



CORPORACIÓN
DE CULTURA
Y TURISMO
DE ARMENIA



MinComercio
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

PROYECTO
“INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR CULTURAL ARTESANAL DE
ARMENIA” – Informe final

ELABORADO POR:
D.I VALENTINA BUITRAGO GARCÍA

Armenia, Diciembre 2013



TABLA DE CONTENIDO

1	ANTECEDENTES	6
2	UBICACIÓN GEOGRÁFICA	7
3	DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO	8
3.1	CONVENIO INTERADMINISTRATIVO DE COOPERACION ENTRE LA CORPORACIÓN DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA Y ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A. No. 001 DE 2013	8
3.2	OBJETIVO	8
3.3	COBERTURA	8
4	RESULTADOS DE EJECUCIÓN	9
5	PLANEACIÓN CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	11
6	INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL ARMENIA: DINAMIZACIÓN DEL SECTOR	12
6.1	AJUSTE DE OFERTA ACTUAL	12
6.2	ASESORÍA Y ASISTENCIA TÉCNICA	17
7	INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL ARMENIA: PROFUNDIZACIÓN Y ESPECIALIDAD.	18
7.1	ASESORÍA Y ASISTENCIA TÉCNICA.	18
7.2	DISEÑO Y DESARROLLO DE LÍNEAS DE PRODUCTO	18
8	AVANCE Y SEGUIMIENTO DE ASESORÍAS	20
9	ASISTENCIA TÉCNICA	25
10	DISEÑO DE LÍNEAS DE PRODUCTO	26
11	PROGRAMA DE FORMACIÓN	31



CORPORACIÓN DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA



MinComercio
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo



12	ACCESO A NUEVOS ESPACIOS DE COMERCIALIZACION -----	43
13	CONCLUSIONES-----	51
14	LIMITACIONES Y DIFICULTADES -----	52
	Ilustración 1 Mapa departamento del Quindío con sus respectivos municipios	7
	Ilustración 2 Cronograma de Actividades	11
	Ilustración 3 Estado socio-económico de los beneficiarios.....	13
	Ilustración 4 Oficios en porcentaje de los beneficiarios	14
	Ilustración 5 Aspectos de actividad, formación y destreza	14
	Ilustración 6 Modalidad de venta de los beneficiarios.....	15
	Tabla 1 INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL ARMENIA	10
	Tabla 2 Ajuste de oferta actual.....	12
	Tabla 3 Asesoría y asistencia técnica	17
	Tabla 4 Diseño y desarrollo de líneas de producto.....	19
	Tabla 5 Programa de Formación.....	31
	Tabla 6 Misión Comercial Expoartesanías 2013.....	43

RESUMEN

El proyecto “INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR CULTURAL ARTESANAL DE ARMENIA”, se estructuró como una estrategia de desarrollo dinamizadora de la oferta productiva del sector artesanal de la ciudad, orientada a mercados contemporáneos tanto locales como globales (con enfoque al consumidor turista).

El desarrollo de las actividades en Diseño y desarrollo de producto en su primera fase y desarrolladas en el municipio de Armenia departamento del Quindío, se atendieron 40 artesanos en los oficios de Carpintería y ebanistería, talabartería y marroquinería, cerámica, joyería, fibras naturales y el enchape en chaquira checa.

Es importante resaltar que los oficios con mayor participación para esta fase fueron la talabartería y marroquinería y la joyería; oficios de alta relevancia en la dinámica de la economía local artesanal. Los beneficiarios de esta fase en su mayoría mostraron interés, ya que por medio de los talleres realizados se les brindó la información necesaria y pertinente de lo que demandaba el mercado soportado en unas necesidades mostradas por el consumidor final.

INTRODUCCIÓN

Basados en los estándares de diseño utilidad y funcionalidad que presenta el mercado artesanal actualmente, se identificó que el escaso nivel de innovación que tienen las unidades productivas de la región, es una de las falencias más representativas que presenta el sector.

Por consiguiente, el objetivo de esta actividad fue el de dinamizar la actividad artesanal de la región, mediante unos procesos de mejoramiento e innovación en el desarrollo de producto; donde éste a su vez, generará un fortalecimiento a la competitividad de los beneficiarios para dicho mercado. Es importante tener en cuenta que para llevar a cabo este proceso se focalizaron 3 programas fundamentales o aspectos en los cuales se encuentra el Ajuste de la oferta actual, asesoría puntual y/o asistencia técnica y el desarrollo de identidad gráfica.

En primera instancia se realiza la recopilación y el análisis correspondiente al estado económico-social de cada uno de los beneficiarios; donde por medio de la interacción personal e individual con los artesanos permitieron conocer su oficio, técnica, proceso productivo, materiales e insumos, equipos y herramientas con los que cuenta para el desarrollo de productos, nivel académico y situación de organización empresarial y socio económica.

De otro modo se identifica que la población a intervenir, obedece a una sociedad que se divide en porcentajes iguales en urbana y rural, población joven adulta con un nivel de escolaridad representativo en la básica media y que pertenece a los estratos 1, 2 y 3.



CORPORACIÓN
DE CULTURA
Y TURISMO
DE ARMENIA



MinComercio
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

1 ANTECEDENTES

El Laboratorio de Artesanías de Colombia, desde hace 15 años atiende las necesidades de diseño y producción de más de 400 talleres, dedicados a la manufactura artesanal en una gran variedad de oficios en distintos municipios del Quindío, lo cual ha generado una nueva percepción de la artesanía tradicional, permitiéndole ser más competitiva, innovadora, y llegar a nuevos segmentos del mercado nacional e internacional.

Este trabajo se ha enfocado a la organización para la producción, tomando como base el trabajo comunitario, desarrollando programas de capacitación, asistencia técnica en innovación y desarrollo de producto, mejoramiento de procesos productivos y complementando los de gestión empresarial, fundamentos de mercadeo y servicios de apoyo a la promoción y comercialización del producto artesanal.

2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

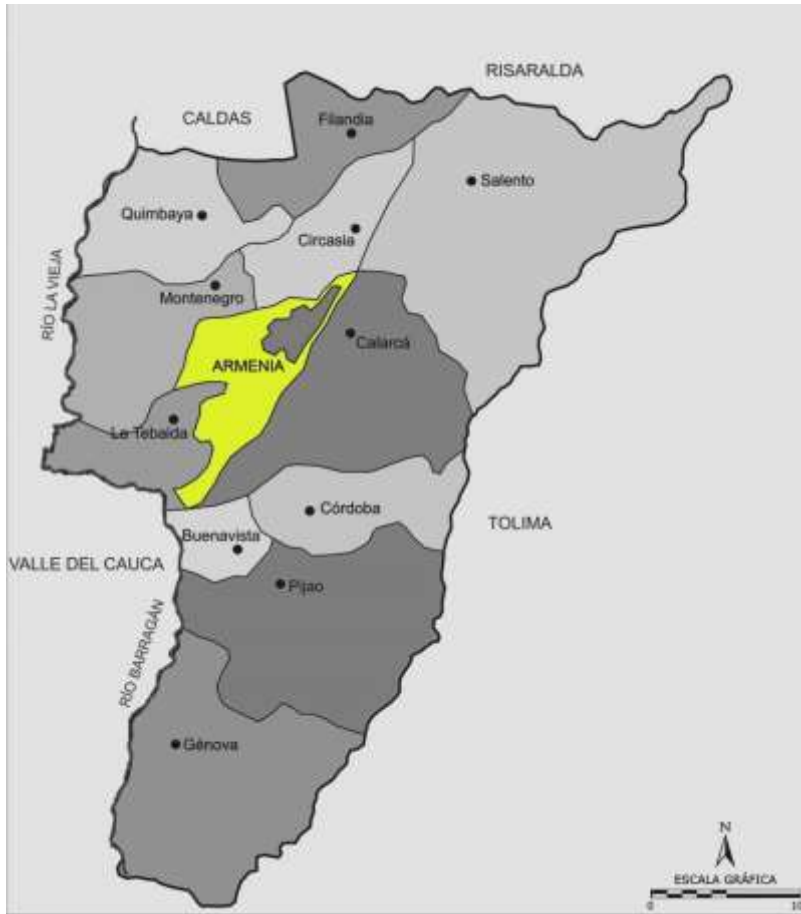


Ilustración 1 Mapa departamento del Quindío con sus respectivos municipios

3 DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO

3.1 CONVENIO INTERADMINISTRATIVO DE COOPERACION ENTRE LA CORPORACIÓN DE CULTURA Y TURISMO DE ARMENIA Y ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A. No. 001 DE 2013

El proyecto “INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR CULTURAL ARTESANAL DE ARMENIA”, se estructura como una estrategia de desarrollo dinamizadora de la oferta productiva del sector artesanal de la ciudad, orientada a mercados contemporáneos tanto locales como globales (con enfoque al consumidor de tipo turista).

