa Vasquez	
Ana Beatriz ribera	La campesina	
CURITÍ		
Patrocinia Pimiento	Patrocinia Areagua	

	Blanca Rincón Pinto	Tejedores de tradición	
	Alba Silva Castro	Arsi	
	Maria elena Gonzales	tejarhi	
	Luz Dary Pinto	Terra Guane	
		Coco de agua	

CHARALÁ		
Asociación de Mujeres Campesinas Cinceleñas Antonia Santos	ASOMUCAS	
BARICHARA		
Diego Alonso Virviescas Gómez	Canastos Don Nico	
MOGOTES		
Graciela Sandoval Picón	Artesanías GRACHI	
Teresa Velandia Osorio	Artesanías Arbolito	
Marta Amado	Mafer	

	<p>OIBA Rafael Aranda</p>	<p>Ceramicas keramos</p>	
<p>GUADALUPE</p>			
	<p>Myriam Garcia</p>	<p>Cesteria de Pericos</p>	
	<p>Wvaldo Fonceca</p>	<p>Viesmar</p>	

	Jose Raul	Bogó	
	Roque julio Angarita	Cafike	
	Luz Marina	tejimar	
	Amalfi Mendoza	Creaciones amalfi	
	Luis Camacho leon	artete	

1.2.5.4 Expogestión

En el marco del evento Expogestión 2016 en la Ciudad de Bucaramanga como una alianza para impulsar la competitividad y el sector turístico de Santander donde asistieron alrededor de 800 empresarios y el cual contó con la presencia de la Ministra de Comercio Industria y Turismo, entre otras personalidades el laboratorio Diseño e Innovación Santander de Artesanías de Colombia en asocio con la Cámara de Comercio de Bucaramanga utilizaron esta importante vitrina para mostrar los resultados del proyecto y abrir posibilidades de mercado para las piezas artesanales de la colección.

La receptividad de los empresarios frente a la muestra fue muy positiva, ya que alrededor de 180 empresarios visitaron el stand de los cuales se obtuvo una base de datos con 60 potenciales clientes los cuales manifestaron su interés de adquirir los productos para uso personal, empresarial y algunos manifestaron el interés de involucrarse con tan hermosa labor abriendo las puertas de sus empresas, para promocionar las artesanías de Santander con sus equipos de trabajo realizando rápidamente el enlace con el artesano para concretar los pedidos.





1.2.5.5 Feria Tlaqueparte en México

Durante los meses de agosto, septiembre y Octubre se gestionó desde la dirección del proyecto y la cámara de comercio de Bucaramanga, los procedimientos necesarios para la participación de la feria internacional Tlaqueparte en México.

A cargo de María Consuelo Toquica deciden por razones competitivas, de sostenibilidad y de reconocimiento al municipio de Curití de la Provincia Guanentina.

Contextualización del estado actual de la comunidad seleccionada para participar en feria internacional.

En Curití el fique se usa principalmente como textil. A diferencia de las poblaciones cercanas, que le apostaron a la caña y al café cuando la producción de fibras artificiales abarató los procesos, los curiteños no abandonaron su producto. Hoy agradecen no haber sembrado otros cultivos pues la popularización de estilos de vida más amables con el medio ambiente, revivió el interés en el fique. Aunque la cosecha del producto es dispendiosa, los campesinos tienen en este cultivo, tan natural en sus tierras, una opción para salir de momentos de dificultad económica.

También hay un interés por aprovechar mejor el producto. Las fibras del fique representan solo el diez por ciento de lo que puede ofrecer la planta. Es decir que el noventa por ciento restantes se podría aprovechar de otras formas e implementarlo, por ejemplo, como material de construcción o incluso como alimento. En el pueblo el fique es convertido en todo tipo de productos artesanales, recuperando técnicas que vienen desde épocas coloniales.

Por esa razón se seleccionó la comunidad de tejedores de fique del municipio de Curiti (Santander), quienes se han destacado en este oficio proveniente de la mata de fique, el cual representa parte de la cultura y tradición del municipio desde

tiempos de la colonia y actualmente es común el uso de esta fibra para la producción de artesanías.

Esta comunidad realiza el proceso manual a la fibra, para convertirla en productos de decoración, mesa y accesorios como bolsos, correas, alfombras, cortinas, individuales y otros productos; siendo el sector fiquero y artesanal de Curití, un buen representante de la economía de la provincia de Guanentá, conformada por nueve municipios, incluido Curití, que derivan sus ingresos de la producción y venta de fique, y otros por la elaboración de artesanías en esta fibra.

