



AMPLIACIÓN DE COBERTURA GEOGRÁFICA Y POBLACIONAL  
LABORATORIO DE DISEÑO E INNOVACIÓN DE CÓRDOBA 2016

## **Fortalecimiento de la Competitividad y el Desarrollo de la Actividad Artesanal en el Departamento de Córdoba.**

**Informe final**

Montería - Córdoba, Diciembre de 2016



## **CRÉDITOS INSTITUCIONALES**

### **Artesanías de Colombia S.A.**

Ana María Frías Martínez – Gerente General

Jimena Puyo Posada – Subgerente de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

Pedro Felipe Perini Guzmán – Especialista de proyectos - Articulador Región Caribe

Manuel Ernesto Rodríguez Acosta – Diseñador Líder Región Caribe

Diego Luis García Estefan – Enlace Regional Córdoba

Daniilo José Vergara Arango – Gestor Departamental Córdoba

### **Cámara de Comercio de Montería**

Félix De la Cruz Manzur Jattin – Presidente Ejecutivo

### **Equipo de trabajo - Cámara de Comercio de Montería**

Mario Benicio Vásquez Colón – Coordinador proyecto

Martha Bedoya – Asistente Administrativa

Rafael Emiro Barreto Monterrosa – Facilitador Diseño y Producción

Andrés José Castillo Forero – Facilitador Diseño y Producción

Daniela Fernanda Bucheli Londoño – Facilitadora Diseño y Producción

Martín Martínez Vergara – Facilitadora Diseño y Producción

Ana Lucía Álvarez Fuentes – Facilitadora Comercialización

Luis Eduardo Cruz Moreno – Facilitador Desarrollo Empresarial

Liliana Bedoya – Facilitador Desarrollo

### **Fundación de Mujeres Profesionales Vivir Mejor**

Elvira Negrete Vásquez – Directora General

### **Equipo de trabajo - Fundación de Mujeres Profesionales Vivir Mejor**

Elvira Negrete Vásquez – Directora proyecto

María Ramos Hernández – Asesora empresarial

Sandra Rozo Montaña – Facilitadora Diseño y Producción

Yury Alejandra Cuarán Bedoya – Facilitadora Diseño y Producción

Paula Natalia Bernal Rozo – Facilitadora Diseño y Producción

### **Compilación y edición**

María Gabriela Corradine Mora

Profesional de Gestión - CENDAR



## TABLA DE CONTENIDO

### INTRODUCCIÓN

#### 1. Antecedentes

#### 2. Actividades del Laboratorio

##### 2.1. Gestiones y articulación con entes territoriales.

2.1.1. Gobernación de Córdoba

2.1.2. Alcaldía de San Antero

2.1.3. Cámara de Comercio de Montería

2.1.4. Alcaldía de Ciénaga de Oro

2.1.5. Universidad del Sinú

2.1.6. Alcaldía de Lorica

2.1.7. Alcaldía de Montería

2.1.8. Fundación Vivir Mejor

2.1.9. Alcaldía de Tuchín

2.1.10. CVS

2.1.11. Pontificia Universidad Bolivariana

2.1.12. SENA

2.1.13. OVOP

2.2. Consejo Regional de apoyo a la actividad artesanal.

2.3. Foro “Reflexiones académicas sobre la cadena de valor de la caña flecha”

#### 3. Departamento de Córdoba

3.1. Contexto socio geográfico

3.2. Montería

3.2.1. Módulo Desarrollo Humano

3.2.2. Módulo de Desarrollo Empresarial

3.2.3. Módulo de Producción

3.2.4. Módulo de Diseño

3.2.5. Módulo Comercial

3.3. Buenavista

3.3.1. Módulo Desarrollo Humano

3.3.2. Módulo de Desarrollo Empresarial

3.3.3. Módulo de Producción

3.3.4. Módulo de Diseño

3.3.5. Módulo Comercial



- 3.4. Cereté**
  - 3.4.1. Módulo Desarrollo Humano**
  - 3.4.2. Módulo de Desarrollo Empresarial**
  - 3.4.3. Módulo de Producción**
  - 3.4.4. Módulo de Diseño**
  - 3.4.5. Módulo Comercial**
- 3.5. Ciénaga de Oro**
  - 3.5.1. Módulo Desarrollo Humano**
  - 3.5.2. Módulo de Desarrollo Empresarial**
  - 3.5.3. Módulo de Producción**
  - 3.5.4. Módulo de Diseño**
  - 3.5.5. Proyecto del Programa Nacional de Joyería**
- 3.6. Los Córdoba**
  - 3.6.1. Módulo Desarrollo Humano**
  - 3.6.2. Módulo de Desarrollo Empresarial**
  - 3.6.3. Módulo de Producción**
  - 3.6.4. Módulo de Diseño**
  - 3.6.5. Módulo Comercial**
- 3.7. Lorica**
  - 3.7.1. Módulo Desarrollo Humano**
  - 3.7.2. Módulo de Desarrollo Empresarial**
  - 3.7.3. Módulo de Producción**
  - 3.7.4. Módulo de Diseño**
  - 3.7.5. Módulo Comercial**
- 3.8. Momil**
  - 3.8.1. Módulo Desarrollo Humano**
  - 3.8.2. Módulo de Desarrollo Empresarial**
  - 3.8.3. Módulo de Producción**
  - 3.8.4. Módulo de Diseño**
  - 3.8.5. Módulo Comercial**
- 3.9. San Andrés de Sotavento**
  - 3.9.1. Módulo Desarrollo Humano**
  - 3.9.2. Módulo de Desarrollo Empresarial**
  - 3.9.3. Módulo de Producción**
  - 3.9.4. Módulo de Diseño**
  - 3.9.5. Módulo Comercial**
- 3.10. Tuchín.**



- 3.10.1. **Módulo Desarrollo Humano**
- 3.10.2. **Módulo de Desarrollo Empresarial**
- 3.10.3. **Módulo de Producción**
- 3.10.4. **Módulo de Diseño**
- 3.10.5. **Módulo Comercial**

**4. Fortalecimiento Denominación de Origen de la tejeduría en caña flecha**

**5. Proyecto Sur de Córdoba**

- 5.1. **Resumen del proyecto**
- 5.2. **Módulo de Producción**
- 5.3. **Módulo de Diseño**
- 5.4. **Módulo Comercial**

**6. Eventos Feriales**

- 6.1. **Feria Nacional de la Ganadería de Montería**
- 6.2. **Expoartesano La Memoria 2016**
- 6.3. **Expo Córdoba 2016**
- 6.4. **Expoartesanía 2016**

**7. Logros**

**8. Limitaciones y dificultades**

**9. Recomendaciones y sugerencias**

**10. Conclusiones**

**Glosario**

**Bibliografía**



## RESUMEN

La actividad artesanal en el departamento de Córdoba es la actividad económica de muchas familias venidas de la tradición cultural e indígena de la población, convirtiéndose en estructura fundamental del sistema socioeconómico del contexto local. En la actividad artesanal, las artesanías, los oficios y el conocimiento de los artesanos son representaciones y expresiones de la identidad local que se asocian a una tradición cultural y se articulan con el patrimonio material e inmaterial de los pueblos.

En el Departamento de Córdoba converge población artesana indígena y campesina, los cuales se dedican a la elaboración de expresiones materiales con materias primas tales como la calceta, arcilla, enea, caña flecha, algodón, fique, totumo, oro y plata.

La tradición cultural y orígenes étnicos que confluyen en Córdoba hacen de este territorio una zona de diversidad cultural y en efecto de alta actividad artesanal, como principal actividad económica de muchos asentamientos poblacionales, por lo tanto son necesarios todos los esfuerzos institucionales que apoyen proyecciones conjuntas para fortalecer y desarrollar el sector artesanal.

En el marco de la materias primas de la región los oficios y técnicas más emblemáticas del departamento son la tejeduría con el trenzado en caña flecha, la alfarería con el modelado en arcilla y la cestería en rollo con cepa de plátano. Adicionalmente, y de manera más concentrada se trabaja la joyería en filigrana, la cestería en enea, la talla de madera, totumo, coco y cacho, la talabartería, la carpintería y la tejeduría en fique.

En el Departamento de Córdoba, Artesanías de Colombia S.A. ha adelantado trabajos que datan del período comprendido entre los años 1986-2003, en los cuales se realizó el primer levantamiento de la línea base para alimentar el Censo que se consolidó en 1998.

En los últimos 7 años (2008-2015), se ha avanzado en los temas de desarrollo humano y organización comunitaria, desarrollo de productos en totumo, calceta de plátano experimentación con lata de corozo, asistencia técnica para mejorar el producto artesanal implementando mejoras técnicas en acabados, colores, calidad y diseño a través de asesorías de diseño y asistencia técnica con diferentes comunidades, así como capacitaciones y apoyo en temas referentes a la comercialización de los productos artesanales. Sin embargo, esta atención en muchas ocasiones ha sido fragmentada y no ha tenido la continuidad en el tiempo que se requiere para asegurar su sostenibilidad. Por lo tanto es vital lograr continuidad en las intervenciones y el trabajo con el sector artesanal con los entes territoriales.



El Laboratorio de Diseño e Innovación de Córdoba fue creado a finales de febrero de 2015 con la contratación del Enlace Regional, Diego Luis García Estefan, y el Monitor Regional, Danilo José Vergara Arango.

En el marco del primer año 2015 el Laboratorio logró alianzas en el territorio con la Gobernación de Córdoba, la Alcaldía de San Antero, la Cámara de Comercio de Montería y la Fundación Vivir Mejor de Valencia. Con la Gobernación se firmaron dos convenios, uno marco y uno específico, obteniendo una sede física de funcionamiento y recursos en efectivo para el fortalecimiento de la comunidad artesanal, en este mismo sentido, se gestionaron recursos en efectivo con la Alcaldía de San Antero para fortalecimiento.

En el caso de la Cámara de Comercio y la Fundación Vivir Mejor se generaron convenios de cooperación para la operación y ejecución de los dos grandes proyectos regionales.

El Laboratorio lideró procesos paralelos y simultáneos en el transcurso del año 2015, como:

**- CONSEJOS REGIONALES**

Se realizaron de dos (2) consejos regionales con buena asistencia superando los 30 asistentes en cada una y donde hemos congregado entidades interesadas en el sector.

**- PROGRAMA NACIONAL DE JOYERÍA**

Inclusión de Ciénaga de Oro como comunidad artesanal joyera en el programa. Asistencia tecnológica conjunta en 2016 para el montaje de un taller de joyería

**- PROYECTO OVOP**

Se hizo acompañamiento constante al trabajo en campo de los asesores OVOP, para la iniciativa “Sombrero fino vultiao” en el municipio de Tuchín. Hicimos presencia en los comités locales y departamentales OVOP.

**- PROYECTO PUEBLOS INDÍGENAS - ARTE ZENÚ**

Se hizo acompañamiento en la apertura y ejecución de asesorías en campo del proyecto Convenio entre la Nación – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Artesanías de Colombia, mediación ante las autoridades indígenas del Resguardo Indígena Zenú.

**OTROS**

Se realizó apoyo logístico del laboratorio a artesanas del Huila que visitaron Córdoba, y específicamente Tuchín, con la intención de conocer la experiencia de trabajo de comunidad y de evolución del producto artesanal con caña flecha.

Es por esto que Artesanías de Colombia elaboró una estrategia a nivel nacional que promueve la creación de Laboratorios regionales de Diseño e Innovación para el



Desarrollo de la Actividad Artesanal, en el que se integran acciones, actores y recursos para el desarrollo y la sostenibilidad de la actividad artesanal. Dicha estrategia tiene como propósito el mejoramiento de la calidad de vida de la población de artesanos, en este caso del Departamento de Córdoba.

La actividad central del laboratorio es la de establecer métodos para consolidar alianzas entre los diferentes actores locales, representados en los entes territoriales, las organizaciones no gubernamentales, el sector privado empresarial, la academia, la cooperación internacional y las organizaciones de artesanos de la región. Además el laboratorio debe formular y coordinar la ejecución de proyectos relacionados con la generación de procesos de innovación de productos, mejoramiento tecnológico, mejoramiento de la calidad de la producción e incremento de la competitividad mediante la generación de oportunidades comerciales para acceder a los mercados locales, departamentales, nacionales y eventualmente internacionales. Al mismo tiempo las acciones del laboratorio tienen por objetivo, fortalecer, destacar y valorar la riqueza cultural y patrimonial de los oficios artesanales locales.



## INTRODUCCIÓN

El trabajo del Laboratorio de Diseño e Innovación de Córdoba, desde su coordinación general y operación en territorio se lleva a cabo eficiente y eficazmente, a través de la ejecución de las siguientes actividades:

- Revisar y validar el plan de acción para el departamento y concertarlo con la comunidad artesanal y con los entes involucrados directa o indirectamente con el laboratorio de diseño.
- Gestionar o identificar recursos financieros, técnicos y humanos asociados a la planificación del Laboratorio con los diferentes actores del sector público o privado involucrados directa o indirectamente en la actividad artesanal del departamento, aplicando los instrumentos e instrucciones que Artesanías de Colombia indique.
- Formular, ejecutar y sugerir proyectos y programas para el fortalecimiento de la actividad artesanal del departamento, teniendo en cuenta la participación activa de los artesanos de la región en cuanto a la capacidad de producción y la demanda de productos en el Departamento.
- Realizar la trazabilidad, articulación y seguimiento a los proyectos y actividades que Artesanías de Colombia ejecuta a nivel departamental, teniendo en cuenta la coherencia y la pertinencia frente a los lineamientos socializados por el responsable de la región, las alianzas con los diferentes actores directos o indirectos relacionados al sector artesanal en pro del cumplimiento de los objetivos del Departamento y de la región.
- Garantizar la implementación de los ejes temáticos que apliquen para el Departamento, relacionados con los programas y proyectos de Artesanías de Colombia.
- Verificar la implementación de la política de Artesanías de Colombia en el departamento, de acuerdo con las estrategias y lineamientos planteados por la entidad.
- Gestionar la participación de diferentes actores departamentales, en coordinación con el responsable y el diseñador asignado para la región, en la conformación y desarrollo del Consejo Regional de apoyo a la actividad artesanal y actuar como secretario técnico del mismo.
- Ofrecer apoyo a la participación de los artesanos, productos, proyecto y/o programas en las ferias locales, regionales y/o nacionales, entre éstas Expoartesánías 2016, gestionando la representación cultural del departamento.



## 1. Antecedentes

En el departamento de Córdoba, Artesanías de Colombia S.A. ha adelantado trabajos que datan del período comprendido entre los años 1986-2003, en los cuales se realizó el primer levantamiento de la línea base para alimentar el Censo que se consolidó en 1998.

En los últimos 7 años (2008-2015), se ha avanzado en los temas de desarrollo humano y organización comunitaria, desarrollo de productos en totumo, calceta de plátano experimentación con lata de corozo, asistencia técnica para mejorar el producto artesanal implementando mejoras técnicas en acabados, colores, calidad y diseño a través de asesorías de diseño y asistencia técnica con diferentes comunidades, así como capacitaciones y apoyo en temas referentes a la comercialización de los productos artesanales. Sin embargo, esta atención en muchas ocasiones ha sido fragmentada y no ha tenido la continuidad en el tiempo que se requiere para asegurar su sostenibilidad.

En el siguiente cuadro se resumen los proyectos que Artesanías de Colombia S.A. adelantó en el Departamento de Córdoba durante el periodo 2008 -2015:

No. Proyecto	Nombre del proyecto	No. Benef.	Municipios atendidos	Tipo de atención
PRY 119.	Establecimiento y Fortalecimiento de sistemas productivos artesanales orientados al Mercado Verde y al Biocomercio en el Departamento de Córdoba.	148	San Andrés de Sotavento, Los Córdoba, Montería, Buenavista y Tuchín.	Atención integral en los módulos de desarrollo humano, diseño, mejoramiento de la producción, y comercialización.
PRY 169.	Desarrollo sostenible de las artesanías tradicional del Departamento de Córdoba.	73	Tuchín, San Andrés de Sotavento, Los Córdoba, Buenavista y Purísima.	Desarrollo de la Colección “Córdoba Sostenible” en Caña Flecha, Calceta de Plátano, Totumo y experimentación con Lata de Corozo, como materia prima promisoría para la elaboración de artesanías.
PRY 218.	Fortalecimiento y desarrollo de procesos de fomento y las organizaciones solidarias en el sector artesanal de Colombia.	16.	Tuchín.	Curso básico en Economía Solidaria. Elaboración de estatutos y reglamentos. Registro y trámite de control de legalidad - Conformación de Organizaciones Solidarias y Fortalecimiento de las Organizaciones Solidarias.
PRY285 (2012).	Apoyo y fortalecimiento del Sector Artesano en Colombia: sostenibilidad, materias primas y mercados verdes.	64.	Tuchín, San Andrés de Sotavento Los Córdoba y Colosó (Sucre).	Asesorías en diseño para la producción de Expoartesanías 2012. Comunidad de Polonia: asesoría en el diseño, y producción de objeto en Totumo, lata de corozo, caña flecha.
PRY 286 (2012).	Promoción del Movimiento OVOP Colombia.	3	Resguardo Zenú.	Consultoría en la Identificación de la oferta del recurso natural para el oficio de Tejeduría en caña flecha en el



				Resguardo Zenú.
PRY 296 (2012).	Aprovechamiento y uso sostenible de recursos naturales en la producción artesanal en el departamento de Córdoba.	52	Los Córdoba, Buenavista, San Andrés de Sotavento y Tuchín.	Diseño y desarrollo de producto de Los Córdoba, Buenavista, San Andrés de Sotavento y Tuchín.
PRY 302 (2013).	Mejoramiento de la competitividad del sector artesano de la población desplazada y vulnerable del país 2013.	197	Comunidades en Monte Libano, Apartadó, Montería, Cereté, Tuchín y Loricá.	Atención integral en los módulos de desarrollo humano, diseño, mejoramiento de procesos productivos artesanales y comercialización.
PRY 306 (2013).	Gestión ambiental en la artesanía: Sostenibilidad del recurso natural y eficiencia ambiental en la producción.	13	Buenavista.	Identificación de oferta y demanda del recurso natural asociada con la producción artesanal, investigación ecológica de la especie y capacitación técnica en procesos de la madera.
PRY 308 (2013).	Sello de calidad hecho a mano.	17.	San Andrés de Sotavento y Tuchín.	Seguimiento en la promoción y divulgación del Sello de Calidad Hecho a Mano.
PRY 351 (2014).	Mejoramiento de la competitividad del sector artesano y de la población desplazada y vulnerable del país 2014.	51.	Comunidades en Montelíbano, Montería, Cereté, Tuchín y Loricá.	Seguimiento al proyecto de 2013 y apoyo en procesos de comercialización de los productos artesanales.
PRY (2014).	Fortalecimiento de la competitividad y desarrollo de la actividad artesanal en los municipios de Montelíbano, Puerto Libertador, San José de Uré, Tierralta y Valencia del Departamento de Córdoba (Fase I)	308.	Comunidades en Montelíbano, Tierralta, Puerto Libertador, San José de Uré, Valencia.	Atención integral en los módulos de desarrollo humano, diseño, mejoramiento de procesos productivos artesanales y comercialización.