3.2 OBJETIVO

Prestar servicios profesionales en diseño aplicado a la artesanía, para el desarrollo del sector artesano del Municipio de Armenia.

3.3 COBERTURA

Municipio de Armenia: Cabecera Municipal. 40 beneficiarios.

4 RESULTADOS DE EJECUCIÓN

En el cuadro siguiente se presenta el programa de asesorías puntuales cumplido con 87 asesorías, equivalente a un 100% del total del convenio.

En el programa de formación se dio cumplimiento a las 40 horas, en aspectos de Metodología de diseño, Mercadeo e innovación y Empaques, ofrecidas a los grupos ASOJOYEROS, ARTE-SANO, FUNDACION HOGARES CLARET y artesanos beneficiarios del proyecto.

INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL ARMENIA	DESCRIPCIÓN	PROGRAMADO	EJECUTADO	% DE EJECUCIÓN	MEDIDA	ANEXOS
--	-------------	------------	-----------	----------------	--------	--------

Dinamización del Sector

Asesoría y asistencia técnica	Asesoría personalizada y asistencia técnica con diseñadores en aspecto de producción, presentación final de productos entre otros	87	87	100%	Asesoría	Ver Anexo 1
Ajuste de oferta Actual	Evaluación y creación de estrategias de mejora a la oferta actual de los productores artesanales del Municipio, atención a artesanos en general	40	40	100%	beneficiarios	Ver Anexo 2

Profundización y Especialidad

Asesoría y asistencia técnica	Asesoría personalizada y asistencia técnica a 20 artesanos en aspecto de producción, presentación final de productos entre otros	47	47	100%	Asesoría	Ver Anexo 4
Diseño y desarrollo de líneas de producto	Diseño y desarrollo de nuevas líneas de producto contemporáneo, dirigido a las tendencias mundiales del sector.	6	7	116%	Producto	Ver Anexo 5

Programa de Formación

Metodología de Diseño	Capacitaciones Teórico-Prácticas, para la transferencia de conocimiento.	40	40	100%	Horas	
Empaques						
Mercadeo e Innovación						

Costos						Ver Anexo 6
--------	--	--	--	--	--	-------------

Acceso a nuevos espacios de comercialización	DESCRIPCIÓN	PROGRAMADO	EJECUTADO	% DE EJECUCIÓN	MEDIDA	ANEXOS
Misión Comercial Expoartesanas 2013	Visita comercial de 25 artesanos a expoartesanas 2013 Bogotá, como visitantes y reconocimiento del sector artesano en un evento ferial Internacional especializado del sector. Tres días y dos noches.	1	1	100%	Feria o evento comercial	Ver Anexo 7

Tabla 1 INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL ARMENIA

5 PLANEACIÓN CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES ARTESANÍAS DE COLOMBIA ARMENIA, QUINDIO OCTUBRE - FEBRERO 2013																
Actividades	Octubre		Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero	
	semana3	semana4	semana1	semana2	semana3	semana4	semana1	semana2	semana3	semana4	semana1	semana2	semana3	semana4	semana1	semana2
Realizar el registro fotográfico e inscripción de 120 productores artesanales del Municipio de Armenia.																
Evaluar y crear estrategias de mejora a la oferta actual productores artesanales del Municipio. /Caracterización, proyección a mercado local y global. Estrategias de Asistencia y mejora de producto	Actividad Transversal															
Impartir 120 horas de capacitación, Teórico-Prácticas, para la transferencia de conocimiento en temas como Metodología de Diseño, Empaques, Identidad gráfica, mercadeo y costos.																
Impartir 261 asesorías personalizadas y asistencias técnicas en aspectos de producción, imagen corporativa y/o presentación final de productos entre otros.																
Diseñar y desarrollar 18 líneas de producto contemporáneo, dirigido a las tendencias mundiales del sector, representadas en 75 nuevos productos.																
Edición y ajuste en diseño, de las líneas propuestas por el "equipo de diseño".	Actividad Transversal															
Participar y representar al Laboratorio de Artesanías de Colombia en eventos y actividades relacionadas con el ejercicio del proyecto.																

Ilustración 2 Cronograma de Actividades

Estrategia de Capacitación por grupos generales de artesanos en aspectos como: Metodología de Diseño, Empaques, Identidad gráfica, mercadeo y costos. Grupos productivos establecidos serán atendidas por el grupo completo de diseñadores orientado y realizando seguimiento a su oferta productiva. Grupos de artesanos individuales serán atendidos por un diseñador realizando el seguimiento del mismo los días martes, miércoles y/o viernes.

6 INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL ARMENIA: DINAMIZACIÓN DEL SECTOR

Éste módulo pretendió dinamizar el sector artesanal de Armenia, en un proceso constante de mejoramiento e innovación, fortaleciendo su competitividad en el mercado global. Se consideraron dos programas fundamentales que son: Ajuste de oferta Actual, Asesoría puntual / asistencia técnica, programas que se relacionan a continuación el porcentaje de ejecución a la fecha por actividad.

6.1 Ajuste de oferta actual

INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL ARMENIA	DESCRIPCIÓN	PROGRAMADO	EJECUTADO	% DE EJECUCIÓN	MEDIDA
Ajuste de oferta actual	Evaluación y creación de estrategias de mejora a la oferta actual de los productores artesanales del Municipio, atención a artesanos en general	40	40	100%	beneficiarios

Tabla 2 Ajuste de oferta actual

El proceso de ajuste de oferta actual, Se identifica la oferta artesanal por unidad productiva, encontrando fortalezas y debilidades para competir en el mercado.

a) Se realizó un registro de beneficiarios, de manera personal con el objetivo de interactuar con el artesano, conocer su oficio, técnica, proceso productivo, materiales e insumos, equipos y herramientas con los que cuenta para el desarrollo de productos, nivel académico y situación de organización empresarial y socio económica. Todos los elementos a considerar en la intervención de diseño. (Ver Anexo 2. Formato información Beneficiario. FORDES04)

El análisis de la información determinó una caracterización de la población artesanal urbana para el proyecto (muestra del 50% de beneficiarios), arrojando lo siguiente: La población en su mayoría es joven adulta, con un nivel de escolaridad importante

en básica secundaria, nivel tecnológico y/o universitario incompleto, en estado civil igual o aproximado entre solteros y casados/unión libre. Es una población con una madurez para asumir compromisos, y proyectarse a futuro.