Además en este momento se encuentra en proceso la entrega de la marca colectiva "fique de Curití", programa liderado por Artesanías de Colombia en convenio con la Superintendencia de Industria y Comercio SIC, también esta comunidad en su momento contó con 17 sellos de calidad "Hecho a mano", otorgados por el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y certificación ICONTEC, programas bajo los cuales se ha fortalecido el sector artesanal colombiano, ofreciendo al país y al mundo, artesanías de óptima calidad.

1.2.5.6 Participación en eventos feriales Nacionales.

La comunidad ha participado en las ferias de Expoartesanías, y según la experiencia de los participantes a la feria ha obtenido ventas representativas, fue difícil obtener una información cuantitativa, pero argumentan que cada vez que participan, venden todo lo que llevan.

1.2.5.7 Participación en eventos feriales Internacionales.

Desde el laboratorio Diseño e Innovación Santander de Artesanías de Colombia S.A. en convenio con cámara de comercio, en cumplimiento a uno de los objetivos a realizar en el proyecto de fortalecimiento y mejoramiento de la cadena de valor del sector artesanal, se coordinó junto con el equipo del proyecto, la participación en la feria Tlaqueparte, Monterrey México 2016.

Capacidad Productiva.

La capacidad productiva de Curití la mayoría de sus habitantes se han dedicado de generación en generación a la realización de productos en fique.

El municipio en si no es gran cultivador de fique, pero si ha sido uno de los que más ha desarrollado los productos elaborados en fique, apoyados por Ecofibras como una de las empresas más representativas de la región.

En el momento, se ha diversificado el producto con la intervención de otras técnicas de tejeduría como le telar vertical y de tejido de punto como el crochet y las dos agujas, técnicas traídas por los españoles y aprendidas desde la época de la colonización.

Según Agronet, la red de información del sistema agropecuario de Colombia la capacidad productiva a 2014 del fique en Santander que representa un 10.21% de la producción total del departamento tiene un total de 1.725 Hectáreas, que producen 1.920 Toneladas por año, a un rendimiento de Ton/Ha de 1.11.

Calidad de Producto.

En este momento se encuentra en proceso la entrega de la marca colectiva "fique de Curití", programa liderado por Artesanías de Colombia en convenio con la Superintendencia de Industria y Comercio SIC.

La comunidad es uno de los municipios, junto con Barichara que cuentan con almacenes dedicados solo a la venta de productos artesanales, con clientes locales, regionales, nacionales y extranjeros

Los almacenes más representativos y que se han visitado en este proyecto son:

- Artesanías CURI - TI
- Artesanías Cacique Cui - Ti
- Artesanías en Fique Mi Viejo Chocato.
- Almacén ECOFIBRAS.
- Artesanías Angie Palitos.
- Coco de Agua Sabor y Arte.
- Hilatej.
- María Canela.
- Artesanías Mocogua.
- Mary Arte Artesanías.
- TERRA GUANE.

Son almacenes sostenibles y rentables, pero es difícil que los artesanos compartan la información de cuanto son sus ventas anuales y su rentabilidad, pero lo que si es cierto es que es una comunidad organizada, que ya está preparada incluso para la intervención de una Sociedad de Intermediación Aduanera (SIA), porque ya el volumen de pedidos al exterior lo amerita.

Contable (Costos, Inventarios, Balance General, Estado PYG, libros contables).

La parte contable se ha desarrollado desde el componente de Desarrollo Empresarial, en los talleres se han desarrollado los temas de Balance General, Estado de Resultados entre otros.

Administrativo (asignación de roles dentro de la comunidad, estructura de trabajo en equipo de forma asociativa, manejo de formatos).

Para esta comunidad se trabajó por medio de un taller, en el que se explicaron todos los factores tener en cuenta en una participación ferial, una de las ventajas de la comunidad es que ya han participado en ferias nacionales.

Identificación de Focos a Fortalecer.

Las Artesanas seleccionadas que participaran en la feria fueron:

- Soledad Torres Tello C.C. 37.898.044 de San Gil.
- Blanca Rincón Pico C.C. 37.894.146 de San Gil.

Las artesanas anteriormente mencionadas han participado en ferias nacionales como expo artesanías, pero en cuanto a ferias internacionales fue su primera participación.