La actividad artesanal es un sistema resiliente con la capacidad de adaptarse a los cambios permanentes de los contextos locales, por lo que la forma de abordar los mercados, de preservar o transformar las técnicas y oficios y de apropiarse o mantener los cambios en los productos depende la capacidad de adaptación de las unidades productivas artesanales. Frente a las capacidades identificadas por el laboratorio en la línea base, se propone establecer acciones para el fortalecimiento de las unidades productivas artesanales del Departamento, caracterizando tanto las unidades productivas como el tipo de producción y productos, georeferenciando la ubicación de las unidades productivas.

Asimismo identificar los valores culturales implícitos en las artesanías cordobesas e identificando las capacidades de los artesanos para integrarse a procesos de co-diseño, co-creación e innovación y estableciendo las estrategias pertinentes de mercadeo y comercialización para ofrecer los productos resultantes en diferentes escenarios locales, regionales y nacionales.



Contrario al caso de diversas partes del territorio nacional en las que la actividad artesanal es una fuente complementaria de ingresos en muchos de los hogares urbanos y rurales, en Córdoba el 50.6% de la población vive de la dedicación exclusiva a la actividad artesanal. De otra parte, según los datos consolidados que tiene Artesanías de Colombia, aproximadamente el 48.3% de la población artesanal de Córdoba habita en contexto rural y el 35.1% es población indígena. Del total de la población artesanal, el 72.5% son mujeres artesanas y la edad de la población artesanal oscila entre los 31 y 55 años en su mayoría, lo que deja ver un potencial para establecer estrategias de rescate y transmisión de conocimiento entre generaciones. De acuerdo con la misma fuente, el 36.6% de ésta población aprendió el oficio de forma tradicional; tan solo el 9% son maestros artesanos y el 43% son aprendices, lo que reafirma la intención del fortalecimiento de la comunidad en su oficio para darle sostenibilidad actividad artesanal del Departamento a través del Laboratorio.

En el Departamento de Córdoba, la actividad artesanal desarrolla una variada gama de técnicas y oficios, siendo la más importante la tejeduría, y seguida de ella la cestería, el tallado y la alfarería, aunque hay poca información sobre las características de la población artesanal. Por las anteriores razones, las acciones estratégicas del laboratorio estarán dirigidas a asistir integralmente la actividad artesanal, desde la caracterización de la actividad artesanal, el diagnóstico regional y el trabajo articulado con los entes territoriales y locales, identificando y potenciando las capacidades presentes en las unidades productivas.

Por lo tanto, los procesos de apoyo y fortalecimiento de la actividad artesanal que ofrecerá el Laboratorio de Córdoba deberán alinearse con la naturaleza local de los oficios, de las unidades productivas y de los artesanos del Departamento. Esto implica cierta complejidad, pues convergen particularidades relacionadas con el origen de los artesanos, su saber, sus técnicas y su forma de organizarse social y productivamente.



## 2. Actividades del Laboratorio

Con la misión de articular alianzas y gestionar recursos con entes territoriales, organizaciones de naturaleza privada y actores locales para cofinanciar y ejecutar proyectos para el fortalecimiento de la actividad artesanal en el Departamento de Córdoba a través del Laboratorio de Diseño e Innovación, realizando seguimiento y acompañamiento de acuerdo con los lineamientos de Artesanías de Colombia, el Enlace Regional Córdoba desarrolló acciones específicas de la siguiente manera:

- Reuniones de gestión territorial en el Departamento de Córdoba con el apoyo de la Subgerente de Desarrollo, el Articulador Nacional y el Articulador Regional de Artesanías de Colombia, acordando espacios de alianza y trabajo conjunto con la Cámara de Comercio de Montería, la Universidad del Sinú, la Alcaldía de Montería, la Alcaldía de Tuchín y la Gobernación de Córdoba, entre otros.



**Descripción:** Reunión de gestión con la Cámara de Comercio de Montería. **Tomada por:** Danilo Vergara  
**Lugar:** Despacho Presidente Ejecutivo, Montería, Córdoba

- Realización de Comité Regional de Diseño del Caribe, en Cartagena de Indias en abril de 2016 con la coordinación del Laboratorio y los dos equipos de diseño de los operadores. Se definieron los productos a llevar a la feria Expoartesano La Memoria 2016, con seguimiento estricto a los planes de producción en las comunidades precisando cambios, ajustes y especificaciones para la Colección Caribe 2015 presentada en Expoartesanías 2015, bajo las directrices del Comité con comunicación constante con Manuel Ernesto Rodríguez como Diseñador Líder Regional y Ricardo Bohórquez como Líder Nacional de Diseño y la nueva estrategia nacional del diseño para 2016.
- Articulación con el Programa de Moda & Accesorios brindando contactos y enlaces de comunicación con la comunidad de artesanas de Los Córdoba.



- Artículo periodístico sobre el oficio de la cestería en cepa de plátano del municipio de Los Córdoba y comunicación a periódico regional importante en Córdoba con la convocatoria abierta a la comunidad para Expoartesanías 2016.
- Comentarios sobre el documento Estrategia y Plan de Acción "Artesanos Tejedores de Paz 2017-2022" de la Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del sector artesanal.
- Se estructuró el cuadro de oficios artesanales de Córdoba.
- Envío de información sobre comunidades artesanales del municipio de Tierralta en el marco del Proyecto Bavaria – Zonas de la Paz.
- Participación en el 1er Encuentro Nacional de Diseño de Artesanías de Colombia, en la exposición de las nuevas políticas, estrategias y orientaciones para 2016.
- Convocatoria en el departamento para el Premio a Medalla a la Maestría Artesanal 2016, recogiendo y enviando documentos de aspirantes con la información de la transmisión generacional de sus tradiciones en sus familias.



- Se impartieron lineamientos de trabajo a los equipos de diseño de los operadores en el territorio sobre el nuevo proceso de diseño dirigido hacia Expoartesanías 2016, reuniones de diseño, comités, talleres de diseño participativo, entre otros y seguimiento al trabajo de los equipos con acompañamiento a los procesos de cierre de los convenios y proyectos en ejecución, la elaboración y presentación acertada de todos sus entregables



con el reporte de ejecución de proyectos y gestiones sobre la operación territorial de Artesanías de Colombia en Córdoba a través del Laboratorio.

- Contacto con la oficina de comunicaciones de la Gobernación de Córdoba, para entablar acciones para la cooperación en la divulgación de información del Laboratorio y de todas las convocatorias de Artesanías de Colombia, consolidando contactos con cada una de las administraciones municipales del departamento. Se estructuraron propuestas para presentar a municipios y a entidades, en términos de gestión de recursos y alianzas para continuar con los trabajos de fortalecimiento del sector artesanal hacia 2017.
- Gestión, articulación y apoyo de la participación de artesanos del departamento en el marco de Expo Córdoba 2016, feria empresarial de región.
- Se estructuró el listado de Ferias y eventos de orden local en el Departamento de Córdoba.

## **2.1. Gestiones y articulación con entes territoriales.**

### **2.1.1. Gobernación de Córdoba**

Reunión con el Gobernador de Córdoba para reafirmar compromisos conjuntos en pro de trabajar por la comunidad artesanal del departamento. Se gestionó con la Dirección de Turismo y Artesanías el apoyo para la participación de artesanos independientes del departamento con una lista de seleccionados. quienes solicitan apoyo para cubrir económicamente su presencia en la feria, para Expoartesanías 2016, se hizo el enlace con el equipo de Corferias y se le presentó una propuesta formal para un stand de diciembre.

Reuniones con la Secretaría de Desarrollo Económico y la Dirección de Turismo y Artesanías de la Gobernación de Córdoba, informado sobre la labor del Laboratorio de Diseño e Innovación de Córdoba, y los proyectos que se ejecutan en el departamento, buscando programar y proyectar recursos de fortalecimiento del sector para el año 2017.

Seguimiento a la liquidación del convenio interadministrativo ADC-2015-228 con la Gobernación de Córdoba del año 2015.

### **2.1.2. Alcaldía de San Antero**

Se presentó informe final del proyecto ADC-2015-229 en Convenio con el Municipio de San Antero, y se realizaron reuniones con la Coordinadora de Turismo y Artesanías de la



Alcaldía de San Antero para el desembolso final de la Alcaldía y su liquidación. Se revisó la posibilidad de retomar la asistencia a la comunidad artesanal del municipio con un nuevo convenio. Se hicieron propuestas proyectuales y seguimiento para firma de convenio.

### 2.1.3. Cámara de Comercio de Montería

Reuniones con la Cámara de Comercio de Montería, entidad operadora del proyecto regional de Artesanías de Colombia, para concertar la adición al convenio, definiendo los recursos de cada una de las entidades para la vigencia 2016. Con los profesionales contratados se aclararon dudas técnicas y operativas de la ejecución de talleres y actividades con la comunidad.

Se gestionó en conjunto con la Cámara de Comercio de Montería, un Punto Comercial para una tienda del Laboratorio en el Centro Comercial Buenavista Montería, uno de los más importantes de la ciudad, para abrir un canal de venta a los artesanos beneficiarios del proyecto de fortalecimiento regional y difundir las acciones del Laboratorio de Córdoba.

Se incluyó material fotográfico e institucional de Artesanías de Colombia dentro de una exposición alusiva al Río Sinú y destacando sectores productivos del departamento de Córdoba, Travesía por el Sinú.



Se recibieron y revisaron los entregables de la Cámara de Comercio de Montería del proyecto regional en Córdoba, brindando retroalimentación.



Seguimiento y monitoreo a los planes de producción para la feria Expoartesano La Memoria 2016 y para la participación en el stand Laboratorios Caribe en Expoartesanas 2016. Con el equipo técnico y administrativo del proyecto operado por la Cámara de Comercio de Montería, se establecieron las conclusiones de la participación ferial en Expo Córdoba 2016.

#### **2.1.4. Alcaldía de Ciénaga de Oro**

Reunión con el Alcalde de Ciénaga de Oro y con representantes del Programa Nacional de Joyería, para gestionar el acompañamiento de la administración municipal al fortalecimiento de la comunidad de artesanos joyeros y concretar un espacio físico para el montaje de un taller de joyería, para reunir, capacitar y fortalecer al grupo de artesanos joyeros. La entrega del espacio se le hizo a Asociación De Oro (asesorada actualmente por el Laboratorio y la Cámara de Comercio de Montería). Se suscribió convenio en octubre de 2016. Para el montaje del Taller de Joyería se realizó la entrega de toda la dotación de maquinarias y herramientas para el Taller a través del Programa Nacional de Joyería.

Se hizo articulación con el Programa Nacional de Joyería para el entrega de 200gr de plata a dos artesanos joyeros de Ciénaga de Oro, para producción ferial de cara a Expoartesano 2016.

#### **2.1.5. Universidad del Sinú**

Articulación con la Universidad del Sinú para acordar la suscripción de un convenio para ejecutar el proyecto “Caña flecha” presentado en 2015, aprobado en abril de 2016 para hacer el proceso de fortalecimiento en el módulo de diseño para el desarrollo de nuevos productos hechos con el oficio de tejeduría en caña flecha en la comunidad de Tuchín, en el marco de un proyecto con recursos de regalías de la Gobernación de Córdoba.

Se realizó la formulación pormenorizada de presupuesto y actividades y la contratación de los diseñadores para el proyecto, realizando la reuniones de coordinación y articulación del Laboratorio con el equipo del proyecto caña flecha.



**Descripción:** Reunión de gestión con la Universidad del Sinú. **Tomada por:** Danilo Vergara  
**Lugar:** Bloque central, Montería, Córdoba.



### **2.1.6. Alcaldía de Lórica**

Reunión con la Alcaldesa de Lórica, para plantear la propuesta de trabajar conjuntamente en aspectos del sector artesanal del municipio como el desabastecimiento de la enea en San Nicolás de Bari, y la necesidad de la renovación generacional de los artesanos alfareros en San Sebastián.

### **2.1.7. Alcaldía de Montería**

Se hicieron propuestas proyectuales a la alcaldía de Montería y seguimiento para firma de convenio. Se gestionaron reuniones con la Coordinación de Cultura de la Alcaldía para impulsar el proyecto de asesoría técnica para el Centro Cultural y Artesanal del Sinú.



**Descripción:** Reunión de gestión con la Alcaldía de Montería. **Tomada por:** Danilo Vergara  
**Lugar:** Oficina del Despacho del Alcalde,. Montería, Córdoba

### **2.1.8. Fundación Vivir Mejor**

Se hizo la articulación y acompañamiento en la ejecución del proyecto Sur de Córdoba con la Fundación Vivir Mejor en los municipios de Valencia, Tierralta, Montelíbano, Puerto Libertador y San José de Uré en su proceso de relación, sensibilización y acercamiento a los grupos artesanales con los que está trabajando. Se hizo articulación y seguimiento con con el equipo de diseñadoras y la coordinación del proyecto de la Fundación para la producción y envío de productos asesorados para participación en Expoartesano La Memoria 2016 y la producción para participar en la Feria Nacional de la Ganadería en Montería y en Expoartesanas 2016, así como los entregables para desembolsos.

Adición del convenio suscrito con la Fundación Vivir Mejor, para la compra y suministro de materias primas destinadas a dotar comunidades artesanales.

El Laboratorio acompañó la visita de asesoría y curaduría del Diseñador Líder Manuel Ernesto Rodríguez a la comunidad de artesanas de Tierralta en el marco de la ejecución del proyecto con la Fundación Vivir Mejor. En términos técnicos y de diseño se realizó la revisión de múltiples piezas elaboradas por el grupo y recomendaciones sobre el manejo



de los colores, los referentes, y la mezcla equilibrada de diferentes técnicas, elementos metálicos, y proporciones.



**Descripción:** Revisión de productos artesanales. **Lugar:** Sede Asociación Ebera Neka, Tierralta, Córdoba, Colombia  
**Tomada Por:** Diego Luis García Estefan

Se gestionó el espacio comercial para la participación en el marco de la feria más importante de la región, la Feria Nacional de la Ganadería. Para dicha participación se definió llevar los mismos productos enviados a Expoartesano 2016, participando de manera exitosa.

Se participó en la Feria del Plátano en el Municipio de Valencia, abriendo un espacio para los grupos artesanales de este sector.

#### **2.1.9. Alcaldía de Tuchín**

Acompañamiento a la socialización del Programa “Mi Negocio” en el municipio de Tuchín, por parte de la oficina de Prosperidad Social en Córdoba, haciendo articulación y colaboración en la convocatoria de los posibles artesanos beneficiarios.



**Descripción:** Reunión gestión con Alcaldía Municipal de Tuchín, Córdoba. **Tomada por:** Danilo Vergara  
**Lugar:** Oficina del despacho del alcalde, Tuchín, Córdoba

Articulación de proyectos con la Alcaldía de Tuchín que contrarresten el desabastecimiento actual de la palma de caña flecha, estructurando una iniciativa de asistencia en el accesos a la materia prima.



Acompañamiento a la realización taller sobre Denominación de Origen y Marca colectiva en Tuchín, en el marco del Programa de Propiedad Intelectual, con el liderazgo de José Miguel Ceballos, haciendo articulación y colaboración en la convocatoria de los artesanos.

#### **2.1.10. CVS**

Se realizó reunión de gestión con la Corporación Autónoma Regional de los Valles del Sinú y San Jorge, CAR-CVS con el propósito de concertar intereses de temas a trabajar para consolidar proyectos y gestión de recursos para el sector en el año 2017 para lo cual se presentaron informes por módulos de la cadena de valor en distintos municipios asistidos del departamento. Se hizo gestión, orientación e impulso de la expedición de certificados de exportación de especies vegetales para algunos artesanos del resguardo Indígena Zenú, tejedores de caña flecha. Se solicitó a la CVS el apoyo a grupos artesanales independientes para participar en Expoartesanías 2016.

#### **2.1.11. Pontificia Universidad Bolivariana**

Reunión con la Universidad Pontificia Bolivariana, Facultad de Ciencias Estratégicas, para concertar intereses comunes para proyectos 2017. Esa entidad tiene interés específico en apoyar el fortalecimiento de los módulos de desarrollo humano y desarrollo empresarial, apoyando desde la facultad mencionada procesos caracterización, contextualización de la comunidades, identificación de líderes y actores, y fortalecimiento de estructuras asociativas.

#### **2.1.12. SENA**

Se inició articulación con programas de aprendices del SENA Seccional Córdoba interesados en hacer investigaciones y desarrollos de proyectos con comunidades artesanales del departamento.

#### **2.1.13. OVOP**

Acompañamiento a la Misión del Japón, visita de funcionarios de JICA en función de evaluación del avance de la Iniciativa Sombrero Fino Vueltiao en el marco del movimiento OVOP en el municipio de Tuchín.

Se realizó la coordinación de una curaduría de producto en el municipio de Tuchín, en el marco de los grupos artesanales que participan en la iniciativa OVOP, con el equipo de Cámara de Comercio de Montería, con el propósito de preseleccionar productos que podrían ser exhibidos y vendidos en el punto comercial promovido con el Centro Comercial Buenavista.



## 2.2. Consejo Regional de apoyo a la actividad artesanal.

Se realizaron las mesas de trabajo con entidades que trabajen por el sector artesanal de Córdoba y se concertaron ideas de proyectos y apoyo para seguir impulsando el sector artesanal en 2107, y consolidar aun más el Consejo regional de apoyo a la actividad artesanal.