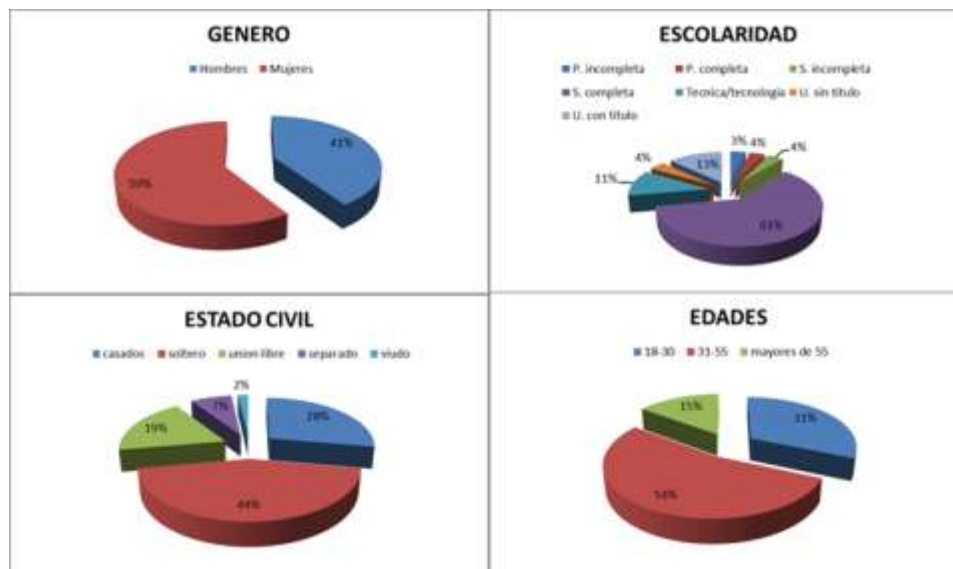


Ilustración 3 Estado socio-económico de los beneficiarios

Se puede identificar que la población beneficiada es de estratos sociales de 1 a 3, la mayoría posee vivienda en propiedad en arriendo y/o familiar. Si bien no depende de la artesanía como medio de subsistencia pero si la considera una alternativa de trabajo, la mayoría están formándose en un oficio (de manera informal y/o en escuelas de enseñanza), prefieren estar vinculados a un grupo artesanal, pero su producción es totalmente individual, hay gran interés en Joyería, bisutería, aprovechamiento del cuero y técnicas mixtas.

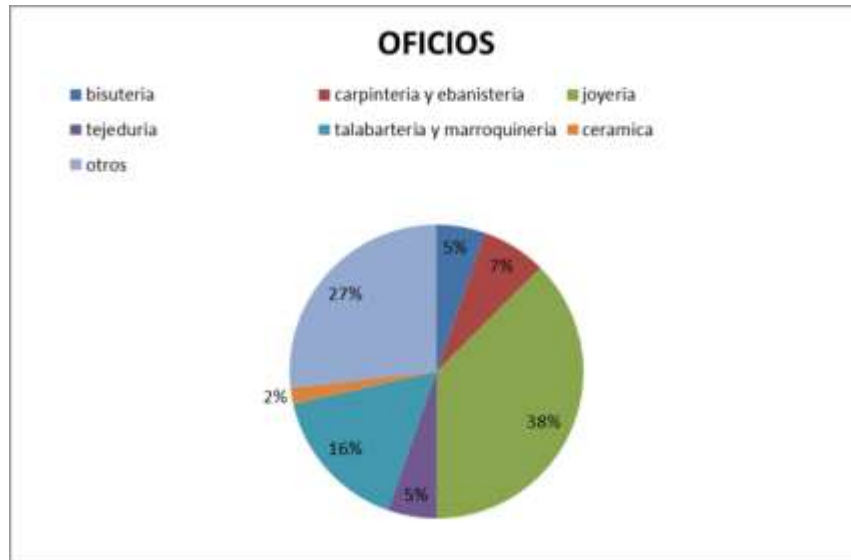


Ilustración 4 Oficios en porcentaje de los beneficiarios

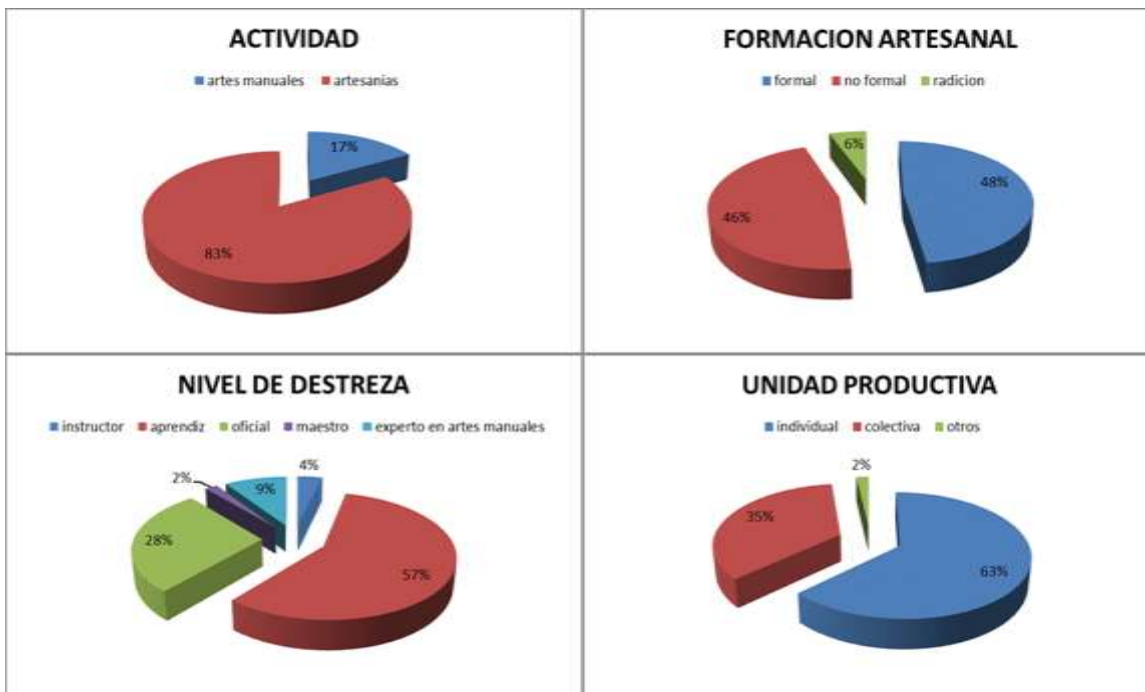


Ilustración 5 Aspectos de actividad, formación y destreza

Comercialmente un 32% de los artesanos aún no tienen una solidez ni un posicionamiento de producto, se consideran en proceso de formación y conceptualización de sus propuestas. El 68% restante expresa que su venta es

directa local en ferias municipales y el 17% utilizan modalidades como los intermediarios.



Ilustración 6 Modalidad de venta de los beneficiarios

b) Se realizó registro fotográfico de los productos referentes por artesano (Anexo), con el fin de considerar el estado de avance, fortalezas y/o debilidades productivas, de concepto de producto y calidad del sector artesanal urbano. Encontrando en general niveles básicos de destreza, tipo aprendiz y oficial, en oficios como la marroquinería, joyería, bisutería, maderas, tejidos y técnicas mixtas de reciclaje.



Referente de Producto.
 Artesano: José Rubiel Román
 Octubre 2013
 Fotografía: Valentina Buitrago García.
 Artesanías de Colombia S.A



Referente de Producto
 Artesano: Héctor Valencia
 Octubre 2013
 Fotografía: Valentina Buitrago García
 Artesanías de Colombia S.A

Durante el tiempo de vigencia del convenio se ha hecho extensiva la vinculación del a comunidad indígena del municipio, donde se presenta un caso particular en el que se ha identificado gran experiencia en la ejecución de la técnica y niveles de calidad

en el producto final de esta comunidad. A la fecha se han programado dos reuniones para ejercicio de asistencia técnica, pero por motivos externos y propios de la comunidad este ejercicio no se ha realizado.



Referente de Producto (50 piezas).
Comunidades Indígenas desplazadas.
Octubre 2013
Fotografía: Jorge Fuentes.
Artesanías de Colombia, S.A



Referente de producto (50 piezas)
Comunidades Indígenas desplazadas
Octubre 2013
Fotografía: Jorge Fuentes
Artesanías de Colombia, S.A

c) El equipo de diseño ha venido analizando la oferta productiva, estudiando la estrategia a seguir (asesoría puntual, asistencia técnica, capacitación). Seleccionando los artesanos por oficios, fortalezas con el fin de mejorar la oferta actual.