Llevaron un total de 85 productos de 8 artesanos más, adscritos a Astecur (Asociación de artesanos de Curití)

María Espinoza, Patrocinia Pimiento, Elena González, Luz Dary Pinto, Ecofibras, Aura Guevara, Camilo Torres, Gabriel Ribero. De igual forma, el proceso logra identificar tres rescates artesanales en el territorio:

Nicodemus Viviescas:



Nicodemus Viviescas es un artesano del municipio de Barichara de la provincia guanentina que trabaja el oficio de la cestería en bejuco de río, el principal atractivo de sus productos artesanales radica en los acabados irregulares del bejuco sin procesar, así como de la irregularidad del tejido.

Mariela Sanabria:



La importancia del hallazgo de la artesana Mariela Sanabria radica en las características del tejido non; esta tipología de tejido recupera una sabiduría ancestral que se remite a la cultura guane. Infortunadamente este conocimiento corre el riesgo de perderse dado que la artesana no ha logrado transmitir su conocimiento.

Es importante destacar que dicha técnica debe ser documentada y promocionar su difusión buscando la preservación de la misma.

Ana Feliza Alquichire:



La artesana Ana Feliza Alquichire del municipio de Barichara ha practicado el oficio de la alfarería toda su vida y aún lo hace manteniendo las mismas prácticas productivas aprendidas como aquella de la quema a cielo abierto; es importante resaltar que al igual que el artesano Nicodemus, la tipología de su producto es de gran interés gracias a la irregularidad de sus acabados, formas y texturas.

Se involucró de forma activa a 57 unidades productivas en el desarrollo de la colección

1.3 Conclusiones

- La artesanía representa parte del patrimonio cultural de los países y sus regiones y su comercialización requiere de canales específicos y relaciona directamente con el sector Turismo, el cual no ha alcanzado el valor máximo de su potencial productivo ni comercial.
- Es necesario promover la asociatividad como mecanismo de cooperación en donde cada artesano participa en un esfuerzo conjunto para la búsqueda de un objetivo común. La asociatividad es un factor clave de éxito que permite la integración a redes de producción y mercadeo.
- Para lograr la sostenibilidad y la rentabilidad del sector, se requiere de la cooperación interinstitucional de entidades como: Artesanías de Colombia, Cámaras de Comercio, Andi, Acopi, Fenalco, Asociaciones de Artesanos, entre otras que deseen y puedan vincularse a apoyar el proyecto.
- En el desarrollo de los diferentes componentes se identifica una comunidad artesanal habida de adquirir conocimientos, dispuesta y participativa, aunque con un nivel escolaridad muy bajo o nulo en algunos casos.
- Como resultado de los talleres realizados se entregó 36 marcas individuales de los artesanos quienes participaron de forma activa en el desarrollo del proyecto con artesanías y de igual forma se entregó 6 marcas colectivas que corresponden a asociaciones artesanales de los diferentes municipios; con un total de 50 marcas artesanales (8 previamente ya tenían un proceso adelantado).

- Se evidenció que si bien los artesanos conocen a ciencia cierta las cantidades de material a utilizar en la elaboración de cada uno de los productos, fruto de su experticia; desconocían completamente como costear correctamente la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación, así como desconocimiento de las oportunidades y amenazas del sector, de forma tal que el valor percibido por los conocimientos impartidos fue muy alto y útil para los artesanos.
- Los artesanos están en capacidad de determinar los costos de producción, conocen los aspectos básicos de la contabilidad y están en capacidad de conocer e identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a las que se enfrenta su sector, así como la importancia de asociarse y agremiarse, de igual forma están es capacidad de identificar los componentes para la elaboración de un plan de negocios, aspecto clave para participar en proyectos de entes descentralizados, y/o gubernamentales.
- Se ha logrado promover una visión positiva de las capacidades de los artesanos en la orientación y desarrollo de las expectativas personales y de trabajo.
- En General la comunidad Artesanal considera importante la continuidad de los diferentes proyectos en aras de lograr sostenibilidad e impacto a largo plazo y en el fortalecimiento del gremio.
- La Gobernación del Departamento de Santander está en el proceso de elaboración del proyecto Marca Región para Santander, su objetivo general es crear el espacio propicio para reflexionar sobre la identidad como santandereanos, pero sobre todo para reconocer y valorar lo que se tiene para desarrollar el sentido de pertenencia por la región. Éste proyecto es pertinente para los objetivos del proyecto.