Se contó con la participación de delegados y representantes de Artesanías de Colombia, ASACOR, alcaldía de Los Córdoba, alcaldía de Moñitos, Universidad Pontificia Bolivariana, Fundación Vivir Mejor, Asociación de Artesanos de Córdoba (ASOARTESCOR), Educación ambiental, CAR-CVS, Gobernación de Córdoba, Invima, Cultura de Momil, Alcaldía de Cereté, - Leonardo Álvarez, Artesano, Comunidad el Contenido- San Andrés de Sotavento, Dirección de Turismo de Córdoba, Gobernación de Córdoba, Alcaldía de San Bernardo del Viento, Cortucor, Alcaldía de Tuchín, Cámara de Comercio de Montería y Alcaldía de San Bernardo del Viento.

Se enfatizó en el propósito constante y a largo plazo de Artesanías de Colombia con los consejos regionales (mesa de trabajos) de apoyo a la actividad artesanal en cada uno de los departamentos donde se han implementado los laboratorios de diseño e innovación, como espacio de establecimiento de relaciones interinstitucionales con entidades que apoyan y trabajan por el sector artesanal.

Se socializaron los proyectos 2015 – 2016, entre los cuales estuvieron proyectos formulados por el Laboratorio como San Antero, Regional, Taller de Joyería Ciénaga, Unisinú, Caña Flecha, y otros formulados desde el nivel central como Sur de Córdoba; se incluyó la articulación realiza el Laboratorio con proyectos como OVOP, Programa Nacional de Joyería y Economías Propias, cofinanciados por Artesanías de Colombia y diferentes entidades del orden territorial como la Gobernación de Córdoba, la Cámara de Comercio de Montería, la Alcaldía de San Antero, la Universidad del Sinú, entre otras; y/o entidades del orden nacional como el Programa Colombia Responde, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Agencia de Cooperación Internacional del Japón-JICA, entre otras. Se presentaron los valores de inversión, los municipios de implementación, los beneficiarios por municipio, la duración del proyecto, la generalidad de los módulos desarrollados, y los logros alcanzados en cada uno. Así mismos se compartieron metas generales prevista para el año 2017.



Se realizó una muestra fotográfica de los productos rescatados, diseñados y rediseñados con artesanos de Córdoba en el marco de todos los proyectos ejecutados, los cuales estuvieron en Expoartesanías 2015, Expoartesano La Memoria 2016 y estarán en stand de la región Caribe en Expoartesanías 2016. Se generaron comentarios positivos sobre como en poco tiempo se nota el trabajo de desarrollo y avances en términos de innovación y perfeccionamiento de técnicas artesanales.

Se presentó la metodología y el formato de trabajo a utilizar basado en la matriz de componentes, sobre el cual se definen las actividades a realizar por módulos y se consultó a los representantes de las entidades sobre sus posibles aportes. Se hicieron propuestas y sugerencias de cómo hacerlo de manera distinta.



**Descripción:** Mesas de trabajo proyectos 2017, 24 de noviembre de 2016. **Tomada por:** Danilo José Vergara Arango  
**Lugar:** Centro de Eventos de la Cámara de Comercio, Montería (Córdoba), Colombia.

### 2.3. Foro “Reflexiones académicas sobre la cadena de valor de la caña flecha”

Este evento estuvo liderado por estudiantes de la Institución Educativa Olcué para identificar las problemáticas que existen alrededor de la cadena de valor de la caña flecha y los eslabones de ésta como una cadena productiva esencial para la actividad económica del Municipio de Tuchín y del Resguardo Indígena Zenú.

Fueron planteadas ponencias en distintos aspectos polémicos sobre los cuales quieren poner a reflexionar a la comunidad artesanal y a todas las entidades que contribuyen en el fortalecimiento y asistencia técnica del sector, como es el caso de Artesanías de Colombia, poniendo en evidencia que en estos aspectos se basa el poco interés de la población joven por continuar con la tradición artesanal de sus familias, como también proponen que de la solución de los mismos depende recuperar el interés de esta población para con el oficio artesanal.



**Descripción:** I Foro Reflexiones académicas sobre la cadena de la caña flecha.

**Tomada por:** Diego Luis García Estefan

**Lugar:** Tuchín, Córdoba, Colombia.

#### *a. Pobreza de los artesanos*

Esta primera reflexión engloba varios problemas a combatir en la comunidad: la escasez de la materia prima, la necesidad de reducir la intermediación, derivando en el abandono de la actividad artesanal.

En esta ponencia se plantearon criterios muy interesante que propenden por el futuro de la actividad artesanal:

- Unidad en el sector.
- Importancia de cada etapa del oficio (cadena de valor)
- Aspectos asociativos
- Pensamiento y organización empresarial.
- Trabajo agrícola y seguridad alimentaria.

#### *b. Uso de insumos químicos*

La segunda reflexión tiene que ver con una crítica al uso excesivo del peróxido para el blanqueamiento de la fibra de la palma de caña flecha, más cuando hay mecanismos tradicionales naturales, como cocinarla con caña agria, naranja, limón criollo o yuca, por medio de los cuales se logra blanquear la materia prima, y no se afecta la resistencia de la fibra. Se hizo una invitación al rescate de toda la pigmentación natural tradicional con gran variedad de matices y tonos de color.

#### *c. Cultivos de caña flecha*

La tercera ponencia reflexionó sobre la reducción y poca atención por la necesidad de intensificar el cultivo de la caña flecha, señalando tres aspectos contradictorios al progreso de la actividad artesanal: 1) Nula preparación de la espacio contra el cambio climático, causando desabastecimiento del recurso natural; 2) Incentivo para otros usos



de la caña, con su tallo para la construcción; 3) El uso de patios y terrenos para otros cultivos o ganadería y no para generar plantaciones caseras.

En el marco de la reproducción de cultivos de caña flecha se estableció la propuesta de plantaciones caseras y que el uso de las especies de caña flecha como materia prima se haga seleccionando dichas especies según los productos que se vayan a elaborar.

*d. Asociatividad*

El cuarto tema abordó la confrontación de una realidad social del pueblo indígena como el egoísmo contra la unión y solidaridad, donde el protagonista, el individualismo y la competencia desleal, en vez de promulgar la unión, asociatividad y cooperación entre grupo y unidades productivas como fórmula para el éxito empresarial y el desarrollo social y comunitario.

*e. Tintura de la fibra de caña flecha*

La sexta intervención invitó al uso comprometido de la tintura de origen natural, no sólo para la conservación de los procesos tradicionales del oficio, sino también porque el mercado posiciona a estos productos dentro de un margen de calidad y originalidad superior, que así mismo los establece de un margen rentable competitividad. Se propuso el establecimiento de lugares comunitarios de siembra de plantas que proporcionen ese insumo de tintura para productos con base de color natural.

*f. ¿Quién establece los precios?*

En la séptima propuesta se convocó a instaurar e implementar en la comunidad, dentro de la propuesta de desarrollo local, políticas claras de comercio justo que ayuden a proporcionar un desarrollo equitativo de la cadena de valor del oficio artesanal.

*g. El desorden de la caña flecha*

Por último se retomó el origen del gran caos del oficio y el sector en el municipio, el desorden. Se planteó que dicho desorden traspasa su comunidad, permeando en las entidades que asisten técnicamente el oficio artesanal en el territorio de la misma manera. Esto evidenciado en las fallas de articulación interinstitucional en campo.

Se mencionó que el desorden aplica en la falta de capacitación en temas de emprendimiento, en la ausencia de canales de comercialización para toda la comunidad, los bajos ingresos por la venta del producto, los desaciertos en el análisis correcto de costos, valores de insumos y proyección de rotación de productos en el mercado real.



### **3. Departamento de Córdoba**

#### **3.1. Contexto socio geográfico**

En el Departamento de Córdoba converge población artesana indígena, afrodescendiente y mestiza, urbana y rural, caracterizada por sus variadas expresiones artesanales, con el aprovechamiento de materias primas tales como la iraca, cepa de plátano, junco, bejuco, madera, arcilla, enea, caña flecha, algodón, fique, totumo, chaquira, oro y plata.

En este sentido, municipios como Montería (Sabanal, Cantaclaro, Tacasuan y La Palma); San Andrés de Sotavento (El Contenido, El Delirio); Los Córdoba; Buenavista (Polonia y Casco Urbano) Cereté (Rabolargo y Casco Urbano), Lórica (San Sebastián y San Nicolás de Bari), Momil; Tuchín y Ciénaga de Oro, se constituyen en escenarios territoriales propicios para la implementación de la estrategia de los Laboratorios.

Si bien Artesanías de Colombia tiene documentado que ha atendido artesanos en dichos municipios, existe un número significativo de artesanos por atender así como técnicas artesanales por rescatar, caso de la orfebrería de Ciénaga de Oro.

En estos municipios, entre otros con vocación artesanal, se han adelantado las siguientes actividades:

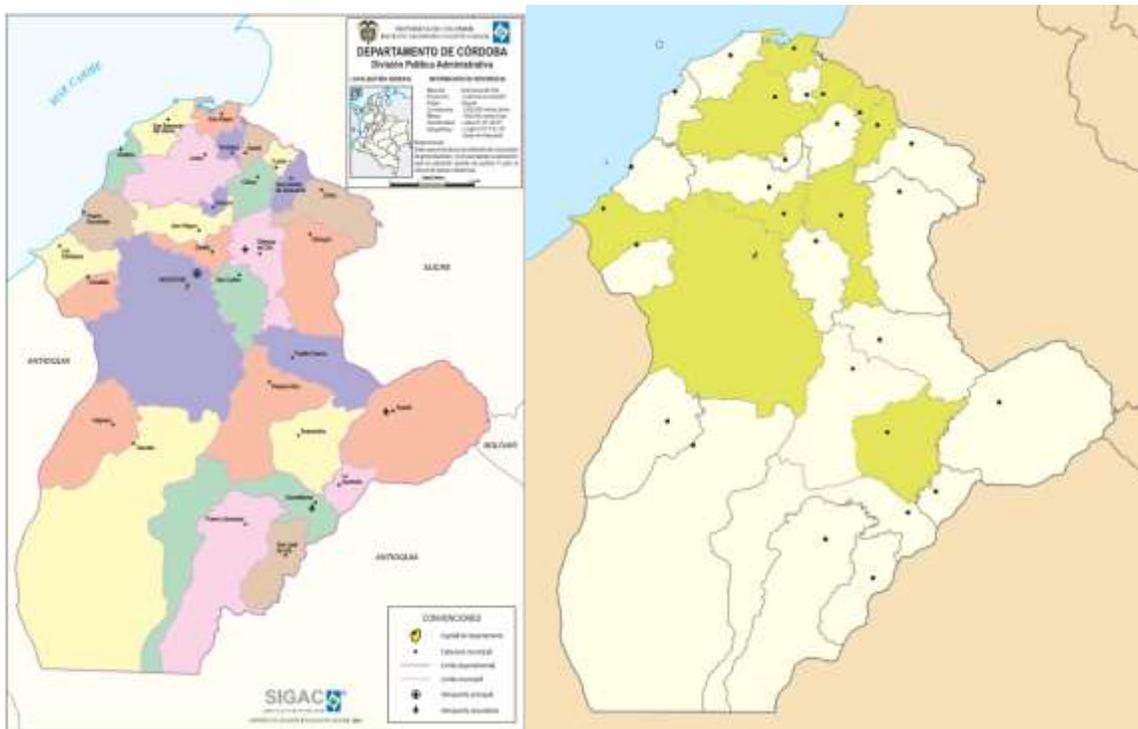
- a. consultar la línea base de los artesanos, oficios y las unidades productivas artesanales recolectada en el año 2014
- b. caracterizar la actividad artesanal de la región,
- c. establecer la georeferenciación de las unidades productivas activas en los municipios,
- d. Identificar y analizar el potencial de las capacidades de las unidades productivas,
- e. asistir y asesorar técnicamente en diseño e innovación de procesos y productos artesanales,
- f. articular los proyectos y programas institucionales de Artesanías de Colombia en beneficio del desarrollo de la actividad artesanal.

Se ha trabajado en programas y proyectos tales como: Atención a Población Desplazada y en estado de vulnerabilidad (APD), el proyecto de atención a población indígena y afrodescendiente que se encarga de realizar rescate de técnicas y productos de poblaciones con estas características, el programa de sello de calidad, propiedad



intelectual, marcas colectivas y denominación de origen, el manejo y uso sostenible de materias primas y el programa nacional de asesorías puntuales.

El laboratorio se ha encargado de generar información para alimentar, tanto el sistema estadístico institucional, como las cuentas nacionales; ha fomentado y gestionado la integración de diferentes actores locales que fortalezcan y den sostenibilidad a la actividad artesanal del Departamento de Córdoba; ha consolidado estrategias de diseño e innovación basadas en acciones de diseño participativo entre expertos en diseño y los saberes locales aportados por los artesanos, para el mejoramiento de la calidad de la producción y de los productos. Adicionalmente, ha transferido información relacionada con las señales del mercado y tendencias de consumo, para integrar el desarrollo de los productos a procesos de distribución y comercialización y preparar las unidades productivas artesanales para su participación en eventos feriales.



Mapa político del Departamento de Córdoba Municipios beneficiarios Py-Regional

Recientemente el Laboratorio ha actuado como un espacio de consulta y apoyo permanente al que los artesanos del Departamento pueden acceder a fin de potenciar sus capacidades individuales y colectivas, mediante estrategias de diseño, innovación y comercialización que permitan que sus artesanías respondan efectivamente a las dinámicas del mercado local y nacional.



En el marco del proyecto regional “Fortalecimiento de la competitividad y el desarrollo de la actividad artesanal en el Departamento de Córdoba” se atendieron 640 artesanos con atención integral; en diferentes oficios artesanales, primordialmente en tejeduría, cestería y alfarería.

En la línea base, se identificó que se debían atender otros oficios artesanales tales como bisutería, orfebrería, carpintería y el trabajo con frutos secos, entre otros, de los que se atendieron el trabajo en totumo y la orfebrería como dos oficios desarrollados por pequeños grupos artesanales.

Se realizó la caracterización socioeconómica de la población para obtener el conocimiento de estas variables en la población artesanal, facilitando de esta formara construcción de un diagnostico cualitativo y cuantitativo teniendo en cuenta algunos aspectos individuales, sociales y económicos, a fin de conocer las características más representativas de cada uno de los grupos. Se fundamentó en entrevistas realizadas a los líderes de los diferentes grupos artesanales y se complementó con las caracterizaciones realizadas por los diseñadores de manera individual en las diversas comunidades de artesanos.

La actividad artesanal es una de las principales distinciones socioculturales del departamento a lo largo de su historia, es una práctica en la que el aprendizaje de los oficios generalmente se realiza como actividad familiar, desde la transmisión de saberes de generación en generación o por el aprendizaje desde la observación y la educación.

Se identificó que 500 personas están directamente vinculadas a una actividad artesanal productiva, con dedicación temporal; otros actúan como agentes comercializadores, mientras que los demás la contemplan como una actividad esporádica.

Los proyectos ejecutados estuvieron dirigidos a nuevos artesanos, como estrategia para fortalecer la productividad y competitividad, además de poder notar la disminución de la población artesanal a través de la entrevista a los líderes en donde coincidieron en señalar que han venido en decremento expresando razones como:

- El desinterés de los más jóvenes para desarrollar los oficios, debido a las transformaciones sociales y tecnológicas de los últimos años.
- Otras fuentes económicas han sido de mayor interés, relacionadas con mejores y mayores ingresos.
- Trabajo subvalorado



- Fuente económica inestable
- Materia prima escasa para producciones, tal como la enea, cepa de plátano entre otros.
- Falta de compromiso institucional de parte del sector público.
- Baja comercialización de los productos artesanales

Teniendo en cuenta la información obtenida mediante los instrumentos ya mencionados, podemos señalar que más del 95% de la población de artesanos son nativos de las comunidades y muy bajo el número de personas que han llegado a los municipios hoy atendidos, ubicados en zonas geográficas donde cuentan con servicios básicos como energía, agua (algunos cuentan con alcantarillado) y disponen en sus alrededores de puestos de salud o centros asistenciales, así como iglesias o centros religiosos. De estos grupos el 39% está ubicado en la zona rural. De los grupos atendidos solo Montería y Momil recibieron los talleres en casa artesanal de los municipios; otros como Tuchín en la iglesia, comedores comunitarios, talleres y casas de los participantes.

Es de notar que las zonas geográficas tienen un alto grado de vulnerabilidad y que inciden en su calidad de vida, pues aunque cuenten con los servicios básicos, no son de óptimas condiciones, como el caso del agua que no es tratada o potable. En muchos municipios, el servicio de alcantarillado y Sanitario es improvisado y en algunos otros cuentan con vías de difícil acceso, presencia de grupos armados que han venido afectado de alguna manera la actividad artesanal en las zonas. A esto se suma que las políticas públicas de los servicios de la salud no han sido constantes y se limitan a la atención de las enfermedades más recurrentes en la población.

Se identificaron características que inciden negativamente en los procesos de aprendizaje por bajo nivel educativo, problemáticas de origen étnico y particularidades del entorno geográfico habitado, lo que hace que se hallen excluidos de procesos formales de economía que garanticen un sustento e ingreso mínimo para solventar condiciones básicas de bienestar familiar y social. Es de anotar que la actividad artesanal tradicionalmente ha sido una práctica independiente.

Un factor importante de este contexto es el nivel educativo. Aún existen niveles educativos y de formación muy bajos, lo cual dificulta la generación de procesos sociales-comunitarios y de emprendimiento entre otros aspectos.



A través de las entrevistas a los líderes se supo que las instituciones presentes en la educación han sido Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Artesanías de Colombia, Cualitas t & t.

En cada uno de los municipios se conservan muchas tradiciones populares como son las procesiones religiosas, festividades culturales y ferias en las que participan los artesanos como feria del petate, feria cultural y artesanal (Lorica), feria artesanal y cultural del sombrero vueltiao (Tuchín), feria de la ganadería, entre otras.

La actividad artesanal es llevada a cabo por jefes de hogar, y la participación es más notoria en el género femenino con un 71% siguiendo la tendencia nacional de género en el trabajo artesanal informal; esto se puede deber a la posibilidad de las mujeres en alternar entre las labores domésticas con este oficio.

En algunos municipios se encuentran grupos homogéneos entre los cuales están Creer de Cereté, Asomupar de Tuchín, las Acacias en los Córdoba, además de algunos grupos de Montería.