Trabajo en equipo.
Comités de diseño.
Noviembre de 2013
Fotografía: Alexis Avirama Alzate.
Artesanías de Colombia, S.A

6.2 Asesoría y asistencia técnica

INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL ARMENIA	DESCRIPCIÓN	PROGRAMADO	EJECUTADO	% DE EJECUCIÓN	MEDIDA
Asesoría y asistencia técnica	Asesoría personalizada y asistencia técnica con diseñadores en aspecto de producción, imagen corporativa, presentación final de productos entre otros	87	87	100%	Asesoría

Tabla 3 Asesoría y asistencia técnica

La fase de asesoría puntual y asistencia técnica busca fortalecer el potencial de la oferta artesanal actual hacia mercados globales contemporáneos y turísticos. En una atención de 45 minutos por artesano, se valora los referentes en aspectos como: concepto de producto, diferenciación, calidad, innovación, soluciones técnicas, funcionalidad, entre otros, dando las respectivas recomendaciones para cada beneficiario.

Es importante aclarar que las asesorías se profundizan de acuerdo al compromiso, e interés del artesano hasta llegar a una propuesta concreta de diseño y a un desarrollo de muestras y/o prototipos, como resultado del propio beneficiario.

Hasta la fecha se han impartieron 87 asesorías puntuales, para un cumplimiento del 100% de la meta. Anexo 1. Formato seguimiento asesorías puntuales FORDES15



Asesoría Puntual
Clara Inés Peñalosa/ concepto de producto
Noviembre 2013
Fotografía Valentina Buitrago.
Artesanías de Colombia S.A



Asesoría Puntual
Alicia Jiménez T./concepto de producto
Noviembre 2013
Fotografía Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia S.A

7 INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL ARMENIA: PROFUNDIZACIÓN Y ESPECIALIDAD.

Éste módulo se compone de dos (2) programas fundamentales como asesoría y asistencia técnica y diseño de líneas de producto, programas que se relacionan a continuación en porcentaje de la ejecución de cada actividad.

7.1 Asesoría y asistencia técnica.

INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL ARMENIA	DESCRIPCIÓN	PROGRAMADO	EJECUTADO	% DE EJECUCIÓN	MEDIDA
Asesoría y asistencia técnica	Asesoría personalizada y asistencia técnica a 20 artesanos en aspecto de producción, presentación final de productos entre otros	47	47	100%	Asesoría

Se llevó a cabo la profundización de asesorías con 20 artesanos equivalente al 50% de los beneficiarios del proyecto, logrando a la fecha 47 asesorías de profundización para un total del 100% de la meta programada.

El objetivo principal de estas asesorías fue lograr un avance significativo de mejora en la oferta actual de los artesanos beneficiarios del proyecto. Se destinaron aproximadamente 3 asesorías de seguimiento de 45 minutos en los que el artesano fue mostrando su avance y se involucró con procesos de experimentación y pruebas, generando así, muestras para su aplicación en producto tradicional con mejora, rediseño y o diseño de productos nuevos. Se trabajaron 2 asistencias técnicas necesarias para fortalecer técnicas básicas con los grupos ARTE-SANO y Fundación Hogares Claret, (20 artesanos).

7.2 Diseño y desarrollo de líneas de producto

INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL	DESCRIPCIÓN	PROGRAMADO	EJECUTADO	% DE EJECUCIÓN	MEDIDA
---------------------------------	-------------	------------	-----------	----------------	--------

SECTOR ARTESANAL ARMENIA					
Diseño y desarrollo de líneas de producto	Diseño y desarrollo de nuevas líneas de producto contemporáneo, dirigido a las tendencias mundiales del sector.	6	7	117%	Producto

Tabla 4 Diseño y desarrollo de líneas de producto

8 AVANCE Y SEGUIMIENTO DE ASESORÍAS

a) Se desarrolló una nueva propuesta de cartera para mujer, con líneas contemporáneas y empleando insumos del mismo artesano para realizar las correas y uniones por solicitud del artesano.



Avance y seguimiento.
Héctor Valencia Ramírez
Enero de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A



Avance y seguimiento
Héctor Valencia Ramírez
Enero de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

b) Se desarrolló un nuevo producto el cual no depende de hebillas, el mismo cuero se entrelaza entre sí para crear los amarres.



Avance y seguimiento.
Alicia Jiménez Toro
Enero de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A



Avance y seguimiento
Alicia Jiménez Toro
Enero de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

c) Se diseñó un nuevo producto en el cual la beneficiaria ha experimentado un nuevo material como el cuero para dar forma a las figuras que complementan su diseño.



Avance y seguimiento.
María Elena Rojas
Enero de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A



Avance y seguimiento
María Elena Rojas
Enero de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

d) Se desarrolló un nuevo producto utilitario decorativo, un espejo el cual propone emplear maderas naturales de la región y sobre éste, manejar módulos en hoja caulinar alternando su paleta de color.



Avance y seguimiento.
Bibiana Montaña
Enero de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A



Avance y seguimiento
Bibiana Montaña
Enero de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

e) Se realizó un rediseño de las hebillas en guadua para suplir la necesidad emergente de insumos para la demanda artesanal, a cual se adapta a cualquier tipo de correa.



Avance y seguimiento.
María García Cardona
Enero de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A



Avance y seguimiento
María García Cardona
Enero de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.

f) El nuevo producto ha sido desarrollado en conjunto con los artesanos embera gracias a sus nuevas ideas y la necesidad de un nuevo producto, sandalias tejidas.



Avance y seguimiento.
 Emerson Bañol Bueno
 Enero de 2013
 Fotografía: Valentina Buitrago
 Artesanías de Colombia, S.A



Avance y seguimiento
 Emerson Bañol Bueno
 Enero de 2013
 Fotografía: Valentina Buitrago
 Artesanías de Colombia, S.A

g) El artesano realiza suvenires en los cuales estampa las imágenes más representativas de Colombia, se realizó una mejora al producto en el cual los portavasos tienen diferentes imágenes por lado y lado para darle una mayor diversidad al producto.



Avance y seguimiento.
 José Humberto Salazar
 Enero de 2013
 Fotografía: Valentina Buitrago
 Artesanías de Colombia, S.A



Avance y seguimiento
 José Humberto Salazar
 Enero de 2013
 Fotografía: Valentina Buitrago
 Artesanías de Colombia, S.A

h) Teniendo en cuenta las fortalezas del artesano se ha diseñado la propuesta de un dodecaedro soporte para plantas de agua en guadua incorporando en una de sus caras los calados en guadua realizado por el artesano.



Avance y seguimiento.
Emerson Bañol Bueno
Enero de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A



Avance y seguimiento
Emerson Bañol Bueno
Enero de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

i) La artesana realiza tejidos en hilo de seda, el cual se complementó con módulos en cuero para remplazar los dijes comunes de metal, el cuero fue el material explorado por la artesana durante el proceso de asesorías.



Avance y seguimiento.
Ana Patricia Ocampo Marín
Noviembre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

j) Los artesanos manifestaron la necesidad de desarrollar una plantilla la cual les permita realizar el patrón con las chaquiras para mejorar su proceso productivo. La plantilla fue desarrollada y entregada a los artesanos.



Avance y seguimiento.
Víctor Morales – Gilberto Becerra
Noviembre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

k) La artesana desarrolla mándalas en hilos de algodón, expresa una necesidad de realizar productos funcionales; el producto se lleva a una propuesta de iluminación y decoración.



Avance y seguimiento.
Diana Paola Mahecha
Noviembre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

l) Los aprendices de cestería han trabajado con formas básicas explorando el material, se propone hacer un estuche para gafas de sol en donde se explore la forma ovalada como elemento diferenciador en el producto.