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO

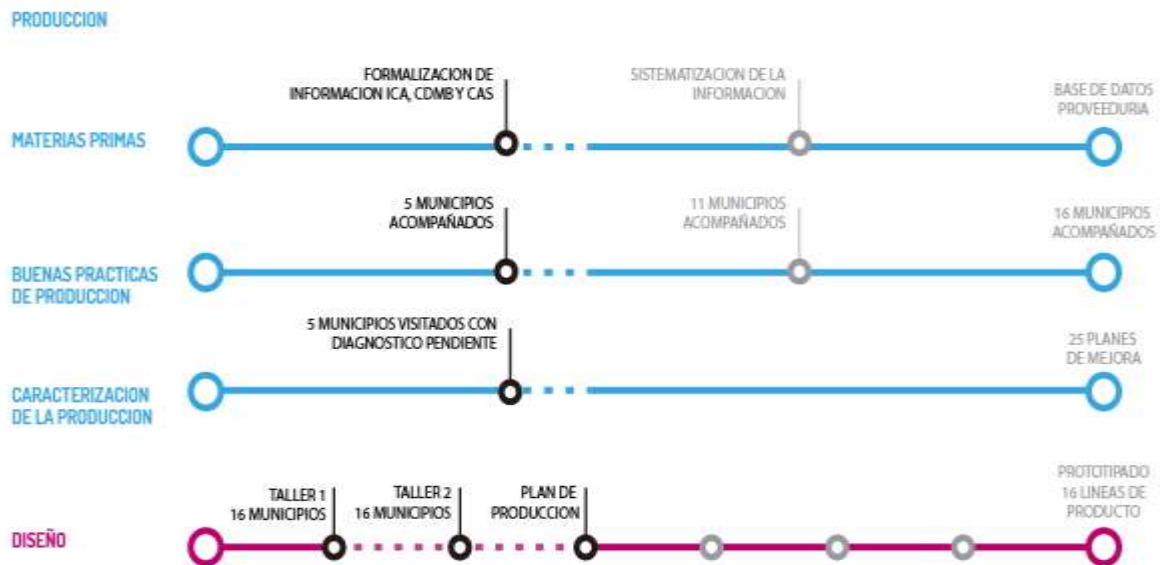


- La estrategia de los Talleres de co-diseño vinculando el Sistema Moda a la Artesanía, deben ser incorporados dentro de los planes de entidades territoriales, de tal manera que articule a las universidades y a los empresarios privados de la moda; garantizando así un proceso sostenible de un tiempo no menor a seis meses en el que se cumpla el ciclo de la realización del taller, donde se entreguen unos prototipos que se ajusten al engranaje en las empresas taller de los diseñadores, con el posterior montaje de una producción piloto con el concurrencia de los artesanos; hasta culminar con el momento del lanzamiento en el mercado.
- Asegurar el compromiso de los diseñadores participantes en el proyecto es un requisito para lograr el propósito de estos talleres y la sostenibilidad de esta estrategia.
- El acompañamiento de este proceso con expertos empresarios del sistema moda es imprescindible para lograr la inserción en los mercados.

1.4 Limitaciones y Dificultades

Diseño y Producción: En el desarrollo del proyecto se presentó la dificultad en el proceso por la detención que tuvo el mismo un mes después de haber iniciado el proceso debido a que dos de los miembros del equipo inicial de diseño no continuaron por razones personales el proceso, retrasando de esta forma un mes el proceso respecto al resto de laboratorios de Colombia.

En la figura a continuación se puede apreciar la interrupción en el proceso y como se vieron afectadas las diferentes actividades del laboratorio.



Desarrollo Empresarial: Una de las principales limitantes que se encontraron en el desarrollo del módulo fue el tiempo en el que fue programado el mismo es decir este según el cronograma del proyecto se trabajaría entre mediados de septiembre y mediados de noviembre (2 meses). En primer lugar, el tiempo destinado para este módulo resulta escaso, ya que los temas a impartir son extensos y requieren

profundidad, en especial cuando la población beneficiaria presenta dificultades de escolaridad. Por esta razón nos vimos obligados a sintetizar la información y utilizar herramientas metodológicas que permitiesen transferir el conocimiento con el mayor grado de retención por parte de los artesanos posible.

Ahora bien, al haberse desarrollado en el último trimestre del año fue una limitante grande ya que los artesanos, están en plena producción para las diferentes ferias que por lo general se desarrollan en el último trimestre del año, así como la cosecha cafetera, es importante recordar que gran mayoría de los artesanos alternan su actividad artesanal, con otras actividades especialmente la recolección de café.

Por estas razones la asistencia a las convocatorias no fue la esperada, pues si bien se realizaba convocatoria por diferentes medios, (radio, prensa, perifoneo, 2 tele mercadeos uno una semana antes y otro un día antes), y los artesanos confirmaban asistencia, a la hora del taller no asistían todos los convocados.