En cuanto a las condiciones de habitabilidad y/o relación con la tenencia de la vivienda de los participantes, se encontró que tienen vivienda propia el 39%, el 14% paga arriendo y el 53% restante poseen una vivienda tipo familiar. Se evidencian condiciones de hacinamiento en algunas zonas de atención, debido a las características de las viviendas y el número de integrantes de la familia.

El desarrollo humano es un pilar fundamental en el crecimiento personal de los individuos, por lo cual con el módulo respectivo se hizo hincapié en la promoción de habilidades personales a través del fortalecimiento de la motivación y el autoconocimiento personal, aspectos indispensables para propiciar la construcción y visualización de un proyecto de vida en los participantes.

Las actividades desarrolladas fueron orientadas por un asesor profesional en psicología y se encaminaron a la contextualización y caracterización de los grupos atendidos y a la entrevista individual a líderes artesanos enfocadas a identificar el contexto situacional de la actividad artesanal desarrolladas por sus comunidades en los municipios de atención analizando las características a nivel de grupos y de manera general.

Los líderes entrevistados para proceso de caracterización fueron:



Miguelina Cardozo	Lorica
Jaider Ortega	Lorica
Álvaro Prieto	Buenavista
Victor Petro	Buenavista
Irina Tuira	Buenavista
Lia MariaLopez	Lorica
Luisa Flórez	Tuchín
Denis Castillo	Cerete
Roberto Yances	Cerete
Juan Ignacio Uran	Ciénaga de Oro
Felix Uran	Ciénaga de Oro
Jesusita Arrieta	Buenavista
Fernando Campo	Momil
Juan Carlos Salgado	San Andrés de Sotaventos
Magalis Flórez	Montería

En la metodología desarrollada en el módulo de desarrollo humano se utilizaron técnicas desde la observación, entrevista semi estructurada y la psicoeducación orientadas a través de los talleres para impartir las temáticas del módulo. Se recurrió a videos y técnicas grupales como guías para el ejercicio reflexivo respecto a la identificación clara de habilidades personales. Los talleres fueron lúdico participativos y reflexivos para facilitar el aprendizaje a través de la participación y la construcción desde los propios saberes para fortalecer el proceso de socialización.

En el módulo de Desarrollo Empresarial se abordaron temáticas y actividades que fueron impartidas en cada uno de los talleres, considerando los tiempos y horarios y haciendo uso de una herramienta o guía metodológica denominada matriz de marco lógico. Se puso en contexto a cada una de las comunidades de artesanos, resaltando los avances y logros más importantes.

En los municipios de Momil, Lorica (San Sebastián y San Nicolás de Bari), San Andrés de Sotavento, Tuchín, Montería, Cerete, Ciénaga de oro, Buenavista (Polonia), y los Córdoba, se pudo diagnosticar en los grupos de artesanos un nivel organizacional muy bajo, desinterés en la asociatividad, poco autogestión de recursos, entre otras.

Los artesanos elaboran productos tales como: joyas, piezas en arcillas, manualidades con hilos, sombreros vueltiao, esteras de enea, y derivados. Su propósito como grupos es



visionar hacia la competitividad teniendo en cuenta la innovación, la autogestión y el manejo de las tecnologías para la expansión de mercados.

Estos grupos artesanales se fueron motivando, dando lo mejor de ellos para buscar nuevas alternativas de crecimiento. Se trató de mejorar la condición de los asociados lo cual dejó como resultado el fortalecimiento de los procesos organizativos y el conocimiento sobre conceptos de formalización y bancarización, y su importancia en los procesos de asociación y organización de sus comunidades.

Los contenidos desarrollados fueron :

- 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.
- Asesoría y acompañamiento para la asociatividad, formalización y bancarización.
- Determinar costos del producto.
- Organizar el capital y manejar cuentas.
- Prepararse para el Futuro.
- Cualidades del liderazgo emprendedor.

La metodología que se implementó en el módulo de Desarrollo Empresarial fue la participación activa, haciendo talleres de los temas relacionados y asemejándolos con la realidad de los artesanos, concientizándolos sobre la importancia de estar asociados y formalizados, así como las ventajas de la bancarización y la toma de decisiones teniendo como premisa una visión hacia el futuro pero soportados en instrumentos o herramientas guías para la validación en la realidad empresarial. Una vez terminada la actividad académica se concluía con una reflexión en la que se buscaba que los beneficiarios se organizaran y tuvieran mentalidad empresarial.

- Se realizaron talleres en temas conceptos y formas de asociatividad, formalización y bancarización.
- Se realizaron talleres de liderazgo.
- Se creó la Asociación de Artesanos Orfebres de Ciénaga de Oro.

En el módulo de producción se hicieron caracterizaciones técnicas y de la calidad de los oficios artesanales de las comunidades, así como la transferencia tecnológica de herramientas y maquinarias en todas las comunidades. También se trabajó en el



mejoramiento de técnicas en los oficios de cestería, tejeduría, bisutería, joyería, carpintería y trabajo con frutos secos.

En el módulo de Diseño se hicieron asesorías en diseño en los talleres artesanales, generando nuevas propuestas de diseño, desarrollando más de 150 referencias de productos nuevos, desde procesos de diseño, fusión y/ curaduría, destinadas a ferias nacionales.

En el módulo Comercial se trabajó en el direccionamiento de la escogencia de los productos, teniendo en cuenta el contexto, lo especializado de los mercados y los procesos de innovación en la elaboración de las piezas a partir de bocetos presentados por los creativos y diseñadores.

Se buscó conjugar políticas de precio con producción a estas comunidades fue un reto duro, las costumbres sobre la producción y la comercialización de las mismas daban al traste frete a lo proyectado desarrollar; sin embargo el resultado final fue alentador e importante para el futuro de estas comunidades, consiguiendo establecer un verdadero proceso de establecimiento de precios a partir de los costos y las variables del mercado.

Se dio a conocer a los artesanos la importancia de poner el producto a disposición de los consumidores a través de los diferentes intermediarios como canales de distribución para abrir puertas para ampliar la colocación de piezas artesanales. Visualizar la comercialización eficiente a partir de unos buenos y estratégicos canales de distribución fue el eje fundamental, concientizando a los artesanos sobre la importante de contar con un aliado estratégico que le lleve a la mano las piezas a los consumidores.

Se orientó a los grupos artesanales de cada municipio sobre las diferentes estrategias promocionales y el impacto en las ventas con la construcción de estrategias promocionales teniendo en cuenta el mix del mercado y la contemporaneidad de las piezas, implementando estrategias de merchandising dinámicos en cada punto de comercialización, permitiendo darle ritmo a cada momento de la venta consiguiendo con ello una mayor rotación.

Los artesanos aprendieron como hacer una exhibición vendedora y como planear su asistencia a eventos feriales. Las actividades se enmarcaron en clínicas de exhibición y dinámicas de grupo que permitieron conjugar la mística, la experiencia y el tecnicismo



Se realizaron Talleres para el establecimiento de nuevos canales de comercialización. Se desarrolló un trabajo técnico muy importante en los municipios de; buscó consolidar estrategias de precios significativas y pertinentes para las diferentes piezas elaboradas por los artesanos. La estructura que se siguió fue estándar, aplicando algunas particularidades en algunos municipios

En lo que respecta a precios los artesanos han venido determinando precios a sus piezas, a partir de sus costos fijos y variables y los márgenes de intermediación, considerando el margen que deben ganar los distribuidores mayoristas y los minoristas. No obstante, no han tenido en cuenta que este mercado, está fuertemente regido por la ley de la oferta y la demanda, debido a la existencia de gran cantidad de ofertantes y demandantes. Por este motivo cuando hay abundancia de oferta, los precios de los productos caen y se reducen los márgenes de utilidad. Cuando hay exceso de demanda los precios tienden a elevarse y mejoran los márgenes de utilidad.

Algunos artesanos que producen piezas artísticas y después incluyen una nueva línea, haciendo productos utilitarios, cometen el error de poner sus precios sólo considerando el valor artístico del mismo, sin tomar en cuenta que en el caso de los productos utilitarios, lo que predomina es el precio de mercado. Para otros artesanos concebir el precio del producto es todo un problema, producto de los acaparadores en cada una de las etapas de la línea de producción (materia prima y comercialización).

Se desarrolló una estructura pedagógica dinámica, que garantice la construcción de estrategias de precios dependiendo la coyuntura del mercado, definiendo algunas variables y analizando la importancia de otras, culminando con tres estrategias de precios dependiendo el contexto y el momento.

Desde el punto de vista del consumidor, el precio debe entenderse como el valor que entrega el cliente no solo monetario, sino también en tiempo, esfuerzo y riesgo percibido; y desde el punto de vista del vendedor y/o productos se debe entender como el valor que percibe el artesano por entregar una pieza elaborada con una técnica, en un tiempo y con una inversión definida.

La estrategia de precios debe garantizar el retorno de la inversión en recursos como capital, mano de obra, tiempo y riesgo. Su importancia radica en que el precio es una variable fundamental a corto plazo, a diferencia del producto y la distribución. El hecho de ser más flexible hace que el artesano pueda modificarlo rápidamente para mejorar



beneficios, rentabilidad o iniciar y responder a una guerra de precios, contribuye al posicionamiento y muchas veces es la única variable a la hora de hacerse una idea sobre la calidad.

Antes de que los artesanos establezcan un precio deben tener en cuenta los factores que determinan el precio de venta, los objetivos de la política de precios y la estrategia a seguir; bajo estos parámetros se les indujo a comprender y manejar estrategias de precios técnicamente válidas y seguras.

El artesano ha de establecer una estrategia de precio a partir de conocer sus componentes, utilizando como límite inferior los costos y la rentabilidad mínima y, como máximo, la capacidad de la demanda en el mercado.

Igual debe conocer sus ventajas competitivas, sus precios pueden ser ligeramente superiores o inferiores. También se debe tener en cuenta los objetivos de la estrategia, el artesano puede estar persiguiendo un objetivo específico dependiendo del producto o su prioridad así: beneficios, rentabilidad, cuota de mercado o imagen.

Al margen de los clientes y competidores, se deben tener en cuenta los intermediarios, proveedores, acreedores, directivos y organizaciones de consumidores, legislaciones, etc.

Las siguientes fueron las estrategias de precios fortalecidas en el conjunto de los artesanos intervenidos.

- *Precio Promedio del Mercado*

Los artesanos que elaboran piezas similares dentro de una misma categoría deben cuidar de manera especial el Precio Promedio del Mercado, es decir, el promedio de precios que tienen los productos iguales o similares. El cálculo del precio promedio debe hacerse sumando el precio al público de todos los productos iguales o similares de un mercado específico (cuidando que sean productos dirigidos al mismo segmento), eliminando el precio más alto y el más bajo y dividiendo entre el total de precios que se sumaron. El resultado es el precio promedio del mercado, que representa lo que el mercado está dispuesto a pagar por el producto.

- *La estrategia del precio alto*

Esta estrategia de precio consiste en establecer un precio más alto que el precio promedio del mercado. Es recomendable cuando la pieza que se está comercializando



ofrece beneficios y atributos que las demás piezas de su categoría no tienen, pudiendo ser estos tangibles o intangibles. Por ejemplo: los sombreros que se producen en Tuchín ofrecen a sus consumidores beneficios intangibles como lo es la denominación de origen un símbolo de originalidad y calidad; esto permite que se cobre un sobreprecio respecto a la competencia. También existen piezas que tienen beneficios tangibles como el empaque, alguna innovación tecnológica, entre otros. Lo verdaderamente importante en esta estrategia es que el producto ofrezca al consumidor un beneficio real y diferenciable, sólo así se podrá cobrar un precio superior que las piezas semejantes en el mercado.

- *La estrategia del precio bajo*

La estrategia del precio bajo, es decir, un precio por abajo del promedio de la competencia, es un método que se debe manejar con sumo cuidado, ya que supone riesgos importantes.

La decisión de establecer un precio bajo de mercado para una pieza se utiliza en alguno de los siguientes casos:

- Cuando se trata de un nuevo producto y se quiere obtener una penetración rápida.
- Cuando el producto está en peligro de desaparecer del mercado por una competencia muy agresiva.
- Como táctica para frenar el crecimiento de la competencia.

La estrategia permitirá colocarse de manera rápida en el mercado, pudiendo provocar problemas en el largo plazo, ya que al incrementarse el volumen del negocio, será necesario aumentar paulatinamente el precio para poder mantener finanzas sanas. Puede provocar que el consumidor se sienta engañado, con una mala imagen del artesano y del producto.

- *La estrategia del precio promedio*

Recomendable cuando el mercado al que pretendemos dirigirnos se encuentra muy pulverizado, es decir, tiene gran cantidad de competidores y un grupo de consumidores exigentes. Se tendrán ventajas importantes, siendo la más sobresaliente que se puede incrementar o disminuir el precio de acuerdo con el comportamiento del mercado. Es un camino viable para mantener las condiciones de una competencia de mercado sana

Se tuvo así mismo capacitaciones en propiedad intelectual como proceso de fortalecimiento para la comprensión de uso sobre la denominación de origen de la tejeduría en caña flecha del resguardo Zenú (en Tuchín y San Andrés de Sotavento).



Se tuvo la preparación y la participación en Expoartesanías 2015, Expoartesano 2016 y Expoartesanías 2016 además de la participación en el evento ferial regional ExpoCórdoba 2016

### 3.2. Montería

En Montería la gran mayoría de artesanos no tienen una identidad ancestral ni tradicional, cada artesano trabaja con materiales comunes que solo facilitan su economía, son técnicas de arte urbana. Algunas de ellas son bisutería, pirograbado en madera, cerámica en yeso, cestería en junco y enea, macramé y country.

En el corregimiento de El sabanal trabajan artesanas con más de 30 años de experiencia que se dedican día a día a trenzar la cepa para su sustento. Trabajan dos tipos de tejidos: el rollo y el nudito de loco, además de la materia prima usan agujas, metro y tijeras. Hacen individuales, paneras, cofres, cajas, portarretratos, incorporando la paja iraca para la costura. Actualmente hay siete artesanas activas que se reúnen para hacer cada una sus encargos en el patio de la casa de Cira Miranda, en un kiosko de palma, llevando todas las herramientas y la materia prima. También cada una trabaja en su casa dedicando alrededor de 3 horas diarias que complementan con las labores de la casa.

Compran la materia prima en el centro cuando en la zona no hay. El precio oscila entre \$40.000 y \$50.000 el ciento de Iraca que procede de Planeta Rica o de Tierralta. En la zona cultivan la hoja del plátano y en sus casas tienen matas cultivadas.



Aspectos de la producción con cepa de plátano El sabanal, Montería – Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / Diciembre 2015



Trabajos de las artesanas del Sabanal Lugar: El sabanal, Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / Diciembre 2015

El tercer grupo para Montería que se visitó este mes fueron los artesanos de la Palma, un grupo liderado por Beatriz Mesa. Son mujeres cabezas de familia que debido a los problemas desempleo se dedican a realizar artesanías en sus casa. Se encuentran asociadas bajo el nombre de Asociación Ayúdenos a progresar, trabajar todo tipo de cestería en Enea.



Artesanías de La Palma, Montería Córdoba Tomada por: Daniela Bucheli / Diciembre de 2015

En el barrio Tacuasan de Montería se encontró un grupo de artesanos organizados liderado por Magaly Flórez, que no contaba con identidad definida, no tenían productos banderas o estandarizados, contando con una gran variedad de piezas no especializadas. Este grupo se dedica básicamente a la intermediación y ventas de piezas artesanales proveniente de diferentes lugares del país. En la dinámica pedagógica se consiguió definir estrategias comerciales diferentes, con proyección y especialización; es así como se dejó la iniciativa de crear un Brochure para impactar con ellos zonas del país con potencial consumo de artesanías.

En la formación del grupo de artesanos se impartieron las capacitaciones de acuerdo a la temática establecida y se realizó la dinámica al perfil de los artesanos; también se efectuó por el equipo encargado de los talleres un acompañamiento y seguimiento a los procesos desarrollados a fin de ser consolidados. Cabe mencionar que en el desarrollo de los talleres se presentaron algunos inconvenientes de tipo logístico y pedagógico, lo cual permitió hacer unos ajustes en la marcha, como mirar nivel académico y conocimiento



anterior o pre saberes, lo cual permitió un desarrollo coherente y sistemático de los talleres.

### **3.2.1. Módulo Desarrollo Humano**

La comunidad artesanal monteriana es un fusión de distintos oficios artesanales, en términos de tejeduría, cestería, la carpintería, talabartería, entro otros trabajos con distintas materias primas de origen vegetal.

Enarbolan una antigua tradición las mujeres artesanas del Corregimiento de El Sabanal, quienes trabajan la cestería en rollo de cepa de plátano siendo el oficio artesanal más destacado de este municipio.

La gran mayoría de los artesanos de Montería hacen parte de la asociación ASACOR la cual vela por el progreso de todos, es dirigida por la señora Magaly Flórez, otros hacen parte de la fundación Ayudemos a Progresar, dirigida por Beatriz Meza. Cada artesano trabaja independiente, su lugar para reuniones es la Casa Artesanal.

### **3.2.2. Módulo de Desarrollo Empresarial**

En Montería se logró cumplir el objetivo de fortalecer la competitividad y el desarrollo de la actividad artesanal, debido a que los artesanos hicieron el mayor esfuerzo para asistir a las asesorías brindadas quedando claros los conceptos de asociatividad, formalización y bancarización, los pasos para constituir una empresa en Colombia, y por último las implicaciones y los beneficios de ser formal.

Se les enseñó a determinar los costos de su producto, mirando las etapas de producción, costo de mano de obra, costos de materiales y los costos directos e indirectos de fabricarlos o producirlos.

### **3.2.3. Módulo de Producción**

Durante la primera visita los artesanos estaban todos en feria por época de navidad en la ronda del Sinú, donde cada uno tenía su stand y ofrecía sus productos a visitantes y turistas.



Artesanías de Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / Fecha: Diciembre 2015

En entrevista a los artesanos se identifica que:

- La mayoría trabajan solos, ninguno de su familia elabora artesanías.
- Dedicar entre 5 y 6 horas diarias a la actividad.
- Tienen más de 6 años realizando la actividad
- La materia prima la encuentran en la ciudad; han suprimido técnicas por la dificultad de conseguir materias primas en Montería.
- Son empíricos; de la prueba y del error aprenden la técnica.
- Diseñan con base en los iconos representativos de la región, el sombrero, la fauna, la flora, el acordeón, las abarcas, entre otros.
- La comercialización la realizan en ferias y por encargos.