Avance y seguimiento.
Fundación Hogares Claret
Noviembre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

9 ASISTENCIA TÉCNICA



Asistencia Técnica.
Básica en Papel Mache y Moldes
Arte-Sano
Noviembre de 2013
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A



Asistencia Técnica
Básica en Papel Mache y Moldes
Arte-Sano
Noviembre de 2013
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A

10 DISEÑO DE LÍNEAS DE PRODUCTO

Se ha realizado un trabajo de mejora de producto a 40 artesanos de la ciudad de Armenia, de los cuales 20 han sido seleccionados por su habilidad y compromiso con el proyecto para desarrollar nuevos productos con la asesoría y el seguimiento en diseño y producción.

De los 20 artesanos predeterminados, 6 han sido seleccionados para desarrollar líneas de producto en las cuales se explora las fortalezas de cada uno de ellos en sus respectivos campos, y así apoyarlos en el proceso de desarrollo de producto. Los 14 artesanos restantes han sido beneficiados con el acompañamiento y el apoyo técnico en diseño para el desarrollo de un nuevo producto.

Los diseños que a continuación se presentan son líneas de producto diseñadas para 6 artesanos seleccionados:

- José Rubiel Román Duarte
- Alex Fernando Ortiz López
- Mauricio Páez Tovar
- Grupo Asojoyeros
- Elberto Sánchez Ariza
- Álvaro Mendoza Jaramillo

La línea “Aviones Quimbaya” ha sido diseñada teniendo en cuenta las fortalezas del artesano **José Rubiel Román** para dar forma a estas figuras desarmables talladas en pino las cuales permiten al usuario jugar con la construcción de la pieza.



Líneas de Producto.
José Rubiel Román
Noviembre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

La línea “Flautas gaiteras” ha sido diseñada para aprovechar este conocimiento ancestral el cual el lutier **Alex Ortiz** adquirió en la costa Colombiana y se integra al Quindío por medio de sus formas de rostros Quimbaya. Estas gaitas están diseñadas para que sus sonidos correspondan a una flauta común y así llegar a un mayor público.



Líneas de Producto.
Alex Ortiz
Noviembre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

La línea “Paisaje cafetero” ha sido diseñada para llevar cada imagen representativa del paisaje cafetero y sus alrededores generando volúmenes y juegos de movimiento, y así mismo mostrar la fortaleza en la técnica de calado por parte del joyero **Mauricio Páez**.



Líneas de Producto.
Mauricio Páez
Noviembre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

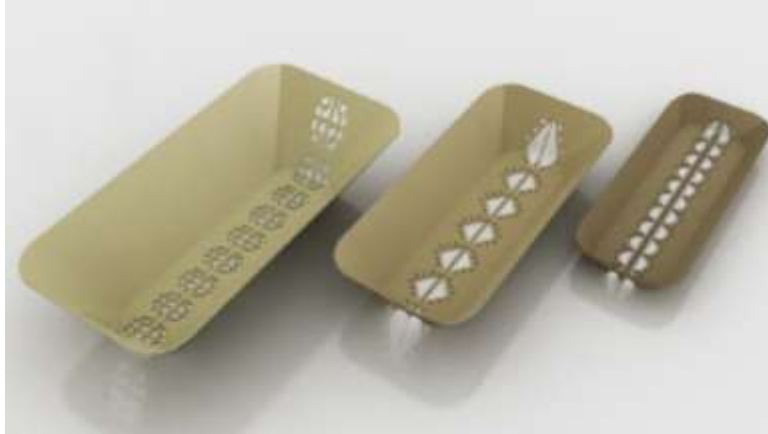
La línea “Camaleón cambia tu color” ha sido diseñada con base a un requerimiento por parte del grupo de **Asojoyeros** los cuales querían inspirarse en el camaleón, este ha sido el resultado conjunto en el cual se desarrollaron las propuestas graficas de los artesanos y se llevó a explorar nuevas formas y combinación de materiales.



Líneas de Producto.
Asojoyeros
Noviembre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

La línea “Calado en cuero” ha sido diseñada para explorar una de las técnicas utilizada en la talabartería como la del vaciado para fortalecer el potencial del

artesano **Elberto Sánchez** e implementar el cuero en una nueva línea de hogar por medio de estas paneras.



Líneas de Producto.
Elberto Sánchez
Noviembre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

La línea “Carriel madera” ha sido diseñada en base a la idea de crear líneas más contemporáneas con respeto al carriel tradicional implementando técnicas de la talabartería y tejidos especiales empleados en este arte por el artesano **Elberto Sánchez**.



Líneas de Producto.
Elberto Sánchez
Noviembre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

La línea “Alpargatas Armenia” ha sido diseñada en base a la técnica del artesano **Álvaro Mendoza**, marroquinero, el cual desarrolla sandalias y explora los trenzados a diferentes hilos en esta colección.



Líneas de Producto.
Álvaro Mendoza
Noviembre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

11 PROGRAMA DE FORMACIÓN

El proceso de capacitaciones para Artesanos de la ciudad de Armenia se realiza con el fin de apoyar la transferencia de conocimientos en las áreas de METODOLOGIA DE DISEÑO, EMPAQUES, IDENTIDAD GRÁFICA, MERCADEO E INNOVACION Y COSTOS. Estas temáticas apoyaran el proceso de fortalecimiento del sector gracias a la importancia de los mismos en de desarrollo de un producto artesanal; estas herramientas de conocimiento brindan la posibilidad a las diferentes unidades productivas de ofrecer un producto comercialmente competitivo en un mercado global y/o turístico.

Programa de Formación						
Metodología de Diseño	Capacitaciones Teórico-Prácticas, para la transferencia de conocimiento.	40	40	100%	Horas	
Empaques						
Costos						
Mercadeo e Innovación						

Tabla 5 Programa de Formación

Se impartieron 40 horas de capacitación. Las capacitaciones han estado dirigidas a los grupos artesanales como ASOJOYEROS, ARTE-SANO, FUNDACIÓN HOGARES CLARET y los artesanos asistentes a la MISIÓN COMERCIAL EXPOARTESANIAS 2013 y demás sector artesanal de la ciudad de Armenia.

A) Capacitación metodología de diseño. Octubre 22/ Asojoyeros

Se inicia un proceso de capacitación: Taller teórico práctico en Metodología de diseño de 4 horas con un grupo de 30 joyeros en proceso de formación, quienes manifiestan una necesidad de integración de sus propuestas, se trabaja un tema libre escogido por el grupo: “Camaleón cambia de color”

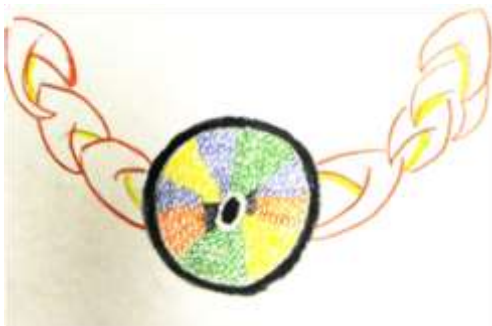
Se realizó una primera capacitación en Metodología de diseño presentando conceptos básicos de artesanía, cultura, oficio, referente, diferenciación e inspiración y se realizó un primer taller creativo que arroja bocetos y acercamientos de producto, por parte de los joyeros.



Capacitación Metodología de diseño
Asojoyeros
Octubre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A



Capacitación Metodología de diseño
Asojoyeros
Octubre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A



Resultados taller
Asojoyeros
Octubre de 2013
Fotografía: Jorge Fuentes
Artesanías de Colombia, S.A



Resultados taller
Asojoyeros
Octubre de 2013
Fotografía: Jorge Fuentes
Artesanías de Colombia, S.A

B) Capacitación mercadeo e innovación. Octubre 30/ Asojoyeros

Se realiza un Taller Teórico – práctico en Mercadeo e Innovación de 4 horas con 20 joyeros en proceso de formación. Se presentaron fundamentos básicos de diseño, referentes locales, identidad, inspiración y tendencias en Joyería, de igual manera se presentaron propuestas de diseñadores de joyas en Colombia y en el mundo y se

realizó un ejercicio práctico con material moldeable como el porcelanicon, resultando propuestas acertadas por parte de los artesanos.