Para el caso puntual del componente de “dinámicas organizacionales y de gestión” este se programó para la segunda semana de noviembre en los cuatro municipios priorizados (San Gil, Curití, Barichara y Charalá), sin embargo la asistencia de los artesanos no fue la esperada, pues si bien estos municipios cuentan con asociaciones y empresas artesanales ya constituidas, y manifestaron su interés en capacitarse, para esta fecha ya estaban en plena producción para la participación en ferias de carácter nacional como la feria en Santa marta y en Expoartesanias, así como la feria en México, se realizaron varias convocatorias en diferentes horarios a estas poblaciones con la finalidad de desarrollar la temática planeada, pero no se logró contar con la participación de Barichara ni de Charalá en este componente.

Ejemplo Charalá, municipio en el que se realizaron 3 convocatorias, y no asistió nadie.

Caso similar sucedió en Barichara, donde se realizaron dos convocatorias especiales para desarrollar los talleres, y la asistencia fue nula, en ambos casos se llamó a los artesanos a consultar el motivo de su inasistencia, y la respuesta más recurrente, era que no podían porque estaban en plena producción para la temporada, y que no contaban con el tiempo para una capacitación más, o que estaban en recolección de la cosecha.

Pese a las medidas tomadas para ampliar la convocatoria y asistencia de los artesanos en las diferentes actividades y talleres programados en algunos municipios como Barichara, no se logró cumplir con las expectativas de participación.

La limitante del tiempo para cumplir con todas las actividades programadas durante la ejecución del proyecto. A causa de las situaciones propias del proyecto en su ejecución inicial.

1.5 Recomendaciones y sugerencias

Después de desarrollar el módulo en los 16 municipios seleccionados se puede determinar que la comunidad artesanal en términos generales está muy interesada, en recibir capacitación y formación que les contribuya con su desarrollo personal y empresarial, sin embargo, una de las sugerencias reiteradas de los artesanos, así se evidencia en las evaluaciones, es que el tiempo destinado a estas capacitaciones es muy corto, por lo que desearían que se programaran con mayor extensión.

Por otra parte solicitan que se programen preferiblemente en el primer semestre del año, ya que en el último trimestre se cruza con otras actividades importantes para ellos.

De igual forma se recomienda el extender el componente de “Dinámicas Organizacionales y de Gestión” a otras comunidades como Zapatoca, Barrancabermeja, Barbosa” las cuales muestran interés en asociarse y organizarse como comunidad artesanal, para aprovechar los beneficios que trabajar en equipo les representa.

Prescindir de mejores tiempos para la ejecución del componente de identidad corporativa, debido a que deben ser consecuentes frente a las etapas mínimas a desarrollar; de forma que se propone un boceto de las fases y/o reuniones donde sea en primera instancia el impartir los contenidos teóricos (entendido como la construcción del nombre, logo, logo símbolo, paleta de colores etc.) a los artesanos, después realizar un mesa participativa (artesano-diseñador-abogado) de forma que se obtenga una gran cantidad de insumos por parte de los artesanos (posibles nombres, paleta de colores, gráficos) y de este modo asegurar que la construcción final sea más enriquecedora al momento de definir el diseño en formato digital de

igual forma es importante realizar de forma conjunta o mediante asesorías puntuales de la parte jurídica, para prever reprocesos en la elección del nombre que cada artesano designe a su marca debido a que se debe consultar en una base de datos del SIC y por último la retroalimentación del arte final (artesano-diseñador) siendo este el momento donde se presenta el resultado de los talleres, la construcción conjunta y se proyectan los cambios necesarios o la aprobación final.

Por último, es fundamental darle continuidad a este tipo de proyectos profundizando en la temática ya que sin duda el resultado final de estos, será una comunidad artesanal más sólida, con nuevas oportunidades y mejoramiento en la calidad de vida de la población artesanal.

Favorecer y ampliar el acompañamiento a los artesanos que están iniciando su desarrollo en la actividad artesanal y que por su falta de experiencia requieren profundidad, continuidad y mayor acompañamiento en Diseño y emprendimiento.

Bibliografía

- Material Gráfico y Fotográfico: Este material es producto de trabajo realizado por el equipo interdisciplinario y profesionales participes del proyecto “Fortalecimiento y mejoramiento de la cadena productiva del sector artesanal en Santander”.