#### *Taller mejoramiento técnicas: Tejeduría en cepa de plátano*

Se hizo una presentación explicando lo relacionada con los conceptos de materiales, herramientas e insumos. Se realizaron ejercicios exploratorios y muestras experimentales, con creación de tejidos nuevos, mejorando los que ellos manejan en sus productos, para luego aplicarlos a sus productos. Se realizaron muestras para aprobación y selección para la feria en Medellín.

Cabe resaltar todos los productos fueron diseñados entre los diseñadores y los artesanos, fue un trabajo de cooperativa, de trabajo en equipo.

En el caso de la cepa de plátano, se realizaron fases de mejoramiento en los procesos productivos de los productos, para la costura se cambió la materia prima y se reemplazó la



iraca por la misma cepa para guardar las misma tonalidad en el producto, también se realizó una modificación de formas al momento de coser, la costura se estandarizo recta y orgánica. Todo esto con ayuda de guías y nuevas metodología para realizar la costura.

En Montería se realizaron talleres de diseño y de producción. Para Sabanal y la Palma, comunidades que van para Expoartesanías, se les apoyó en el plan de producción. Se diseñaron estrategias y cronograma para la revisión de productos, con seguimiento semanal para revisar y analizar cada detalle de producción; en las comunidades que no fueron a feria se realizaron talleres de mejoramiento de la técnica con la entrega de algunas herramientas básicas y talleres de asesorías puntuales.



Trabajos realizados para el mejoramiento de la técnica en el Sabanal - Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / Enero 2016



Mejoramiento de la técnica - Tacasuan Montería Córdoba Tomada por: Daniela Bucheli. Febrero 2016



Artesanas en mejoramiento de técnica - Sabanal, Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / Febrero 2016

Se realizó asesoría puntual para mejoramiento en cuanto acabado, rediseño y creación de nuevas piezas a partir de productos ya existentes.



Productos desarrollados en el mejoramiento de la técnica. El Sabanal, Montería Córdoba Tomada por: Daniela Bucheli /  
Marzo de 2016

Se hizo entrega al grupo de la Palma algunas herramientas básicas como tijeras, cintas métricas, agujas.



Arterasnas recibiendo herramientas básicas - La Palma, Montería Córdoba Tomada por: Daniela Bucheli / Marzo de 2016



Descripción: Artesanas de Cantaclaro y muestras experimentales - Cantaclaro, Montería Córdoba Tomada por: Daniela Bucheli / Marzo 2016



Artesanos y muestras de productos de Tacasuan, Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli



Artesanas en entrega de herramientas básicas Lugar El Sabanal, Montería. Tomada por: Daniela Bucheli 2016



Artesanas en entrega de insumos y herramientas básicas - Tacasuan, Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli



Asesorías puntuales y revisión de productos. La Palma, Montería Córdoba Tomada por: Daniela Bucheli 2016



Arterasnas con productos para clientes y para ferias. El Sabanal, Montería. Tomada por: Daniela Bucheli 2016



Arterasnas en entrega productos para la feria. El Sabanal, Montería Córdoba Tomada por: Daniela Bucheli.2016

### 3.2.4. Módulo de Diseño

Para el taller de producto, línea y colección se hizo una presentación para explicar los conceptos básicos y se realizó un ejercicio práctico con cada uno de los grupos.



Arterasnas en talleres - La Palma Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / Enero 2016



Para el Taller de reconocimiento de la identidad se desarrollaron los conceptos de identidad (individual y colectiva), expresión (material e inmaterial), relación con variables externas y transformación. Se realizaron trabajos creativos basados en reconocer la propia identidad, con collages, mapas conceptuales y talleres de dibujo donde cada artesano expreso la identidad monteriana y como rescatar cada elemento y cada forma de sus antepasados; se exploró la naturaleza y la identidad geográfica para luego aplicarla a los productos



Artesanas en actividades del taller - La Palma, Montería Córdoba Tomada por: Daniela Bucheli / Enero 2016

Al finalizar el taller, en sus trabajos es evidente que para ellos los iconos representativos de la región son el sombrero, la fauna, la flora, el acordeón, las abarcas, entre otros.



Artesanas de El sabanal - Montería Córdoba Tomada por: Daniela Bucheli / Enero 2016



Artesanas en taller - El Sabanal, Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / Enero 2016

Para el grupo de Montería de Asocor, que realiza artesanías y manualidades se realizó una charla para explicar y contextualizar a los artesanos sobre el sector artesanal y sobre los conceptos y diferencia entre línea y colección.



Contextualización grupo Tacasuan - Montería Córdoba Tomada por: Daniela Bucheli / Enero 2015



Artesanas en actividades de los talleres. Cantaclaro y La Palma, Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli 2016

En el taller de Identificación de Referentes se realizó una presentación explicando el trabajo referentes como modelos para generar nuevos diseños. Se realizó un taller para explorar patrones con apoyo de revistas y materiales para realizar una lluvia de ideas. Por último se desarrolló la ficha de inventarios.



Taller con artesanos de El sabanal. Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / Enero 2016

En algunos grupos se realizaron ejercicios de diseño básico para explicar mejor los referentes, por medio de la búsqueda de atributos, buscaba diseñar un objeto para un animal con características de discapacidad. Este objeto diseñado por ellos se ponían a prueba con los mismos artesanos para ver si cumplía todos los requerimiento de uso para el usuario. Cabe resaltar que el objeto debía ser diseñado para un usuario en específico pero se debía diseñar a partir de referentes.



Ejercicios de referentes en La Palma, Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli. / Febrero 2016



Explicación de diseño con referentes en Cantaclaro, Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / 2016

Con ayuda de los artesanos se realizó el documento de inventario de referentes, donde cada uno llevo un producto realizado y se evaluó todas las características descritas en la tabla.

Para el taller de tendencias se desarrolló el concepto de Tendencia, se explicaron sus ciclos históricos, la metodologías para construirlas, sus fuentes y quien las crea, y otros aspectos que relacionados. Se expusieron casos de aplicación de tendencias en la artesanía por categorías de productos. Se hicieron ejercicios en donde los artesanos exploraron la búsqueda de patrones y realizaron una colección de moda por medio de tendencias, todo esto con ayuda de revistas, tijeras y cartulinas.



Talleres de Tendencias en la Palma y Sabanal, Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / Febrero 2016

En el taller de creatividad donde se desarrollan los conceptos de forma, función y su relación según el usuario, el contexto y ocasión de uso, color y texturas. Se definieron aspectos relevantes de la función de un producto. Sumado a esto realizaron un taller para



explorar el color por medio del círculo cromático, se explican los conceptos de rescate, mejoramiento, creación, diversificación y rediseño.



Artesanas realizando el círculo cromático en Tacasuan, Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / Marzo 2016



Artesanas realizando el círculo cromático en La Palma, Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / Marzo 2016



Artesanas en taller de creatividad en las cartillas en Cantaclaro. Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli. 2016

En el taller de modos de intervención se realizó un ejercicio entregando a cada uno una imagen de una artesanía, debiendo plantear una solución de rediseño, de rescate, de mejoramiento o una nueva creación.



Artesanas en taller de modos de intervención en Cantaclaro. Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli. 2016



Artesanas en talleres de modos de intervención. Tacasuan, Montería Córdoba Tomada por: Daniela Bucheli. 2016

Se realizaron talleres de referentes aplicados al producto donde los artesanos exploraron formas, contornos y nuevos diseños a partir de referentes. Por cada técnica se definieron variables de diseño.

En el caso de los artesanos de Tacasuan se empezó a desarrollo exploración para mejorar su logo como asociación. Se realizaron asesorías puntuales sobre nuevos diseños de los artesanos, con la sugerencia de manejar un solo material al tejer, no combinar trenzas y uso de colores complementarios. Todos son diseños de los artesanos fueron hechos de forma aleatoria y autónoma.



Artesanas en la Feria Artesanal y productos en madera, enea y caña flecha Lugar Tacasuan, Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / Junio 2016

Se realizaron talleres con referentes con las artesanas del Sabanal, conceptualizando y elaborando bocetos de lámparas y tapetes. Se empezaron a hacer muestras con medidas exactas, diseñando moldes para que las artesanas dispusieran de guías.



Realización de moldes y guías en cartón en El Sabanal, Montería Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / Julio 2016

Se hizo corrección de prototipos aprobados en Comité. El puff se ajustó a 4 patas y se propusieron nuevos diseños con los artesanos.



Estructura de puff con 4 patas y sugerencias para cortes en estructura para lámpara. El Sabanal, Montería Córdoba.  
Tomada por: Daniela Bucheli / Junio 2016

En el grupo de Cantaclaro se realizaron diseños nuevos para trabajar, como muebles y centros de mesa usando nuevos referentes y aplicando teoría del color, también se asesoró en el logo para su asociación, se aplicaron referentes a productos como mándalas y se hizo énfasis en la paleta de colores de los referentes del departamento, colores llamativos y con acentos del Río Sinú.





Artesanas proponiendo nuevos diseños y guías de los diseños en papel en Cantaclaro, Montería. Tomada por: Daniela Bucheli / Junio 2016

Con los artesanos de la Palma, se realizaron acercamientos para nuevos diseños con lluvia de ideas y bocetos rápidos, con lo cual se definieron algunos prototipos para trabajar. Las artesanas proponen individuales planos y con acabados en los bordes de madera, canastos con nuevos agarres y nuevas formas.



Asesorías puntuales y artesanas proponiendo nuevos diseños. La Palma, Montería. Tomada por: Daniela Bucheli / Junio 2016

En el taller de Referentes aplicado al Producto los artesanos de la Palma se empezó a trabajar en ambientes para co diseñar productos, los ambientes fueron sala y comedor. Los artesanos propusieron empezar a diseñar tapetes y lámparas en cepa de plátano. Para este caso se realizaron asesorías puntuales de tendencias de estos ambientes y como podrían innovar en la creación de dichas piezas. Paralelo a esto, se crearon piezas alternas que complementarían los espacios, desarrollando líneas de productos no solo productos únicos. Se les sugirió manejar un solo material al momento de tejer.



Asesorías en ensamble de piezas y muestras de nuevos diseños para ambiente sala. El Sabanal, Montería. Tomada por: Daniela Bucheli / Junio 2016



### 3.2.5. Módulo Comercial

Se deja un grupo de artesanos comercializadores con un mejor perfil y con una estratégica organización que les va a permitir crecer en el mercado artesanal y generar mayores rentabilidades. Los contenidos trabajados con el grupo de Tacascuan fueron decisiones de producto, talleres de estrategias de precio, determinación de canales de distribución, promoción y exhibición de productos y alistamiento evento ferial.



Municipio: Montería / Tacasuan Lugar: ASACOR. Tomada por: Jorge A. Campo Ruiz

En el sector popular de Cantaclaro se atendió a un grupo de damas que carecían de cualquier tipo de organización y proyección. Sus creaciones no tenían dinámica de colocación, con falta de interés por la actividad. Se desarrollaron talleres buscando consolidar un procesos innovador de producción y comercialización, dándole la pertinencia acorde con las necesidades del entorno e insertándolas en procesos claros basados en la selección de piezas, políticas de precio, políticas de distribución, políticas de merchandising y de exhibición. Se sensibilizaron frente al tema de asociatividad, como base del mejoramiento sistemático en la capacidad de negociación; permitiendo al grupo abanderar un proceso de mejora continua tanto en la innovación de las piezas producidas como en la comercialización.

Los contenidos trabajados en los talleres desarrollados fueron decisiones de producto, estrategias de precio, determinación de canales de distribución, promoción y exhibición de productos, temas que por su importancia y pertinencia, generaron interés en los artesanos, quienes propusieron alternativas de mejoramiento; estimulados por la metodología constructivista empleada en los procesos de construcción de conocimiento. Se deja un grupo muy estimulado y centrado frente a la mejora continua del proceso comercial. Los objetivos conseguidos aportaron a la categorización de estos artesanos, así como a su disposición de seguir creciendo e innovando.



Municipio: Montería / Cantablaro. Casa Artesana. Tomada por: Jorge A. Campo Ruz.

En el sector de la Palma el grupo de mujeres asociadas tienen un trabajo muy bien consolidado y de mucho tiempo; trabajan la enea y comercializan sus productos en eventos feriales.

Se trabajaron los talleres de decisión de productos, canales de distribución, exhibición de productos y estrategias de promoción. La orientación que se dio a la comunidad artesana fue la de organizar su actividad productiva hacia la búsqueda de estándares comerciales diferentes, que redunden en beneficio social para la comunidad inmersa en la producción y su entorno; los diseñadores hablaron de innovar la producción renovando las piezas realizadas, buscando nuevos mercados e impactar los mercados cautivos con piezas de tendencia actual o pertinencia. Se les dieron bocetos para nuevas piezas.

Se les habló de estructuras de canales de distribución con las diferentes orientaciones de las variables inmersas en cada uno. Se trabajó la venta directa desde el fabricante, teniendo en cuenta las consideraciones de costos que esto implica; se trabajó los sistemas de distribución integrados, verificando la pertinencia de ellos en la operación actual de los artesanos; se conceptualizó sobre los canales de distribución ajenos.

Contemplando la importancia de la exhibición de los productos, como incitador a la compra, se trabajó en las diferentes estrategias de exhibición; se les habló como generar alta rotación a partir de ella y de cómo apoyar la exhibición con estrategias de merchandising apoyadas con promociones.

Se dejó un grupo altamente organizado y concientizado de que se puede hacer mejor las cosas; por la amplia trayectoria que traían el mercado contaban con una información amplia, pero carente de orientación comercial, hoy quedan con una estructura básica, coherente y estratégica sobre el mercado, en áreas de producción, volumen comercializado, valores económicos y número de hogares o personas involucradas en la



producción, comercialización y procesamiento, todo lo cual les permitirá tomar mejores decisiones a futuro.



Montería, Barrio la Palma Lugar: Casa de una Artesana Tomada por: Luis Alberto Cruz M

En El Sabanal se encontró un grupo de artesanas de mucha edad, con marcado rechazo frente a los talleres de fortalecimiento y la firme intención de no asociarse. Los contenidos trabajados fueron decisiones de producto, talleres de estrategias de precio, determinación de canales de distribución, promoción y exhibición de productos y alistamiento evento ferial.

Los objetivos de los talleres se cumplieron y hoy el grupo de artesanas sabe decidir frente a la elaboración de un pieza para mercados específicos, saben calcular el precio y generan estrategias diferenciales, manejan estrategias de merchandising y saben escoger los canales de distribución.

Se deja un grupo mejor estructurado y en capacidad de aplicar lo aprendido. La resistencia inicial frente a los talleres se convirtió en una razón más para seguir creciendo en su labor comercial.



Municipio: Montería / Sabanal. Casa Artesano. Tomada por: Jorge A. Campo Ruz.

### 3.3. Buenavista

#### 3.3.1. Módulo Desarrollo Humano

La comunidad artesanal de Buenavista está caracterizada por población campesina, en su mayoría mujeres, que han encontrado en la transformación de frutos secos una fuente de



generación de ingresos, con las técnicas de calado y ensamble, utilizando como materia prima el totumo. Se conformaron dos grupos participantes uno en la zona urbana y otro en la zona rural, vereda Polonia. En este último grupo se contó con la participación de aproximadamente 15 personas, quienes desarrollan su actividad artesanal con elementos como el totumo y se destacan por su calidad. Se evidenció una tendencia en la participación de los talleres, con mayor incidencia por parte de las mujeres, el nivel educativo presente en este grupo es la secundaria incompleta, la edad de los participantes oscilan entre los 25 y los 40 años. La actividad principal de la zona es la agricultura y la ganadería.



Artisanos nuevos en Buenavista. Tomada por: Daniela Bucheli / Febrero 2016

Polonia es una vereda cercana al casco urbano con dificultades en sus servicios públicos básicos como el agua y el alcantarillado. Cuentan con un puesto de salud cercano, una capilla católica. Se observa hacinamiento en muchas de las familias.

Con respecto a la actividad artesanal desarrollada, manifiestan que a causa de la escasez de materia prima, la producción ha bajado y por lo tanto sus ventas, debido a lo que deben complementar con otras actividades para la sostenibilidad de sus familias.

### **3.3.2. Módulo de Desarrollo Empresarial**

En este municipio los artesanos trabajaron de manera organizada y realizaron las actividades del módulo, sintiéndose muy motivados con los contenidos desarrollados que llenaban sus expectativas. Los temas se orientaron a superar las dificultades que el grupo presentó en cuanto a formalización y bancarización. El grupo se mostró muy dispuesto a recibir las asesorías teniendo como metas la formalización y bancarización, que les permitirá acceder a beneficios y así mejorar la calidad de vida.

Se realizó una negociación de costo de los productos con costeo de materia prima y de los insumos para lograr darle precios y valorar los productos.



Sacando costos de productos. Buenavista, Vereda Polonia, Tomada por: Daniela Bucheli / abril 2016

El secretario de cultura del municipio ofreció apoyo a los artesanos de Buenavista, dejando puertas abiertas para aprovechar esta coyuntura y gestionar recursos que permitan mejorar el funcionamiento de la asociación.

### 3.3.3. Módulo de Producción

Se presentan los resultados obtenidos en las visitas realizadas con una contextualización con los artesanos, el estado del arte de sus materias primas y su técnica, así como aspectos importantes de los oficios.



árbol del totumo y piezas en proceso. Buenavista. Daniela Bucheli / Diciembre de 2015



Comunidad artesanal de Buenavista. Daniela Bucheli Diciembre 2015



Elaboración de artesanías en lata de corozo y en totumo. Buenavista. Daniela Bucheli / Diciembre 2015

Los artesanos de Buenavista, en su gran mayoría mujeres, trabajan día a día para conseguir el sustento de la familia, llevando sus productos principalmente a ferias nacionales, argumentando que en el departamento esta subvalorado el arte de la elaboración del totumo. Trabajan más de 6 horas al día, descansando para desayunar y almorzar, dado que hacer productos para ferias es un trabajo extenuante e intensivo.