Capacitación Mercadeo e Innovación
Asojoyeros
Octubre de 2013
Fotografía: Jorge Fuentes
Artesanías de Colombia, S.A



Resultados taller Mercadeo e Innovación
Asojoyeros
Octubre de 2013
Fotografía: Jorge Fuentes
Artesanías de Colombia, S.A

C) Capacitación empaques. Noviembre 12/ Asojoyeros

Se orienta una capacitación en la temática de empaques de 4 horas con 18 joyeros en proceso de formación. Se presentó el tema de empaques, componentes, materiales apropiados para el desarrollo de empaques, manejo del color, referentes de empaques especiales para joyería y diferentes propuestas de empaques de diferentes casas joyeras del mundo.



Capacitación Empaques
Asojoyeros
Noviembre de 2013
Fotografía: Jorge Fuentes
Artesanías de Colombia, S.A



Capacitación Empaques
Asojoyeros
Noviembre de 2013
Fotografía: Jorge Fuentes
Artesanías de Colombia, S.A

D) Capacitación metodología de diseño. Noviembre 14/arte-sano.

Se inicia un proceso de capacitación teórico - práctico en Metodología de diseño de 3 horas con un grupo de 10 artesanos de papel maché en proceso de formación, los cuales manifiestan una necesidad de dar mayor variedad a su oferta artesanal. Presentando conceptos básicos de artesanía, cultura, oficio, referente, diferenciación e inspiración y se realizó un primer acercamiento a sus productos y de allí se realizó una asistencia técnica en el cual se evaluaron procesos productivos y nuevos acabados para el producto.



Capacitación Metodología de diseño Artesano
 Noviembre de 2013
 Fotografía: Jorge Fuentes
 Artesanías de Colombia, S.A



Capacitación Metodología de diseño Artesano
 Noviembre de 2013
 Fotografía: Jorge Fuentes
 Artesanías de Colombia, S.A

E) Capacitación metodología de diseño. Noviembre 28/ Fundación Hogares Claret.

Se inicia un proceso de capacitación teórico práctico en Metodología de diseño de 3 horas con un grupo de 30 jóvenes en proceso de formación en cestería, los cuales tienen conocimientos básicos en técnica, quienes presentan una necesidad de diseño y desarrollo de nuevas propuestas. El grupo trabaja con fibras naturales tales como bejuco y calceta de plátano. Se realiza una primera capacitación en la cual se trabajan conceptos básicos de artesanía, cultura, oficio, referente, diferenciación e inspiración; muestra de manejo de texturas y referentes a nivel mundial del manejo y desarrollo del diseño en la cestería.



Capacitación Metodología de diseño
 Fundación Hogares Claret
 Noviembre de 2013
 Fotografía: Valentina Buitrago
 Artesanías de Colombia, S.A



Capacitación Metodología de diseño
 Fundación Hogares Claret
 Noviembre de 2013
 Fotografía: Valentina Buitrago
 Artesanías de Colombia, S.A

f) Capacitación mercadeo e innovación. Diciembre 5/ Fundación Hogares Claret.

Se realiza un Taller Teórico – práctico y asistencia técnica, en Mercadeo e Innovación con 7 jóvenes en proceso de formación en cestería. Se realizó un trabajo con nuevos materiales como la lana, iniciando una exploración de mezcla con bejuco, calceta de plátano y tripaperro. Se inició una experimentación con manejo del color y nuevas texturas. Los participantes manifestaron su interés con respecto a la intervención la cual les permite manejar nuevas gamas y paletas de color, mayor posibilidad de alternativas de diseño.



Capacitación Metodología de diseño
 Fundación Hogares Claret
 Diciembre de 2013
 Fotografía: Valentina Buitrago
 Artesanías de Colombia, S.A



Capacitación Metodología de diseño
 Fundación Hogares Claret
 Diciembre de 2013
 Fotografía: Valentina Buitrago
 Artesanías de Colombia, S.A

G) Capacitación mercadeo e innovación. Diciembre 12/ artesanos asistentes a la misión Expoartesanías 2013.

La misión comercial Expoartesanías 2013 tuvo como objetivo lograr que 25 productores artesanales de la ciudad de armenia, visitaran la feria Expoartesanías 2013 realizada en la ciudad de Bogotá D.C. a lo largo de 3 días, a partir del 11 de diciembre, finalizando el 13 de diciembre.

Los 25 artesanos se dividieron en tres grupos de 8 artesanos liderados por un asesor, la división se realizó por oficios quedando de la siguiente manera:

Grupo 1: Joyeros. Jorge Fuentes asesor encargado.

Grupo 2: Marroquinería y maderas. Valentina Buitrago asesora encargada.

Grupo 3: Maderas y Técnicas mixtas. María Antonia Martínez asesora encargada.

Cada asesor dio un recorrido con los artesanos por los diferentes pabellones de la feria, de 4 a 6 horas diarias aproximadamente, durante los 3 días programados.

Las principales temáticas fueron:

Exhibición de producto, valoración de stand, contextualización de productos dentro de un marco comercial, oferta y demanda de los compradores potenciales, competencias, fortalezas y debilidades de cada uno.



Capacitación Metodología de diseño
Misión empresarial Expoartesanías 2013
Diciembre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A



Capacitación Metodología de diseño
Misión empresarial Expoartesanías 2013
Diciembre de 2013
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A

H) Capacitación en identidad de marca e imagen corporativa:

Se programaron en el laboratorio de Artesanías de Colombia de Armenia (Quindío) tres capacitaciones de 4 horas cada una, para un total de 12 horas de capacitación. La primera se realiza el 29 de noviembre de 2013 a un grupo de 8 beneficiarios. La segunda se hace el 05 de diciembre de 2013 a otro grupo de 8 artesanos. La tercera se imparte el 12 de diciembre de 2013 a un grupo de 10 artesanos. Se suma un total de 26 beneficiarios capacitados sobre los 40 convocados.



Capacitación
Identidad Gráfica
Diciembre de 2013
Fotografía: Valentina Giraldo
Artesanías de Colombia, S.A



Capacitación
Identidad Gráfica
Diciembre de 2013
Fotografía: Valentina Giraldo
Artesanías de Colombia, S.A

Cada capacitación se ejecuta en dos fases de 2 horas cada una, en la primera se ilustran las bases teóricas pertinentes a los temas de identidad de marca e imagen corporativa, en la segunda se desarrolla un taller práctico creativo.

La construcción de una identidad de marca y de una la imagen corporativa, es la suma de la cadena de experiencias que un producto o servicio genera alrededor del su público objetivo, donde la comunicación visual debe reunir componentes perceptuales inherentes a aspectos sociales y culturales. Se desglosan términos como marca (activo intangible de la empresa) y logotipo (identidad visual con la cual se representan los valores de marca). Se dan ejemplos de las formas de construcción de diferentes logotipos, teniendo en cuenta aspectos semánticos, cromáticos y tipográficos. Se promueve la búsqueda colectiva de referentes visuales que contextualicen el tema.

En el taller práctico creativo, cada beneficiario, según los conocimientos que adquiere en la primera fase, explora con la ayuda del asesor las posibilidades de un nombre para su empresa, buscando referentes en nombres propios, nombres de familiares, flora, fauna, paisajes, arquitectura de la región, pictogramas de los ancestros, técnicas y materiales con los que trabaja entre otros. Posteriormente, cada artesano pasa a bocetar y a dibujar su identidad gráfica con el nombre que escoge, evocando y abstrayendo las formas visuales de lo que su nombre representa. En los resultados y la información suministrada en este taller, se basará el asesor para diseñar el logotipo, la tarjeta de presentación y la etiqueta.