Consejo Regional



“Fortalecimiento y mejoramiento de la cadena productiva y del sector artesanal en Santander”



Rendición de Cuentas



PROYECTO "FORTALECIMIENTO Y MEJORAMIENTO DE LA
CADENA DE VALOR DEL SECTOR ARTESANAL EN SANTANDER

Propiedad intelectual

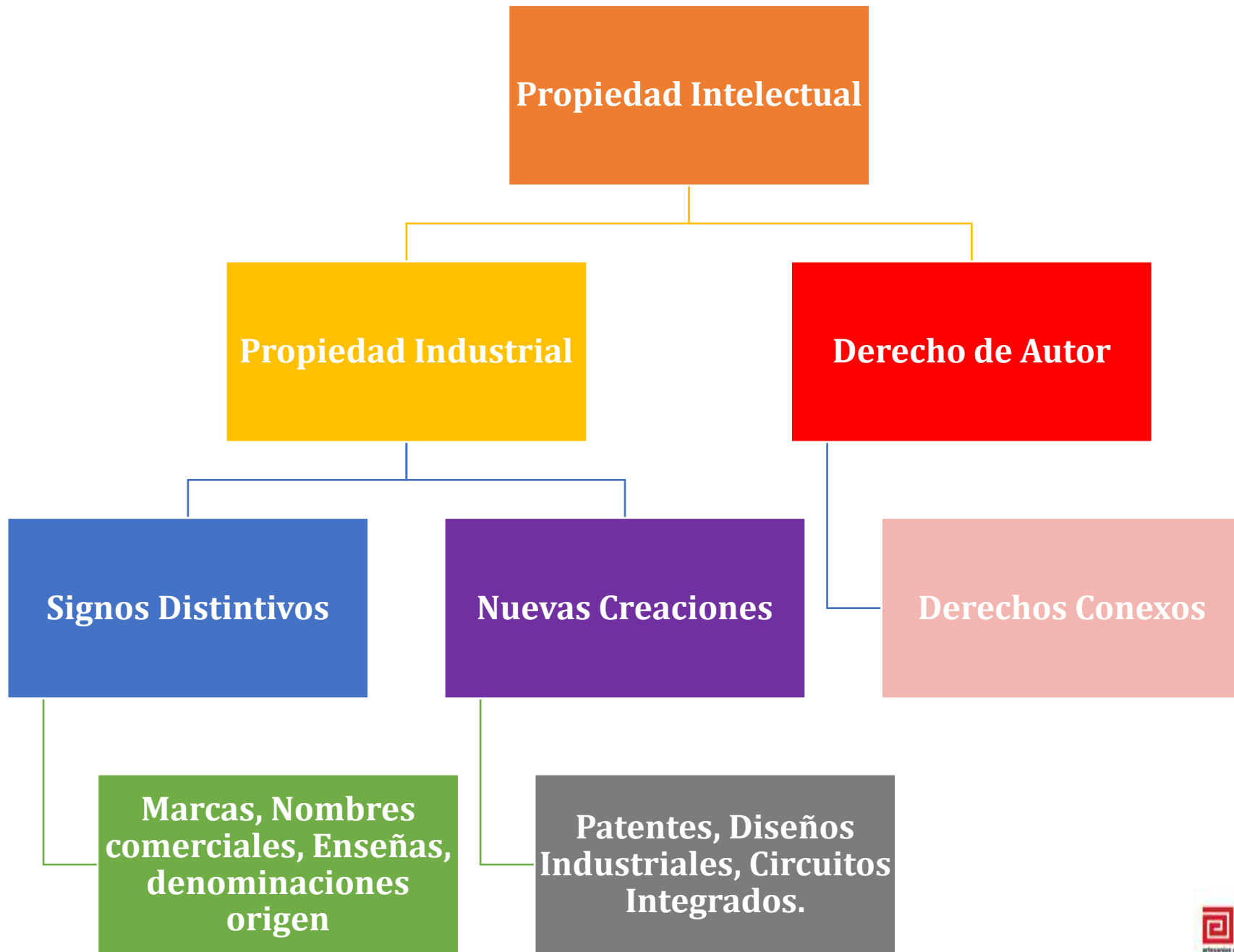
César Augusto Castellanos Gómez

Convenio No. ADC-2015-535 Suscrito entre la Cámara de
Comercio de Bucaramanga y Artesanías de Colombia, S.A.



MINISTERIO
INDUSTRIA Y TURISMO





Qué es la propiedad intelectual?

La Propiedad Intelectual hace referencia a toda creación del intelecto humano. Las obras literarias, artísticas y científicas; las interpretaciones de los artistas intérpretes y las ejecuciones de los artistas ejecutantes, los fonogramas y las emisiones de radiodifusión; las invenciones en todos los campos de la actividad humana; los descubrimientos científicos; los dibujos y modelos industriales; las marcas de fábrica, de comercio y de servicio, así como los nombres y denominaciones de origen; y todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual en los terrenos industrial, científico, literario y artístico.