En Polonia el fuerte de los productos artesanales es el totumo, pero también trabajan lata de corozo. Se reúnen en la casa de Jesusita, artesana de toda la vida, que tiene un kiosco a orilla de carretera, en donde cada una trabaja sus productos pero comparten herramientas que guardan en un cuarto; existen casos particulares que prefieren trabajar en su casa, por conflictos ajenos a la técnica. Se inspiran en revistas e información que suministran asesores que trabajan con la comunidad.

Dentro de las técnicas del totumo que trabajan están: calado, hueco, taladrado y tallado; sus principales herramientas son cuchillos, caladora, taladro y motor tool.

Se realizó un taller de mejoramiento de técnica del totumo con asesorías en cuanto a colores orientada a explorar nuevos colores a partir de plantas naturales, pues solo usaban pocos colores. Se simplificaron los patrones en los productos dado que saturaban los totumos con mucho diseño, algunas veces sin coherencia entre la estética del producto y la función, o incluso dada la saturación de textura no se podían observar los dibujos en los totumos. Se asesoró en el diseño y verificación de piezas para feria, ajustando prototipos aprobados en Comité de diseño.



Asesoría en diseño y nuevas bases para los totumos. Buenavista, Vereda Polonia. Tomada por: Daniela Bucheli

En cuanto a transferencia tecnológica, se hizo entrega de herramientas básicas incluyendo lija, mascarillas y cuchillos, quedando cada grupo de artesanos dotado de herramientas: caladora manual y motor tools para mejorar la calidad de los productos. En el momento de la entrega se explicó el uso de las herramientas, como se deben guardar y los pasos a seguir para su manipulación. Se hicieron pruebas para verificar su estado y dar a los artesanos una inducción para su utilización.



Entrega de herramientas básicas. Buenavista, Vereda Polonia. Tomada por: Daniela Bucheli / marzo 2016



Taller mejoramiento de la técnica y asesorías en diseño. Buenavista, Vereda Polonia. Tomada por: Daniela Bucheli / abril 2016



En el taller de Producto, Línea y Colección se les explicó cada concepto sobre producto, línea y colección. Se realizó un ejercicio para aplicar sus productos en totumo a una colección. Entre todos los artesanos diseñaron una colección con los productos que tenían en stock. Todos los artesanos demostraron gran disposición para aprender. Se explicó cada concepto y se realizaron en cartulina varios ejemplos de los conceptos y como se podrían aplicar en sus productos.



Capacitación de los artesanos. Buenavista, Vereda Polonia Tomada por: Daniela Bucheli

Es una comunidad agradecida que considera cada conocimiento como una riqueza debido a su dificultad para salir de la zona rural, por lo que quieren nutrir todos sus conocimientos para mejorar sus productos.

Se realizó un taller de identificación de Referentes, presentando cada concepto y luego se exploraron los referentes en la zona. Los artesanos exploraron formas de la naturaleza, y formas geométricas para obtener nuevos referentes para sus productos.



Identificación de referentes Buenavista, Vereda Polonia, Córdoba Tomada por: Daniela Bucheli / Febrero 2016



Con los artesanos se creó una lista de inventario de los productos referentes, donde cada uno eligió su mejor producto para destacar las cualidades y los detalles solicitados en la tabla.

Para el taller de tendencias se realizó una presentación y la exploración de conceptos basados en tendencias actuales. Con ayuda de revistas y cartulinas los artesanos realizaron mapas conceptuales y collage definiendo una tendencia



Ejercicio de patrones en tendencias. Buenavista, Vereda Polonia, Córdoba Tomada por: Daniela Bucheli



Artesanos realizando muestras experimentales. Buenavista, Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / abril 2016

Con los artesanos del casco urbano se realizaron talleres de creatividad, con ejercicios de exploración de nuevas formas y diseños. Se empezó a bocetar y hacer prototipos con referentes de la región; cada artesano debía traer como tarea una lista de referentes con fotografías de la región.



Ejercicios de creatividad, explicación de referentes y círculo cromático. Buenavista. Tomada por: Daniela Bucheli



Se trabajó con el círculo cromático para aclarar la teoría del color y como aplicar color a los productos.

Con los artesanos de Polonia se trabajó el desarrollo de nuevos productos a partir de referentes y se escogieron líneas de hogar para diseñar: Sala y alcoba. Se hizo bocetaje de nuevos diseños, experimentación de nuevas formas y referentes.



Bocetos de nuevos diseños y experimentación de nuevas formas Buenavista, Polonia-.Tomada por: Daniela Bucheli

Con los artesanos del casco urbano se realizaron muestras experimentales para el ambiente cocina, se propuso realizar recipientes en teca, haciendo apliques con repetición.



Reunión con artesanos sobre técnica y experimentación de nuevas formas. Buenavista, Córdoba. Tomada por: Daniela Bucheli / Junio 2016

### 3.3.5. Modulo Comercial

En la comunidad de Buenavista se logró mejorar las condiciones de comercialización de los diferentes artesanos; desarrollando talleres de fortalecimiento con contenidos de decisiones de producto, talleres de estrategias de precio, determinación de canales de distribución, promoción y exhibición de productos, todos los cuales consolidaron procesos diferentes y que permitieron tener una visión sobre el negocio de comercialización de piezas artesanales. La comunidad inmersa en el proceso de formación asumió de manera



decidida los cambios planteados con los talleres en materia de precios, de productos, de canales de distribución, de promoción y de exhibición. Les permitió a los artesanos visionar un negocio con impacto nacional e internacional a partir de la organización y la asociación.

Se deja un grupo con una amplia variedad de piezas artesanales con pertinencia actual, y segmentada de acuerdo a las tendencias del mercado; además de orientadas comercialmente a nivel de estructura, lo cual demandó de los artesanos un mayor esfuerzo y una mayor decisión de colocación.



Buenavista zona urbana Lugar: Casa del artesano. Tomada por: Luis Alberto Cruz M

Con el grupo de Polonia se logró consolidar un trabajo organizado, basado en el fortalecimiento de su estructura organizacional, quienes en la etapa de aprestamiento mostraron bases productivas y comerciales débiles, así como desconocimiento del contexto comercial y de sus oportunidades. Se desarrollaron temas de decisiones de producto, estrategias de precio, determinación de canales de distribución, promoción y exhibición de productos y alistamiento evento ferial.

Tuvieron gran importancia los momentos de verdad en las clínicas comerciales, en donde los artesanos pudieron diferenciar las técnicas comerciales organizadas, frente a las técnicas comerciales ortodoxas. Con este grupo se desarrollaron talleres de innovación y de cambio, quedando un grupo organizado, con orientación hacia la realidad comercial.



Casa de la señora Jesusita/ artesana. Municipio: Buenavista / Polonia. Tomada por: Luis Alberto Cruz M



Se logró la construcción de canales de distribución con fundamento en los conocimientos previos y los conocimientos impartidos, que garantizó la inclusión de los pre saberes dándole importancia a la participación activa de los artesanos. Se hace necesario continuar acompañando a la comunidad en las iniciativas comerciales y operativas que emprenda.

### **3.4. Cereté**

Cereté es un municipio que cuenta con atención en salud (CAMU el Prado y el Hospital de San Diego). En toda la zona urbana existen 13 instituciones educativas que atienden desde preescolar hasta el bachillerato. En relación a los servicios públicos básicos este municipio cuenta con agua, alcantarillado, energía, telefonía y gas. Entre otras televisiones por cable.

Rabolargo cuenta con una iglesia católica y una cristiana, un puesto de salud Servicios públicos como agua, energía y gas. La recolección de basuras y alcantarillado está en gestión y en cuanto a zonas recreativas disponen de un parque y canchas deportivas entre otras. Los artesanos de Cereté han estado concentrados tradicionalmente en el Corregimiento de Rabolargo, donde viven mujeres que se desempeñan en el oficio de cestería, quienes con gran experticia enrollan delicadamente la cepa de plátano para conformar un rollo grueso con el cual levantan o estructuran todo tipo de cestos. Hay grupos artesanales nacientes en el casco urbano, dedicadas a la bisutería con chaquiras.

#### **3.4.1. Módulo Desarrollo Humano**

El municipio de Cereté cuenta con tres grupos atendidos en el módulo de desarrollo humano, dos ubicados en la zona urbana y uno en la vereda Rabolargo. En estos grupos la participación ha sido exclusivamente de mujeres y en la zona urbana los grupos se han identificado como CREER: perteneciente a un grupo de mujeres cabeza de hogar, vinculada a la Fundación de Apuestas de Córdoba, con alrededor de 20 participantes, dedicadas a la elaboración de collares, pulseras y aretes Embera. Este grupo tiene como actividad económica principalmente la venta de loterías y juegos de azar de la empresa Redcor.

Debido a la vulnerabilidad y características socioeconómicas de estas mujeres se creó dicho grupo que en primera instancia para promover la auto superación personal y a través de diferentes capacitaciones encontraron en el desarrollo de esta actividad artesanal otra fuente económica conservando las tradiciones de la cultura Zenú y Embera, en la elaboración de los productos ya mencionados. Este grupo de mujeres posee un nivel



educativo bajo, puesto que estudiaron secundaria en forma incompleta. Aproximadamente sólo 7 personas realizaron estudios técnicos. Sus edades oscilan entre los 25 años y los 50 años. El otro grupo está ubicado en la urbanización de interés social las Acacias conformado por 9 mujeres cuyos niveles educativos corresponden edades oscilan entre los 23 años y los 39 años. En la actualidad no tienen ninguna fuente económica directa, excepto la venta de los productos elaborados como resultado de esta actividad la cual es llevada esporádicamente. En los grupos de la zona urbana la actividad artesanal desarrollada es realizada de manera reciente y no es por tradición familiar o ancestral.

Caso contrario es grupo de Rabolargo, dedicado a la cestería en cepa de plátano por tradición sociocultural de muchos años. Su líder artesana es la señora Denis Castilla quien enseña en otros municipios sus técnicas. Con la cepa de plátano como materia prima se realiza la elaboración de individuales, tapetes, puff y canastos entre otros.

Este grupo está conformado por 7 mujeres cuyas edades oscilan entre los 38 y los 65 años, 3 de las cuales poseen un nivel educativo bachiller, 1 es licenciada, 1 tiene primaria completa y 2 primaria incompleta. La actividad artesanal en Rabolargo ha ido disminuyendo debido a la escasez de la materia prima y a las dificultades para la comercialización de los productos. Esta situación ha traído como consecuencia la búsqueda de otras fuentes de ingresos económicos para la sostenibilidad de las familias.

#### **3.4.2. Módulo de Desarrollo Empresarial**

Las artesanas del proyecto son madres cabeza de hogar con el deseo de salir adelante y mejorar su calidad de vida, razón que las motivó para organizarse y recibir las asesorías. Las artesanas en su tiempo libre se dedican a trabajar accesorios con hilo (chaquiras), para ampliar sus ingresos para el hogar.

Con las artesanas de Cereté se realizaron las actividades programadas, entre ellas las de asociatividad, formalización, bancarización, costos de producción y las responsabilidades de estar legalmente constituidos. Se trata de un grupo con mucho entusiasmo para trabajar, con voluntad realizar las tareas y actividades. Se recomienda continuar trabajando con ellas para direccionarlas hacia el desarrollo de otros tipos de productos artesanales o el diseño de líneas de productos que tengan mayor impacto para la comunidad.



### 3.4.3. Módulo de Producción

En el corregimiento de Rabolargo se trabajó en el taller de doña Denis Castilla de Flórez, quien preside el grupo, identificaron las siguientes piezas:



Reunión con artesanas y productos de la comunidad de Rabolargo. / Diciembre de 2015. Foto por: Andrés Castillo.

Se buscó en la base de datos de Artesanías de Colombia la información fotográfica previa a la llegada del Laboratorio para decidir el diseño del catálogo. Se acordó realizar esta exploración en todas las comunidades para diseñar un catálogo general. Se obtuvieron datos de proveedores de tintes para aplicar color en la cepa de plátano. Para facilitar el acceso a la materia prima se hizo un plan de negocios con las artesanas de los Córdoba que tienen materia prima de sobra, para que suministren a las artesanas de Rabolargo lo que necesitan a un precio.



Se definió el desarrollo de una línea redonda en color crudo blanco, con piezas como porta cazuelas, canastos cilíndricos rectos de diferentes tamaños e individuales redondos clásicos.

Se realizaron los talleres de mejoramiento de técnicas incluidos en la matriz del módulo de producción. Con ayuda de los telares, la puntada mejoro mucho y la calidad es óptima. La transferencia tecnológica se realizó con una capacitación en el uso del telar plano para realizar piezas de formato cuadrado.



Talleres de producción. Rabolargo. Junio 2015. Foto por: Andrés Castillo.



Taller de telares planos. Rabolargo. Febrero 2016. Foto por: Andrés Castillo



Entrega de telares planos de mesa. Rabolargo. Abril 2016. Foto por: Andrés Castillo.



Se trabajó con el grupo en el diseño una tarjeta personal y una etiqueta para los productos.



El grupo es sólido y con gran capacidad de producción; su presencia en Expoartesano en Medellín 2016, fue todo un éxito con los productos que llevaron. Fueron invitadas en agosto a Barranquilla con todas las garantías.

En la cabecera municipal de Cereté, el grupo de mujeres que trabajan con la empresa record (apuestas de chance) que elaboran bisutería con chaquiras se puede considerar experto y disciplinado, con una gran capacidad de producción y de aprendizaje; estas mujeres están dispuestas al cambio.



Grupo de mujeres artesanas en talleres de producción. Cereté / Enero 2016. Foto por: Andrés Castillo.

A continuación se presentan piezas que actualmente produce el grupo:



Piezas identificadas del grupo Creer. Cerete. Enero 2015. Foto por: Andrés Castillo

Escuchando al grupo, se pudo establecieron tareas a poner en marcha, para satisfacer sus expectativas.

- Hacer un catálogo de piezas para clientes potenciales.



- Desarrollar una colección nueva y propia.
- Aprender a crear sus propios diseños.

Las participantes buscaron información fotográfica anterior a la llegada del Laboratorio para decidir de qué forma se podría trabajar el diseño del catálogo. No obstante se decidió que en catalogo solo se incluirían los grupos seleccionados para ir a feria.



Talleres de diseño y producción. Cereté. Enero 2016. Foto por: Andrés Castillo.

Se impartieron todos los talleres procurando que fueran entendidos por todas las participantes, con una metodología sencilla y clara. Tras los talleres de diseño especializado en mostacilla, se trabajó en los diseños propuestos en líneas de aretes, pulsera, collar, balaca, anillo y gargantilla, de la colección Zenú



Talleres de diseño y producción. Cereté. Enero 2016. Foto por: Andrés Castillo.



Colección ZENÚ. Cereté. Febrero 2016. Foto por: Andrés Castillo.

Para el caso del taller de bisutería y el de crochet se continuó con la producción que se venía realizando para el mercado local entre ellos las balacas y porta celulares de buena aceptación.

Se adelantaron talleres para estudiar las verdaderas y originales pintas del sombrero vultiao para ser reproducidas en la colección ZENÚ.

Con el grupo de Cerete Creer, en bisutería en mostacilla checa, se trabajó en la producción de un camino de mesa basado en la encopadura del sombrero vultiao.





Balacas Taller Creer. Cerete Foto: Andrés Castillo . Mayo 2016



Elaboración de collares. Cerete. Mayo 2016. Foto de: Andrés Castillo

Se realizó transferencia tecnológica, con la entrega de telares y kits de herramientas para hacer más fácil y productivo el trabajo. El telar es un telar grande plano y el kit tiene tijeras, cinta métrica, pinzas largas de punta, hilo, 14 agujas, panola blanca, y dos libras de mostacilla.



Entrega de kits de herramientas. CERETE. Abril de 2016. Foto por: Andrés Castillo.

El grupo, sólido y completamente productivo, marcó su presencia en dos exposiciones en centros comerciales de Montería, donde la rotación de los productos fue exitosa. Este es un grupo fue atendido en asistencia puntual, es decir se le atiende pero no es prioridad de feria por lo tanto sus visitas fueron más esporádicas.

El grupo de crochet Fundación, de Cerete se encuentra en una fase temprana de formación técnica, pero ya se notan sus logros.



Manillas en crochet Cerete fundación. Mayo de 2016. Foto de: Andrés Castillo.

#### 3.4.4. Módulo de Diseño

El taller de Reconocimiento de la identidad se desarrolló con pequeños grupos conformados por similar nivel de escolaridad. Se desarrollaron los conceptos de cada componente de un producto artesanal como: Identidad, cultura material, origen, relación con el entorno, relación de uso, función, diseño e Innovación, oficio-técnica, producción gráfica, empaque y precio vs. valor percibido.



Taller de Reconocimiento de la identidad Rabolargo. Enero de 2016. Foto por: Andrés Castillo

Se hizo énfasis en la tradición de Rabolargo como productores de plátano y como trabajadores de los subproductos derivados del cultivo.



Taller Crecer. Cerete. Enero de 2016. Foto por: Andrés Castillo.

Para el taller Producto, Línea y Colección, se utilizaron métodos de mnemotecnica para que las talleristas recordaran los conceptos básicos de línea y colección, se explicó la manera de crear líneas de productos enfocados a sus técnicas y materias primas



Taller y obras de artesanos, grupo Creer. Cerete. Enero de 2016. Foto por: Andrés Castillo.

Para el taller de Referentes se trabajó en grupo, presentando por cada participante una serie de referentes y haciendo luego un análisis de la relevancia de cada uno, trabajando también en el desarrollo de ideas generadas a partir de ellos, ligándolo al taller de línea y colección. La comunidad del casco urbano está comenzando nuestro acompañamiento y no se tenía experiencia similar en este grupo artesanal.



Taller en Rabolargo y en Cereté. Enero de 2016. Foto por: Andrés Castillo

En el Taller de Tendencias, las presentaciones ayudaron a identificar el cambio que debe tener el trabajo de diseño para poder acomodarse a las demandas del mercado actual.



Taller de Tendencias. Cerete. Febrero de 2016. Foto por: Andrés Castillo.

En los talleres de creatividad luego de ver las presentaciones las beneficiarias se involucran en un animado juego de propuestas muy interesantes.



primeras puntadas de crochet. Grupo Creer. Cerete. Marzo de 2016. Foto por: Andrés Castillo



Primeras muestras. Rabolargo, Cerete. Marzo de 2016. Foto por: Andrés Castillo

A la comunidad de Rabolargo se le hizo entrega de telares planos de mesa; la matriz de diseño para fue la misma utilizada en diciembre 2015 para los productos a llevar a Expoartesano, con una colección similar con productos mejorados, redondo, cocido en espiral y color natural blanco y se recibieron los prototipos previamente encargados como culminación de los talleres de la fase inicial del proyecto. La producción se centró en la producción de individuales, canastos y porta cazuelas.