I) Capacitación en costos asistencia de 18 beneficiarios.

Se realiza una presentación y taller práctico de Costos basados en procesos (ABC), en interacción con los artesanos, logrando visualizar su importancia y practicidad para la implementación en sus esquemas de organización individuales.

El equipo de diseño realizó acompañamiento a cada artesano en el ejercicio de costeo de sus productos más vendidos encontrando: ganancias, pérdidas y/o estrategias a seguir.



Capacitación
Costos
Enero de 2014
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A



Capacitación
Costos
Enero de 2014
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

j) Capacitación en costos asistencia de 16 beneficiarios.

Se realiza una presentación y taller práctico de Costos basados en procesos (ABC), en interacción con los artesanos, logrando visualizar su importancia y practicidad para la implementación en sus esquemas de organización individuales.

El equipo de diseño realizó acompañamiento a cada artesano en el ejercicio de costeo de sus productos más vendidos encontrando: ganancias, pérdidas y/o estrategias a seguir.



Capacitación
Costos
Enero de 2014
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A



Capacitación
Costos
Enero de 2014
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A

k) Capacitación en empaques asistencia de 15 beneficiarios del proyecto.

Se presentan conceptos básicos y necesarios a tener en cuenta en un sistema de empaques, teoría de color, tendencias y competitividad de presentación e imagen de productos en el mercado. Se interactúa con los artesanos evidenciando interés y la necesidad de valores agregados y técnicos para su oferta artesanal.



Capacitación
Empaques
Enero de 2014
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A

Capacitación
Empaques
Enero de 2014
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A

L) Capacitación en metodología de diseño asistencia de 15 beneficiarios del proyecto.

Se realiza una presentación de metodología de diseño basada en el diseño de productos por grupos objetivos, consumidores globales y marcas o casas de diseño nacionales e internacionales. Se realiza ejercicio práctico con acompañamiento del equipo de diseño definiendo algunas propuestas con los beneficiarios.



Capacitación
Metodología de Diseño
Enero de 2014
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A

Capacitación
Metodología de Diseño s
Enero de 2014
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A

M) Capacitación en Empaques asistencia de 13 beneficiarios del proyecto.

Se presentan conceptos básicos y necesarios a tener en cuenta en un sistema de empaques, teoría de color, tendencias y competitividad de presentación e imagen de

productos en el mercado. Se interactúa con los artesanos evidenciando interés y la necesidad de valores agregados y técnicos para su oferta artesanal.



Capacitación
Empaques
Enero de 2014
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A



Capacitación
Empaques
Enero de 2014
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A

n) Capacitación en metodología de diseño asistencia de 13 beneficiarios del proyecto.

Se realiza una presentación de metodología de diseño basada en el diseño de productos por grupos objetivos, consumidores globales y marcas o casas de diseño nacionales e internacionales. Se realiza ejercicio práctico con acompañamiento del equipo de diseño definiendo algunas propuestas con los beneficiarios.



Capacitación
Metodología de Diseño
Enero de 2014
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A



Capacitación
Metodología de Diseño
Enero de 2014
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A

ñ) Capacitación en Costos asistencia de 4 beneficiarios.

Se realiza una presentación y taller práctico de Costos basados en procesos (ABC), en interacción con los artesanos, logrando visualizar su importancia y practicidad para la implementación en sus esquemas de organización individuales.

El equipo de diseño realizó acompañamiento a cada artesano en el ejercicio de costeo de sus productos más vendidos encontrando: ganancias, pérdidas y/o estrategias a seguir.



Capacitación
Costos
Enero de 2014
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A



Capacitación
Costos
Enero de 2014
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A

12 ACCESO A NUEVOS ESPACIOS DE COMERCIALIZACION

Acceso a nuevos espacios de comercialización	DESCRIPCIÓN	PROGRAMADO	EJECUTADO	% DE EJECUCIÓN	MEDIDA
Misión Comercial Expoartesánías 2013	Visita comercial de 25 artesanos a expoartesánías 2013 Bogotá, como visitantes y reconocimiento del sector artesano en un evento ferial Internacional especializado del sector. Tres días y dos noches.	1	1	100%	Feria o evento comercial

Tabla 6 Misión Comercial Expoartesánías 2013

La misión comercial Expoartesánías 2013 tuvo como objetivo lograr que 25 productores artesanales de la ciudad de Armenia, visitaran la feria Expoartesánías 2013 realizada en la ciudad de Bogotá D.C. Otorgando a los artesanos una visión de primera mano de las tendencias de diseño, estrategias de comercialización, técnicas y estándares de calidad que están presentes en toda la feria. Dado que el proyecto tiene 120 artesanos beneficiarios registrados y el cupo para la misión comercial se limitaba a 25, el equipo de diseño desarrolló un criterio de evaluación que permitió filtrar a los mejores artesanos dentro del proyecto.

Los criterios de evaluación fueron los siguientes siendo en todos los casos 1 la evaluación más baja y 3 la más alta:

Compromiso con el proyecto: Se tomó en cuenta la responsabilidad, puntualidad y carácter activo del artesano para con el proyecto. **Proyección artesanal:** Se evalúa la proyección a futuro que puede tener el artesano en el mercado, teniendo en cuenta el manejo de las técnicas, materiales y desarrollo integral de su oficio.

Rango de edad Joven-Adulto (18-55): Dado que el viaje desde la ciudad de Armenia hasta Bogotá D.C estaba programado por tierra, se tuvo en cuenta el rango de edad para evitar problemas de salud en personas mayores, problemas de documentos (libreta militar, Cédula de Ciudadanía) en retenes en carretera y responsabilidad absoluta de artesanos mayores de edad en la estadía en la ciudad de Bogotá.

Oferta Productiva: Se evalúa la oferta ofrecida por cada artesano en su oficio respectivo, observando variedad, versatilidad, especialización y capacidad productiva.

Finalizada la evaluación se procedió a realizar la convocatoria y la socialización de información de viaje con los artesanos, para esta tarea se realizaron convocatorias generales telefónicas a cada artesano y además se organizó una reunión el 13 de noviembre con 9 preseleccionados del grupo de joyeros Asojoyeros para explicarles de manera detallada el motivo de la misión y los documentos requeridos.

Artesano	grupo / oficio	compromiso proyecto	proyección artesanal	rango de edad (18-55)	oferta productiva
Ana Delia Barahona	Cascara de Huevo	3	3	3	3
Aura Romelly Turriago	Asojoyeros	3	3	3	3
Bibiana Montañó	Hoja caulinar	3	3	3	3
Cristian Felipe Gamboa Vélez	Asojoyeros	3	3	3	3
Elberto Sánchez Ariza	Marroquinería talabartería	3	3	3	3
Javier Alejandro Quintana	Guadua	3	3	3	3
Jorge Mauricio Páez Tovar	Joyero	3	3	3	3
José Gustavo Ramírez Valencia	Joyero	3	3	3	3
José Rubiel Román Duarte	Talla en madera	3	3	3	3
José Uriel Ospina Berrio	Guadua	3	3	3	3
Julio Cesar Cañón	Marroquinería	3	3	3	3
Ligia Inés Calderón	Asojoyeros	3	3	3	3
Luz Andrea Chamorro	Asojoyeros	3	3	3	3
Luz Elena Rojas Carvajal	Marroquinería	3	3	3	3
Luz Mary Vásquez	Asojoyeros	3	3	3	3
María Fernanda Gonzales Ruiz	Asojoyeros	3	3	3	3
Marleny Palacios Arévalo	Maderas	3	3	3	3
Miller lady Urrego	Hoja caulinar	3	3	3	3
Norbay Gómez Olarte	Cereria	3	3	3	3
Patricia Londoño	Hoja caulinar	3	3	3	3
Paula Andrea Naranjo	Reciclaje	3	3	3	3
Rosmery Restrepo	Marroquinería	3	3	3	3
Syndy Catherine Tacón	Talla en madera	3	3	3	3
Tatiana Castañeda Rojas	Joyero	3	3	3	3
Víctor Alfonso Morales Céspedes	chaquiras	3	3	3	3

Tabla : Clasificación y evaluación Misión comercial Expoartesanías 2013.