Los derechos de Propiedad Intelectual se dividen en dos ramas que protegen los intereses de los creadores al ofrecerles ventajas en relación con sus creaciones: La propiedad Industrial y La Protección a Derechos de Autor.

Qué es la propiedad industrial?

La **propiedad industrial** es un conjunto de derechos que puede poseer una persona física o jurídica sobre una nuevas creaciones (patentes, diseños industriales, modelos de utilidad), o signos distintivos (marcas, lemas, enseñas o nombres comercial), etc.

La Entidad Nacional delegada para la administración de la **Propiedad Industrial** en Colombia es la Superintendencia de Industria y Comercio a través de la Delegatura para la Propiedad Industrial.

Esta entidad cuenta con la Oficina de Servicio al Consumidor y Apoyo Empresarial, OSCAE, quien administra y coordina las actividades de divulgación y formación en temas de Propiedad Industrial. La Oficina tiene entre sus funciones diseñar y promover los mecanismos y herramientas para la divulgación, promoción y fomento de las funciones, trámites y servicios institucionales.



Qué son los derechos de autor

En la terminología jurídica, la expresión “derecho de autor” se utiliza para describir los derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas. Las obras que se prestan a la protección por derecho de autor van desde los libros, la música, la pintura, la escultura y las películas hasta los programas informáticos, las bases de datos, los anuncios publicitarios, los mapas y los dibujos técnicos.

La Entidad Nacional delegada para la administración de los **Derechos de Autor** y Derechos Conexos en Colombia es la Dirección Nacional de Derechos de Autor cuya misión es fortalecer la debida y adecuada protección de los titulares de derecho de autor y de los derechos conexos contribuyendo al desarrollo de una cultura de respeto a estos derechos.

Qué son signos distintivos?

Son signos distintivos todos aquellos símbolos, figuras, vocablos o expresiones que se utilizan en la industria o en el comercio para diferenciar los productos, servicios, actividades y establecimientos propios de los de los demás.

Entre los signos distintivos podemos identificar las marcas, los lemas, las enseñas y los nombres comerciales.

Qué es una marca?

Una marca es una categoría de signo distintivo que identifica los productos o servicios de una empresa o empresario.

¿Qué es una marca colectiva?

Es un tipo de marca de la que se valen las asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o cualquier grupo de personas para que con ella se informen las características comunes de los productos o servicios de los integrantes de ese cuerpo colectivo.

¿Qué es una marca de certificación?

Son las que se utilizan para garantizar una calidad o estándar de un producto o servicio.

¿Quién puede ser titular de una marca?
Cualquier persona natural o jurídica.

¿Quién (o quienes) pueden ser titulares de una marca colectiva?

Podrán ser titulares las asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o grupos de personas, legalmente establecidos.

¿Quién (o quienes) pueden ser titulares de una marca de certificación?

Podrá ser titular la empresa o institución, pública o privada, que se encarga de certificar la calidad o cumplimiento del estándar de los productos o servicios correspondientes.

¿Cuáles son los beneficios de proteger una marca?

La marca permite que los consumidores identifiquen el producto o servicio y lo recuerden, de forma que puedan diferenciarlo de uno igual o semejante ofrecido por otro empresario. Los consumidores son más propensos a adquirir un producto del cual recuerdan la marca que de aquellos que no logran identificar.

Así mismo, la marca representa en la mente del consumidor una determinada calidad del producto o servicio, así como reporta alguna emoción en el consumidor. Por lo tanto, es el medio perfecto para proyectar la imagen del empresario, su reputación y hasta su estrategia comercial. En concreto, una marca:

- Permite a la empresa diferenciar su producto o servicio.
- Ayuda a garantizar la calidad a los consumidores. Por tanto construye confianza.
- Puede ser objeto de licencias y por tanto, fuente generadora de ingresos.
- Puede llegar a ser más valiosa que los activos tangibles.

Siendo entonces tan importante, al ser registrada la marca le genera a la empresa el derecho exclusivo a impedir a terceros que comercialicen productos y ofrezcan servicios idénticos o similares con marcas idénticas o similares, con el fin de que los consumidores no se confundan y adquieran el producto o el servicio del empresario que en realidad quieren.

Qué es un nombre comercial?

El nombre comercial es el signo que identifica al empresario como tal en el desarrollo de una actividad mercantil.