Enrollado y costura en el Taller de Claribeth Montesinos y de María López. Rabolargo, Cereté. Foto: Andrés Castillo, junio 2016



### 3.4.5. Módulo Comercial

Con el grupo de Rabolargo se logró identificar a partir de los diferentes talleres, el porqué de la baja rotación de las piezas de estos artesanos; se les reestructuro su operación comercial y logística, así como la identificación de las necesidades del mercado y su entorno, dándoles respuesta a una dinámica rotación y variedad de productos. El grupo consiguió empoderarse del tema de políticas y estrategias de precios, que para ellos representaba pérdida constante; se logró determinar canales de distribución que permitirán mayor rotación de las piezas artesanales. Queda el grupo fortalecido y reestructurado con visión y misión diferentes a las que traían, con estándares de producción basados en el conocimiento de las necesidades y las tendencias del mercado. Los contenidos trabajados con la comunidad giraron en torno a Decisiones de producto, estrategias de precio, determinación de canales de distribución, promoción y exhibición de productos y alistamiento evento ferial.



Talleres del Módulo Comercial. Casa Artesano Rabolargo, Cereté. Tomada por: Jorge A. Campo Ruz. 2016

### 3.5. Ciénaga de Oro

Ciénaga de oro es un municipio pequeño que cuenta con servicios básicos públicos como agua, alcantarillado, energía, gas, telefonía y televisión por cable, cuenta con un camu y hospital para la atención en salud, un cementerio que fue declarado patrimonio histórico, cultural y arquitectónico de ciénaga de oro.

El 70% de sus calles se encuentran pavimentadas y dispone de zonas verdes para la recreación de sus habitantes como también de iglesias tanto católicas como de otras creencias religiosas. Ciénaga es un pueblo católico por tradición, destacado por sus festividades en la semana mayor.

Con respecto a la actividad artesanal desarrollada de joyería en filigrana en plata y oro (orfebrería), es una actividad económica con más de 50 años en la población, la cual inicio



como una práctica familiar Se trata de artesanos de tradición, maestros de familia, herencia de padres a hijos. Las familias Urán y Velásquez representan la tradición viviente de la orfebrería de Ciénaga de Oro la cual tiene más de 30 años de estarse desarrollando como un tradición artesanal representativa de gran calidad. Las piezas en filigrana en oro y plata desarrolladas por los joyeros orenses no tienen nada que envidiarle a la afamada joyería momposina. Conocidos en el pueblo, por su labor manual, trabajan con sus herramientas la gran mayoría con sus herencia de sus padres y elaboradas por ellos mismos, herramientas antiguas con un gran valor.

### **3.5.1. Módulo Desarrollo Humano**

En este municipio se logró atender un grupo de la zona urbana conformado por aproximadamente 18 personas de ambos sexo con mayor presencia de hombres con edades que van desde los 18 hasta los 60 años. Su nivel educativo se caracteriza porque el 70% ha cursado la secundaria completa y un 30% ha realizado estudios técnicos superiores.

Los participantes en este municipio manifestaron que el desarrollo de esta actividad artesanal ha ido desapareciendo en esta zona, hoy por hoy realizan sus productos por encargos y la materia prima está muy escasa.

### **3.5.2. Módulo de Desarrollo Empresarial**

Los artesanos de Ciénaga de Oro pudieron consolidarse como grupo y lograron constituirse en asociación mediante la gestión realizada por el facilitador a través de la Cámara de Comercio de Montería, metas propuestas en el plan de acción. La asociación se llama D´ORO. Cabe resaltar que con la consecución del RUT pudieron beneficiarse con la dotación de herramientas de trabajo y talleres con la transferencia tecnológica, para hacer su labor más eficiente y productiva.

Los artesanos cumplieron a cabalidad con todas y cada una de las actividades contempladas en el módulo de emprendimiento, mostrando mucho interés por aprender e identificar todas aquellas falencias en las que se pueden incurrir en la organización, y considerando los pasos para construir una empresa en Colombia, pudieron conocer las implicaciones que tienen conceptos tales como la formalización, bancarización y los beneficios que representan las mismas.



### 3.5.3. Módulo de Producción

Para realizar sus obras deben salir a compra-ventas para obtener la materia prima, que luego funden para prepararla para realizar la técnica de filigrana, inspirada en la fauna y la flora de Córdoba. Un trabajo de artesanía realizado con finísimos hilos de metal, se demoran más o menos dos días haciendo una pieza dependiendo de la complejidad del trabajo; hoy por hoy incorporan otros materiales como totumo, madera a los trabajos en filigrana.

En el caso de Ciénaga de Oro se está trabajando en la adecuación del lugar en el que funciona el taller, pues se trata de un grupo de veteranos joyeros que en la actualidad están dispersos en el departamento; algunos no residen en Ciénaga, otros se dedican a otros oficios pues no tiene el recurso para un taller, aunque algunos tienen sus talleres propios.

### 3.5.4. Módulo de Diseño

En la visita al taller de la familia Urán se observó un taller totalmente descuidado, que carece de herramientas básicas y no cuenta con ningún tipo de instalaciones aptas para trabajar. Cuentan que en este lugar fue donde aprendieron de sus padres y abuelos la técnica. Actualmente ninguno de los Urán trabaja la joyería en Ciénaga de Oro; se han desplazado a otros lugares como Montelibano y Montería. Tienen la intención de reconstruir el taller para no dejar perder la tradición de la filigrana en el municipio ya que actualmente hay personas de la zona que quieren seguir sus pasos.



Taller de los Urán (máquinas y herramientas). Municipio de Ciénaga de Oro. Tomada por: Daniela Bucheli. Enero 2016



En el Taller de Producto, Línea y Colección se explicaron todos los conceptos y como ejercicio final se realizó una muestra con sus productos como se podría conformar una línea y una colección.



Taller en casa de los Urán. Municipio de Ciénaga de Oro. Lugar: Tomada por: Daniela Bucheli Enero 2016

En el taller de Identificación de Referentes se realizó una lluvia de ideas donde escogieron algunos referentes de su comunidad que fueron plasmados en dibujos. Luego de tener claro cómo se trabajaba productos con base en referentes, se escogió una flor como referente para plasmar bocetos de productos en filigrana.



Taller de identificación de referentes. Municipio de Ciénaga de Oro. Tomada por: Daniela Bucheli. Enero 2016

Se desarrolló el taller de Tendencias y se explicó paso a paso cada una de las estrategias para que los productos vayan ligados a tendencias actuales y realicen joyería moderna y contemporánea, basada en referentes nuevos.

Se realizó una visita para realizar taller de creatividad en compañía de la señora Lucia Moure, Diseñadora de artesanías de Colombia. Se concretaron aspectos sobre el proceso



de transferencia de herramientas y la forma de fomentar la búsqueda del lugar para la adecuación del taller de joyería.



Reunión con Lucia Moure y los artesanos. Municipio de Ciénaga de Oro. Tomada por: Daniela Bucheli Fecha: Abril 2016



Taller de creatividad. Municipio de Ciénaga de Oro. Tomada por: Daniela Bucheli. Abril 2016



Anillos enviados a la feria. Municipio de Ciénaga de Oro. Tomada por: Daniela Bucheli. 2016



Se desarrollaron y definieron Líneas de producto para la feria Exportesano en Medellín; para ello los artesanos realizaron los pedidos y los entregaron en reuniones, pues no tienen taller para trabajar juntos. A este grupo se sumaron nuevos artesanos que trabajan country, son artesanos interesados en hacer parte de nuevos proyectos y mejorar su técnica.



artesanos nuevos que se vincularon al proyecto. Municipio de Ciénaga de Oro. Tomada por: Daniela Bucheli. 2016

Con ayuda de los artesanos se realizaron talleres de acercamiento a referentes, en donde cada uno explicó referentes de la región y buscaron trabajos en oro y plata que alguna vez realizaron en su trayectoria como joyeros.



Artesano explicando referentes de su región. Municipio de Ciénaga de Oro. Tomada por: Daniela Bucheli. 2016

Se realizó la Transferencia tecnológica con la implementación de 5 puestos de trabajo de joyería, cuya producción tuvo seguimiento por parte de los asesores para verificar el cumplimiento de las condiciones ergonómicas de los muebles.



Revisión del mobiliario en el taller de madera, para verificar la ergonomía de las mesas. Municipio de Ciénaga de Oro. Tomada por: Daniela Bucheli. Junio de 2016



### 3.5.5. Proyecto del Programa Nacional de Joyería

El proyecto ha desarrollado varias etapas de gestión en el territorio y a nivel nacional, de manera consecutiva, estando cobijado por recursos directos de inversión de Artesanías de Colombia y de otras distintas fuentes.

Por iniciativa del Laboratorio de Diseño e Innovación de Córdoba, se propuso incluir a la comunidad de artesanos orfebres de Ciénaga de Oro debido a la identificación de un pequeño grupo de artesanos joyeros fruto de la transferencia generacional de esta tradición y a que se reúsan a que el oficio desaparezca. Se planteó asistencia técnica de rescate del oficio de la joyería en filigrana orense.

A partir de la inclusión del municipio como pueblo joyero de Colombia, en el Programa Nacional de Joyería de Artesanías de Colombia, se brindó asistencia técnica especializada con diseñadores de joyería, efectuadas bimensualmente, que enriquecieron su quehacer artesanal, construyeron colecciones de joyas que se tradujeron en encargos de producción para participación en los eventos feriales de Expoartesano 2016 y Expoartesanías 2016.



Productos desarrollados para Expoartesanías 2016 **Tomada por:** Artesanías de Colombia Bogotá D.C. 2016.

Se firmó un convenio marco con la Alcaldía Municipal de Ciénaga de Oro, para el establecimiento del Taller de Joyería Orense en la Institución Educativa Marco Fidel



Suárez, con la entrega de maquinaria y herramienta especializada como dotación del taller.



Entrega de herramientas y maquinaria para Taller de Joyería. Ciénaga de Oro. **Foto:** Danilo José Vergara Arango. 2016

### 3.6. Los Córdoba

#### 3.6.1. Módulo Desarrollo Humano

El municipio costanero de Los Córdoba desarrolla una amplia actividad agrícola dedicada al cultivo de plátano, y partir de la materia prima natural que generan las mismas plantaciones, hábiles artesanas cesteras ejecutan su actividad económica dedicada a elaborar finos rollos con la cepa de plátano para la producción de individuales, panes y bolsos tejidos con esta fibra. Consta de nacientes grupos dedicados al trabajo con totumo.

#### 3.6.2. Módulo de Desarrollo Empresarial

En este municipio las artesanas que trabajan con cepa de plátano vienen desarrollando sus actividades a nivel grupal, previamente asociadas y formalizadas.

Se logró fortalecer los conocimientos de las artesanas en el ámbito asociativo, de formalización y bancarización, cuales son las formas jurídicas de las mismas, que beneficios y qué responsabilidades tendrían. Lograron entender los conceptos básicos de contabilidad poniendo en práctica que las cuentas del hogar deben ser separadas de las cuentas de la unidad productiva.

#### 3.6.3. Módulo de Producción

Se buscó en la base de datos de Artesanías de Colombia información fotográfica anterior a la llegada del Laboratorio para juntarla con la nueva, con base en lo cual se decidiría el



diseño e impresión del catálogo, exploración que se realizaría en todas las comunidades para un catálogo general para los municipios beneficiarios del proyecto.



Piezas identificadas. Los Córdoba. Foto por: Andrés Castillo. Diciembre de 2015

Se obtuvo datos de los proveedores de tintes para poder trabajar el color en la cepa, con base en lo cual el líder regional tomó la decisión de trabajar una línea redonda en color crudo blanco, y las piezas requeridas fueron individuales redondos clásicos y forros para mesas de madera de cincuenta cms.



Talleres. Los Córdoba. Febrero de 2016. Foto por: Andrés Castillo.



En esta comunidad se realizó un Taller para el mejoramiento de técnicas que se concentró en la costura y en los acabados, trabajando también los temas de nuevos productos con la innovación y el mejoramiento de la calidad. También se realizó Transferencia tecnológica haciendo la entrega del kit de herramientas a cada una de las artesanas.



Descripción: entrega de kits. Los Córdoba. Mayo de 2016. Foto por: Andrés Castillo

El plan de producción de esta comunidad se centró en la producción de individuales, y cubiertas de butacas de madera de las cuales se realizó la producción correspondiente.



Piezas producidas en la colección. Los Córdoba. Junio de 2016. Foto por: Andrés Castillo.

#### 3.6.4. Módulo de Diseño

El taller de Reconocimiento de la identidad se desarrolló con pequeños grupos conformados de acuerdo con el nivel de escolaridad. Se desarrollaron los conceptos de cada componente de un producto artesanal como: Identidad, cultura material, origen, relación con el entorno, relación de uso, función, diseño e Innovación, oficio-técnica, producción gráfica, empaque y precio vs. valor percibido.



Talleristas. Los Córdoba. Enero de 2016. Foto por: Andrés Castillo.

Se hizo énfasis en la tradición de los Córdoba como productores de plátano y como trabajadores de los subproductos derivados del cultivo así como en los productos desarrollados desde siempre por los primeros pobladores y el desarrollo de la técnica durante los años transcurridos.

Para el taller de Producto, Línea y Colección se utilizaron métodos de mnemotecnia para que las beneficiarias recordaran los conceptos básicos de línea y colección, explicando la manera de crear líneas de productos enfocados a sus técnicas y materias primas.



Talleristas. Los Córdoba. Enero de 2016. Foto por: Andrés Castillo.

Para el taller de Referentes se trabajó en grupo presentando por parte de cada participante una serie de referentes y haciendo un análisis de su relevancia, trabajando también en el desarrollo de ideas generadas a partir de estos referentes y recordando la pertinencia con el taller de línea y colección

Se trabajó con la comunidad de galilea que está comenzando nuestro acompañamiento y no se tenía una experiencia similar en este grupo artesanal.



Ensayos de productos. Los Córdoba. Galilea. Marzo de 2016. Foto por: Andrés Castillo.



Productos. Los Córdoba. Galilea. Marzo de 2016. Foto por: Andrés Castillo.

Las presentaciones de Tendencias ayudaron a identificar el cambio que debe tener el trabajo de diseño para poder acomodarse a las demandas del mercado actual.



Talleristas. Los Córdoba. Febrero de 2016. Foto por: Andrés Castillo.

En los talleres de creatividad luego de ver las presentaciones las Talleristas se involucraron en un animado juego de interesantes propuestas. En cuanto al desarrollo de Líneas de producto para los Córdoba se trabajó con la matriz de diseño de diciembre es decir los individuales y las cubiertas de butaco, pues se quiere llevar a expo artesano lo mismo que en diciembre. Redondo, natural blanco y tabaco.



Talleristas. Los Córdoba. Febrero de 2016. Foto por: Andrés Castillo.

### 3.6.5. Módulo Comercial

La comunidad de Galilea cuenta con un grupo de artesanos que producen piezas a partir del totumo, se encontró una comunidad muy distante de lo comercial, tanto por falta de estrategias como por falta de piezas innovadoras y actuales.

Los objetivos se cumplieron orientados a reestructurar la operación comercial y operativa; para lograr mayor colocación a partir de estrategias solidas de comercialización, de precios, de promoción, de exhibición y de ampliación de brochure.



Asesoría en casa de una artesana. Los Córdoba. Galilea. Tomada por: Diógenes Guerra.

Se logró consolidar un trabajo de sensibilización hacia fortalecer el sustento de sus familias, quedando un grupo de artesanos más comprometido y de frente con el mercado en todas sus variables. Los contenidos trabajados fueron sobre decisiones de producto,



talleres de estrategias de precio, determinación de canales de distribución, promoción y exhibición de productos.

En la comunidad del Puente de Los Córdoba se encontró un grupo de artesanos que trabaja la cepa de plátano. Se trataba de un grupo muy disperso, con proyecciones diferentes, carentes de unidad de criterios, desorganizados y sin identidad propia.

Se propuso superar todas estas complicaciones y desajustes, por lo que las variables tratadas en los diferentes talleres fueron concluyentes para la definición de un nuevo estándar de negocio, que les permitirá en el tiempo, ganar reconocimientos nacionales, así como mejores colocaciones y por ende un mayor crecimiento de la unidad de negocios. Quedan los artesanos comprometidos, ávidos de más información y capacitación y con la necesidad de un mayor acompañamiento. Los contenidos trabajados fueron decisiones de producto, talleres de estrategias de precio, determinación de canales de distribución, promoción y exhibición de productos.



Casa de una artesana El Puente. Los Córdoba Tomada por: Diógenes Guerra.

### 3.7. Lorica

El municipio de Santa Cruz de Lorica dentro de su mismo contexto de pueblo patrimonio de Colombia representa grandes tradiciones culturales y la artesanía hace parte importante de ellas, principalmente con la alfarería del Corregimiento de San Sebastián, municipio de referencia artesanal nacional, donde sus artesanos levantan piezas mágicas con arcilla de la Ciénaga Grande del Bajo Sinú. En segundo renglón, está la cestería con enea de San Nicolás de Bari, y un naciente trabajo en talla de madera en el casco urbano.

En este municipio se encontraron dos grupos conformados en la zona rural los cuales están ubicados en San Sebastián y San Nicolás de Bari. San Sebastián tiene un grupo de artesanos cuya materia prima es la arcilla y tradicionalmente elaboran las tinajas, múcuras, jarrones, gallinas y alcancías. Esta tradición es desarrollada por alfareros hace aproximadamente 60 años.



San Sebastián es una vereda muy cerca a Lorica donde la mayoría de las casas están en construidas en cemento, aunque se observan algunas tradicionalmente elaboradas en bareque. Su actividad económica principal, es la pesca, y la artesanía. Cuenta con un puesto de salud, servicios básicos para la población tiene una iglesia católica llamada divino niño, y un parque pequeño para la recreación de los niños. Los Artesanos de San Sebastián, especializados en el oficio de la alfarería Trabajan en pequeños talleres conformados por el grupos pequeños de 2 o 3 integrantes. Por lo general trabajan en las tardes después de desocuparse de la preparación del almuerzo y las labores del hogar. En San Sebastián se encuentran maestros artesanos con una mayor experticia oficio del alfarería.