Para dejar constancia acerca de la normativa y objetivo del viaje, cada artesano beneficiado firmó un compromiso que explica las normas de viaje y estancia en Bogotá D.C, además se solicitó una copia del documento de identidad para organizar toda la logística de viaje con antelación.

Los artesanos seleccionados se resumen de la siguiente manera por oficios 9 joyeros, 7 artesanos de técnicas mixtas, 5 artesanos de maderas y guadua, 4 artesanos de marroquinería y talabartería. Por genero 9 hombres y 16 mujeres. Sumatoria total 25 productores artesanales seleccionados.

La salida programada para el día 10 de diciembre de 2013 a las 10:00pm tuvo como lugar de encuentro el Parque Sucre de la ciudad de Armenia. A las 9:50pm se tomó asistencia verificando la falta de la joyera María Fernanda González la cual fue localizada vía telefónica por el equipo de diseño y explicó que por causas mayores no podría acudir al viaje; siendo este el único imprevisto presentado a la salida del grupo. A las 10:30 pm el grupo de 24 artesanos y 3 asesores de diseño partió hacia Bogotá D.C vía terrestre.

Día 1 - 11 de diciembre de 2013

El grupo llegó a la ciudad de Bogotá D.C a las 6:00am, desembarcando en el hotel Emporium, a las 9:00am, el coordinador del Laboratorio de diseño nos recibe y da indicaciones a seguir. A las 10:30am el grupo llegó a la feria donde se le entregó al grupo camisetas y escarapelas para la identificación dentro de la feria.



Feria Expoartesanías 2013
Misión empresarial
Diciembre de 2013
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A



Feria Expoartesanías 2013
Misión empresarial
Diciembre de 2013
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A

El grupo de artesanos se dividió en tres grupos de 8 artesanos liderados por un asesor, la división se realizó por oficios quedando de la siguiente manera:

Grupo 1: joyeros,

Grupo 2: marroquinería y maderas,

Grupo 3: maderas y técnicas mixtas.

Por facilidad de visualización el grupo de diseño decidió destinar los dos primeros días a recorrer la totalidad de la feria viendo en promedio 3 pabellones al día, para un total de seis pabellones organizados de la siguiente manera.

Pabellón joyería y bisutería

Pabellón artesanía tradicional, indígena y afrocolombiana

Pabellón institucional artesanías de Colombia /Diseño

Pabellón mesa y decoración

Pabellón moda y accesorios

Pabellón Internacional



Feria Expoartesanías 2013
Misión empresarial
Diciembre de 2013
Fotografía: Jorge Fuentes
Artesanías de Colombia, S.A



Feria Expoartesanías 2013
Misión empresarial
Diciembre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

Día 2 – 12 de diciembre de 2013

Cada asesor va nuevamente con su grupo a terminar de recorrer los pabellones restantes, en este proceso se van haciendo retroalimentaciones entre los artesanos y los asesores, tratando temas de diseño, mercadeo, procesos productivos y otros temas de intereses particulares.

Esta interacción de los artesanos con los asesores resultan de vital importancia para comenzar a tomar dirección en los proyectos de diseño y saber las áreas más relevantes que mueven al artesano y despiertan su curiosidad. Cada asesor trata de ir rotando por su grupo de 8 cuestionando individualmente acerca de los contactos conseguidos, toma de notas, aspectos a resaltar de la feria, etc.



Feria Expoartesanías 2013
Misión empresarial
Diciembre de 2013
Fotografía: Jorge Fuentes
Artesanías de Colombia, S.A



Feria Expoartesanías 2013
Misión empresarial
Diciembre de 2013
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A

El grupo tuvo un descanso de 2 horas a las 12:00m para tomar el almuerzo y continuar posteriormente con el recorrido faltante. Con el grupo siempre se manejaron puntos de encuentro y horas exactas con las que la mayoría del grupo siempre fue muy puntual.

Día 3 – 13 de diciembre de 2013

Para el tercer día de visita se llegó a la feria a las 10:00am y se les dio instrucciones a los artesanos de profundizar en espacios que fueran de su total interés en busca de obtener información y conocimiento adicional provechoso para sus respectivos oficios. Para esta tarea se ofrecieron 2 horas, proponiendo tomar el almuerzo a las 12:00m y retirarnos de la feria después de este. A las 1:15pm el grupo se retiró de Corferias hacia el hotel con el objetivo de programar la salida hacia la ciudad de Armenia.

Antes de partir se realizó una retroalimentación general entre el equipo de diseño y los artesanos, los cuales compartieron públicamente sus experiencias en la feria, los objetivos alcanzados y lo que más les había interesado. Por parte del equipo de diseño se les cuestionó acerca de las fortalezas y debilidades que tiene la competencia nacional de sus productos, así como hacer una autoevaluación que permita identificar que se puede mejorar y fortalecer dentro de sus procesos creativos. Con esto acabado se partió hacia la ciudad de armenia a las 2:30pmy se llegó a la 11:00pm sin ninguna clase de contratiempo.



Feria Expoartesanías 2013
Misión empresarial
Diciembre de 2013
Fotografía: Ligia Calderón
Artesanías de Colombia, S.A

Feria Expoartesanías 2013
Misión empresarial
Diciembre de 2013
Fotografía: María Antonia Martínez
Artesanías de Colombia, S.A

La misión comercial fue un espacio propicio para que los artesanos consiguieran contactos comerciales que puedan mejorar su oferta actual, su proyección artesanal y su desarrollo técnico. Todos los artesanos asistentes consiguieron números de contactos y páginas web de empresas que son competencia en el sector para ellos o que pueden complementar sus oficios.



Feria Expoartesanías 2013
Misión empresarial
Diciembre de 2013
Fotografía: Jorge Fuentes
Artesanías de Colombia, S.A

El grupo tuvo una buena respuesta a la programación y logística organizada por el equipo de diseño, sacando el máximo provecho a los distintos espacios y mostrándose proactivos en el recorrido de toda la feria.

Expoartesanías ayuda a dar perspectivas de diseño nuevos a los artesanos mostrando un alto grado de innovación y calidad, los artesanos salieron con la

motivación de lograr productos con estándares de alta calidad y diferenciación para poder ser competitivos en el mercado.



Feria Expoartesanías 2013
Misión empresarial
Diciembre de 2013
Fotografía: Valentina Buitrago
Artesanías de Colombia, S.A

Dado que la feria tiene un carácter internacional, los artesanos pueden valorar un entorno mucho más amplio del sector, saliendo de las tradiciones de nuestra cultura para ver las cosmovisiones, especializaciones y versatilidad del producto artesanal de otros países.

13 CONCLUSIONES

En general el trabajo realizado mostró aspectos positivos debido a la disposición, vinculación y el compromiso directo de los beneficiarios en el diseño y mejoramiento de su producto.

Los resultados del diseño de identidad gráfica fueron satisfactorios para los artesanos, gracias a la intervención relevante que cada uno tuvo en cuanto al diseño de su marca y representación gráfica.



CORPORACIÓN
DE CULTURA
Y TURISMO
DE ARMENIA



MinComercio
Ministerio de Comercio,
Industria y Turismo

**PROSPERIDAD
PARA TODOS**

14 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

La condición económica que presenta la mayor parte de los beneficiarios se convierte en una amenaza para el desarrollo de su producción, ya que en ocasiones no se pueden desplazar a los sitios de capacitación. Los artesanos exponen que cuando faltan es porque no cuentan con los recursos necesarios para su desplazamiento. De otro modo, también existe en algunos beneficiarios una pequeña muestra de desinterés, ya que su visión es acceder a auxilios económicos para dinamizar su producción y no exclusivamente la asesoría y asistencia técnica.