¿Cuál es la diferencia con la marca?

La marca identifica al producto o servicio. El nombre comercial identifica al empresario que los produce, ofrece o comercializa. Por otra parte, el derecho sobre la marca se adquiere con su registro, mientras que el derecho sobre el nombre comercial se adquiere con su uso. Por tanto, el derecho sobre la marca se pierde si no se renueva el registro, mientras que el derecho sobre el nombre comercial se pierde si no se usa de manera continua.

Qué es una enseña comercial?

La enseña comercial es un signo que siendo perceptible por el sentido de la vista sirve para identificar a un establecimiento de comercio.

La enseña comercial puede consistir en palabras, letras, números, dibujos, imágenes, formas, colores, logotipos, figuras, símbolos, gráficos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas, escudos, o combinación de estos elementos.

¿Cuál es la diferencia con el nombre comercial?

El nombre comercial es el que identifica al empresario como tal en el desarrollo de una actividad mercantil y la enseña comercial es la que identifica al establecimiento de comercio.

Un empresario puede identificar con un nombre comercial las actividades de comercialización de un producto en particular e identificar con una enseña comercial al establecimiento de comercio destinado para dicha comercialización.

Así, pueden coincidir en su denominación la enseña, el nombre comercial y hasta la marca, siendo posible que el empresario escoja un nombre comercial para identificarse, una enseña diferente para identificar su establecimiento de comercio y una marca diferente para identificar los productos o servicios que comercializa.

Qué es un lema comercial?

Un lema comercial es un signo distintivo consistente en una palabra, frase o leyenda que se utiliza como complemento de una marca para reforzar su recordación. Es lo que se conoce comúnmente como slogan.

¿Cuál es la diferencia con la marca?

El lema se diferencia de la marca principalmente en que sólo puede consistir en una palabra, frase o leyenda y no en figuras o sonidos. Dada su misión publicitaria de la marca a la cual se asocia, es normalmente sugestivo de las características de la marca. Por ello es común que consista en una frase o una leyenda.

Es importante tener en cuenta que siempre es accesorio a la marca, es decir, es necesario que la marca que identifica el producto o servicio esté registrada

Qué es una denominación de origen?

Una denominación de origen es el nombre o indicación de un lugar geográfico, que puede ser un país o región determinada, que designa un producto que por ser originario de dicha región y por las costumbres de producción o transformación de sus habitantes, tiene unas características y/o reputación que lo hacen diferente de los productos semejantes provenientes de otros lugares geográficos.

¿Quién puede solicitar la declaratoria de protección de una denominación de origen?

Lo podrán hacer quienes demuestren legítimo interés, es decir, las personas naturales o jurídicas que directamente se dediquen a la extracción, producción, elaboración del producto o productos que se pretenden amparar con la denominación de origen.

¿Quiénes pueden ser los titulares de la denominación de origen?

Por ser un derecho colectivo, el titular es el Estado Colombiano en Cabeza de la SIC, pero esta puede delegar la "administración" de la denominación de origen a entidades públicas o privadas que representen a las personas que se dedican a la extracción, producción o elaboración de los productos identificados con la denominación de origen.

¿Cuál es la diferencia entre la declaración de protección de una denominación de origen y el registro de una marca?

La diferencia fundamental radica en que para registrar una marca no se necesita que esta haya sido usada o que haya alcanzado algún estatus especial, por ende su derecho nace a partir del registro. En cambio, la declaración de protección de la denominación de origen es el reconocimiento que hace el Estado al posicionamiento de un producto con un nombre geográfico que ostenta unas calidades gracias a su origen geográfico y a sus factores humanos, y que han sido sostenidas y controladas a lo largo del tiempo.

¿Qué protege?

El reconocimiento o reputación de un producto de varias personas que ha sido adquirida gracias a su esfuerzo colectivo para mantener las calidades del producto que se derivan de su zona geográfica.

¿Por cuánto tiempo se protege?

La vigencia de la declaración de la protección de la Denominación de Origen estará determinada por la subsistencia de las condiciones que hacen que el producto tenga las calidades reconocidas.



Anexo Fotográfico

Talleres de Signos distintivos en los municipios de Barrancabermeja, Sabana de Torres, Socorro y Concepción, Barbosa, Vélez, Curití, Mogotes San Gil, Charalá y Barichara,

Fotografías César Augusto Castellanos Gómez - Asesor



Barrancabermeja



San Gil



Sabana de Torres



Socorro



Concepción



Barbosa



Velez



Curití



Mogotes



Charalá



Barichara