Entre las artesanas de mayor trayectoria encontramos a doña Juana Bernarda como la más representativa entre los artesanos. San Sebastián tiene un grupo de aproximadamente 11 personas como asistentes al módulo, pero resaltando que la comunidad realiza otras actividades que impidieron su participación, además de tener las experiencias pasadas con otras instituciones por lo cual se limitaron la extensión del grupo debido a este factor.

### **3.7.1. Módulo de Desarrollo Social**

Con respecto a los participantes encontramos que en la actividad desarrollada en este lugar hubo más participación de las mujeres que de los hombres, las edades oscilan entre los 40 y los 55 años de quienes ejercen este oficio y su nivel educativo no llega a primaria completa. Se debió considerar que esta actividad no es la única fuente de ingresos económicos por lo que se ven obligados a complementarla con ventas informales de productos por medio de catálogo, ventas de lotería y oficios varios de tal forma que su principal mercado lo identifican en Lorica y Sincelejo

Se encontró un grupo de jóvenes que por tradición familiar se dedican a la elaboración de productos con enea entre los cuales destacamos, sombreros, canastos, bolsos y petates. Este grupo está conformado por 15 jóvenes y adultos cuyas edades oscilan entre los 13 y 60 años aproximadamente. El nivel educativo de este grupo se ubica en el bachillerato completo para la mayoría de los miembros del grupo y el resto se ubica en la primaria incompleta en menor proporción. Se evidencia la mayor participación de mujeres que de hombres. Debido a la falta de la materia prima en la zona, se ha visto afectada esta actividad artesanal lo que ha conllevado al desarrollo de otras actividades como la agricultura, la pesca y la venta informal. De otra parte, San Nicolás cuenta con servicios



básicos en la zona, además, disponen de un puesto de salud, una escuela activa donde funciona una escuela que atiende primaria, preescolar y bachillerato, una iglesia y un parque para la recreación y esparcimiento.

Para la comercialización de los productos cuentan con mercados permanentes en Lorica y San Bernardo del Viento. Sólo hasta este año fue pavimentada la única vía de acceso principal, y como evento importante destacamos la celebración del festival del petate en semana Santa donde las pocas personas de la zona que se dedican a esta actividad muestran sus productos. Estas festividades tienen como objetivo conservar la tradición en la comunidad.

### 3.7.2. **Módulo de Desarrollo Empresarial**

Los artesanos del corregimiento San Nicolás de Bari perteneciente al municipio de Lorica, presentaron un nivel organizacional con muchas falencias, debido a que según los propios artesanos la asociatividad en años anteriores les generó mucha desconfianza y poca credibilidad lo que se reflejaba en el individualismo de sus miembros como resultado de que hubo personas que aprovecharon las circunstancias para realizar acciones indebidas y por ende los miembros de esos grupos se desintegraban, dejando así la organización sin dolientes.

Hay un grupo de jóvenes que quieren dejar atrás las acciones de las organizaciones anteriores y retomar la confianza para trabajar en equipo, por lo que se hicieron partícipes del proyecto ejecutado entre Artesanías de Colombia y Cámara de Comercio de Montería para dar inicio a una nueva organización que tiene como propósito dar a conocer las artesanías que se elaboran en este corregimiento.

En cuanto al módulo de emprendimiento y desarrollo empresarial se logró despertar mucha motivación en recibir las asesorías programadas, ya que se pudieron realizar actividades que permitieron fortalecer los conceptos de asociatividad y formalización en forma práctica, logrando además conocer cómo se pueden determinar los costos de un producto, así como el mejoramiento de las cualidades del líder emprendedor y finalmente se formalizó la organización con el apoyo permanente del facilitador.

Por otra parte, en el corregimiento de San Sebastián, no fue fácil cumplir con el objetivo o la meta trazada, debido a que los artesanos de este corregimiento no prestaron mucho interés en la asociatividad, y mucho menos en la formalización del grupo. Es importante



señalar que en este corregimiento, los conflictos entre miembros de la comunidad son crecientes, muy a pesar de la gran labor que sea articuló con la facilitadora de desarrollo social, donde también se conocía de antemano que era un aspecto en el que había que hacer énfasis. En este sentido, es necesario que la intervención en esta comunidad sea realizada de manera más profunda y amplia, más aún si consideramos que el legado artesanal tan importante para ellos y para el territorio se está acortando y poniéndose en alto riesgo.

### 3.7.3. Módulo de Producción

Los artesanos de San Sebastián, presentan bajos índices de escolaridad, la mayoría solo han terminado la primaria, sin embargo son maestros artesanos expertos en su oficio. Todos cuentan con servicios públicos, disponen de sistema de salud Sisbén y la gran mayoría habitan en casas familiares.

Los artesanos de San Sebastián, realizan la producción a mano, con herramientas antiguas y rudimentarias, herencia de sus padres. El oficio de alfarería requiere herramientas de modelado, pulido y detalle y calado, estas herramientas son espátulas plásticas o de madera especiales para cerámica. Las herramientas son simples, diseñadas y creadas por ellos mismos debido a los costos tan elevados en el mercado. Se cotizaron en diversos establecimientos comerciales en la ciudad de Montería y no se lograron conseguir.

Cada uno de los artesanos maestros trabaja de manera independiente, cada uno tiene el taller en su casa, sin embargo, los que apenas están empezando no tienen ni taller ni herramientas para trabajar de manera individual. Entre todos los artesanos diseñaron una línea de productos. aplicando los concepto aprendidos.

Venden todos sus productos en las ferias nacionales, trabajan por encargos, son personas que no cuentan con ningún tipo documentación legal (no cuentan con cámara de comercio ni RUT) solo conservan facturas de la materia prima.





En el corregimiento de San Nicolás de Bari se encontró una comunidad que trabaja la cestería en enea con amarre en telar vertical.



Piezas encontradas. San Nicolás de Bari. Loricá. Diciembre de 2015. Foto por: Andrés Castillo.

Se buscó en la base de datos de Artesanías de Colombia toda la información fotográfica anterior a la llegada del Laboratorio para juntarla con la nueva para decidir de qué forma se podía trabajar el diseño e impresión del catálogo que se realizara general para todos los municipios beneficiarios del proyecto. Se trabajó una línea de esteras playeras y de pequeños suvenires mediante asistencia puntual.

Se realizó un Taller mejoramiento técnicas procurando que fueran entendidos por todos los participantes, la metodología empleada fue sencilla y clara con el tiempo necesario para lograr las metas.



Talleres. San Nicolás de Bari. Loricá. Marzo de 2016. Foto por: Andrés Castillo.



### 3.7.4. Módulo de Diseño

En los Talleres de Creatividad se desarrollan los conceptos de forma, función y su relación según el usuario, el contexto y ocasión de uso. Color, texturas. Aplicación del referente al producto. Se definieron aspectos relevantes de la función de un producto y los beneficiarios iniciaron el proceso de bocetaje.



Talleres. San Nicolás de Bari. Loricá. Mayo de 2016. Foto por: Andrés Castillo.

Se realizó el Taller de mejoramiento de técnicas en el trabajo en enea que se realiza en San Nicolás de Bari, que se centró en la evolución y en los acabados; también se trabajó en los temas de nuevos productos con la innovación y en el mejoramiento de la calidad. La producción de San Nicolás de Bari se centró en bolsos y de suvenires.





Talleres. San Nicolás de Bari. Loricá. Mayo de 2016. Foto por: Andrés Castillo.

Transferencia tecnológica. El grupo es completamente productivo pero se especializa en piezas pequeñas, especiales para suvenir por lo cual se les realizó transferencia de telares para la elaboración de piezas más grandes.



Transferencia tecnológica. San Nicolás de Bari. Loricá. Junio de 2016. Foto por: Andrés Castillo.

El taller de Reconocimiento de la identidad se desarrolló dividido en pequeños grupos con participantes de niveles de escolaridad similares. Se desarrollaron los conceptos de cada componente de un producto artesanal como: Identidad, cultura material, origen, relación con el entorno, relación de uso, función, diseño e Innovación, oficio-técnica, producción gráfica, empaque y precio vs. valor percibido.



Talleres. San Nicolás de Bari. Loricá. Enero de 2016. Foto por: Andrés Castillo.



Se hizo énfasis en la tradición de San Nicolás de Bari como productor de cestería en enea y como trabajadores de los subproductos derivados del cultivo y en los productos desarrollados desde siempre por los primeros pobladores. Desarrollo de la técnica durante los años transcurridos

Para el taller de Producto, Línea y Colección en San Nicolás de Bari se utilizaron métodos de nemotecnia para que las beneficiarias recordaran los conceptos básicos de línea y colección, también se expusieron las presentaciones y se explicó la manera de crear líneas de productos enfocados a sus técnicas y materias primas



Talleres. San Nicolás de Bari. Loricá. Febrero de 2016. Foto por: Andrés Castillo.

En San Sebastián se les explico en una presentación cada uno de los conceptos sobre producto, línea y colección, se experimentó un ejercicio sobre aplicar sus productos en cana flecha a una colección y entre todos los artesanos diseñaron una línea de productos aplicando los concepto aprendidos.

Para el taller de Referentes en San Nicolás se trabajó en grupo en donde cada participante presentó una serie de referentes que sobre los que luego se hizo un análisis de su relevancia, trabajando también en el desarrollo de ideas generadas a partir de estos referentes y recordando la pertinencia del el taller de línea y colección, mostrando la evolución de la estera de enea y toda su gama de posibilidades

En San Sebastián Se realizó la presentación con cada uno de los conceptos de identificación de referentes y luego se realizó un taller de exploración de referentes en la



zona. Los artesanos exploraron formas de la naturaleza y geométricas para sacar nuevos referentes para sus productos.

Se tuvo en cuenta el Referente como herramienta para el desarrollo de ideas para nuevos productos, los criterios de selección de un Referente, las tipologías de referentes, la metodología de trabajo con referentes y la ficha de Inventario de Referentes



Primeras muestras. Taller de Lia López. Mayo 2016. Foto por: Martin Martinez

Las presentaciones de Tendencias ayudaron a identificar el cambio que debe tener el trabajo de diseño para poder acomodarse a las demandas del mercado actual.



Taller en San Nicolás de Bari. Lorica. Febrero de 2016. Foto por: Andrés Castillo.

En San Sebastián, en el taller de tendencias se realizó una presentación y talleres de exploración de conceptos basados en tendencias actuales; con ayuda de revistas y cartulinas los artesanos realizaron mapas conceptuales y collage definiendo una tendencia.

Se trabajó sobre los siguientes temas:

1. Concepto de Tendencia.
2. Ciclos Históricos.
3. Metodología para construir y captar una Tendencia.
4. Fuentes de las Tendencias, quien las crea y los aspectos de las Tendencias.
5. Casos de aplicación de tendencias en la artesanía por categorías de productos

Se explican los conceptos de Rescate, Mejoramiento, Creación, Diversificación, y Rediseño



Artesanas. San Sebastián. Lorica. Fotos: Martín Martínez. Enero de 2016

En los Talleres de Creatividad se explicaron cada uno de los conceptos y luego de las presentaciones, las artesanas se involucraron en un animado juego de propuestas interesantes. Luego se realizó una actividad creativa donde cada artesano diseñó su matriz de transformación de la materia prima. Como resultado del taller y la exploración de nuevos referentes se desarrolló una línea de salseros para San Sebastián. Se hizo la Verificación del Diseño de Producto para ferias, se terminaron de ajustar unos prototipos aprobados en el comité de diseño de Cartagena.



### 3.7.5. Módulo Comercial

En Lorica se encontró un grupo de artesanos niños, menores de edad, liderados por un adulto que es quien los enseña el arte de tallado en madera, razón por la cual el desarrollo de los talleres tuvo un alto grado de complejidad dada la población a impactar. Pese a lo anterior se desarrollaron y cumplieron 100% los objetivos, logrando estructurar una plataforma de comercialización basada en determinación de productos necesarios para el



entorno, en políticas y establecimiento de precios, en determinación de canales de distribución y en un muy buen plan de merchandising. Los contenidos trabajados: Decisiones de producto, talleres de estrategias de precio, determinación de canales de distribución, promoción y exhibición de productos y alistamiento evento ferial.



Institución educativa. Tomada por: Luis Alberto Cruz M

En el corregimiento de San Sebastián se encontró un grupo de mujeres artesanas que trabajan la artesanía en barro. Se consiguió mejorar el desempeño productivo, las condiciones comerciales y sus ingresos, así como sus habilidades administrativas y un dinámico esquema efectivo de gestión.

Se consiguió con los talleres mejorar la calidad de los diseños y la innovación de productos, como respuesta a las necesidades del mercado y al benchmarking realizado; de igual manera se les suministro herramientas para el aumento de la competitividad y el diseño de planes de comercialización, exhibición y eventos feriales. Los contenidos trabajados fueron decisiones de producto, talleres de estrategias de precio, determinación de canales de distribución, promoción y exhibición de productos y alistamiento evento ferial.



Casa de artesana en San Sebastián - Lorica Tomada por: Luis Alberto Cruz M

En el Corregimiento de San Nicolás de Bari se logró el desarrollo de los talleres de formación en todos sus aspectos, consiguiendo estructurar un equipo ganador.

Las variables inmersas en el desarrollo de los talleres se articularon de manera lógica y estratégica, con las variables propias de la experticia de estos artesanos, logrando hacer una puesta en común que garantizará las acciones creativas y comerciales a futuro. Los



contenidos trabajados fueron decisiones de producto, talleres de estrategias de precio, determinación de canales de distribución, promoción y exhibición de productos y alistamiento evento ferial.



San Nicolás de Bari Lugar: Casa de una artesana Tomada por: Luis Alberto Cruz M

### 3.8. Momil

La comunidad artesanal de Momil se sustenta en la tradición precolombina de los indígenas zenúes que habitaban toda la zona del bajo Sinú, modelando piezas antropomorfas con arcilla de la ciénaga, y quemadas de forma rudimentaria. Consta de nacientes grupos dedicados al trabajo con totumo.

La creencia religiosa que predomina es el catolicismo, el municipio cuenta con el 80% de sus calles pavimentadas, los servicios públicos como agua, alcantarillado, energía y gas funciona en el 95 % de la zona urbana, cuenta con una iglesia católica, parques, canchas, zonas turísticas, Camu, y hospital para las atenciones prioritarias.

Con respecto a la actividad artesanal y cultural, en el 2015 fue inaugurado el centro artesanal y cultural como estrategia para el fortalecimiento de estas tradiciones que aún conserva la zona a pesar de no ser la practica principal como fuente económica de los participantes o artesanos.

#### 3.8.1. Módulo Desarrollo Humano

En este municipio existe un grupo ubicado en la zona urbana de Momil y está conformado por 15 personas que asistieron a los talleres realizados en la casa artesanal del municipio. Este grupo se caracterizó por ser heterogéneo. Reflejó una participación equilibrada de los dos géneros. En cuanto a su nivel educativo encontramos que satisfactoriamente más del 50% de sus miembros llevó a cabo estudios de secundaria completa y el técnicos profesionales y sus edades oscilan entre los 25 años y los 60 años de edad.



### 3.8.2. Módulo de Desarrollo Empresarial

Los artesanos del municipio, a pesar de pertenecer a asociaciones con alguna antigüedad, se mostraron al inicio de las asesorías muy desorganizados evidenciando el predominio del individualismo de las personas que hacen parte de estas organizaciones en razón a resentimientos personales y a la falta de sentido de pertenencia, generando desmotivación y baja visión hacia el fortalecimiento organizacional.

Con las capacitaciones este grupo de artesanos se fue fortaleciendo, desarrollando nuevas habilidades y técnicas para mejorar el ambiente organizacional, la autogestión de recursos, la consecución de clientes y la mejora en la aplicación de los costos de producción, que se han constituido en aprendizajes que favorecieron el proceso de capacitación.

Se resalta el esfuerzo que realizaron los artesanos para asistir a las capacitaciones y recibir la información pertinente para poner en marcha su organización y aplicar lo aprendido, poniendo en práctica que las cuentas de su unidad productivas deben ser separadas de las cuentas del hogar para no incurrir en acciones que atenten con el manejo financiero de su organización.

### 3.8.3. Módulo de producción

Se visitaron talleres y se conocieron artesanos y oficio para establecer las matrices, manuales de oficio y flujogramas, a fin de caracterizar el estado actual de la artesanía en Momil y conocer a fondo todo lo referente al oficio de alfarería en el municipio.



En la transferencia tecnológica se entregó , previa revisión y prueba, las maquinas, evaluando su desempeño y utilidad en el trabajo. La comunidad se mostró agradecida y satisfecha con los elementos entregados



Taller con el grupo Renaceres de Esperanza, asofaarmo y artemon. Momil ,Córdoba. **Tomada por:** Rafael Barreto

Con los beneficiarios se trabajó un taller de mejoramiento de técnica en los dos oficios del municipio. Para empezar y mediante el uso de las herramientas entregadas en la actividad de transferencia tecnológica se trabajaron las diferentes técnicas aplicadas en el oficio de trabajo en frutos secos como calado, tallado o grabado. En el tema de alfarería se trataron temas de formado, cortes en barro y apliques. El taller se dio de manera muy fluida donde los beneficiarios compartieron sus conocimientos y aprendieron unos de otros.

Se estableció en la transferencia tecnológica el mejoramiento del engobe con pigmentos cerámicos ferrosos. con el fin de mejorar la calidad de los productos artesanales, a la vez generando nuevas paletas de colores con el fin de ofrecer variedad en los productos. También se realizó capacitación técnica para cualificar, mejorar o implementar técnicas en el procesamiento de la materia prima y las técnicas utilizadas en el proceso productivo del oficio de alfarería Sebastián con el fin de mejorar la técnica, acabados y pulido.

Se puso en marcha del Plan de producción Diseño y el plan de trabajo con definición de roles y cadenas de trabajo. Se realizó la programación de objetivos, planteamiento de metas, seguimiento, análisis de tiempos y movimientos y la interrelación entre cada uno de los procesos. Se llevaron a cabo dos producciones, la primera para Expoartesano 2016 y Expoartesánías 2016.



#### 3.8.4. Módulo de Diseño

Se trabajaron los contenidos con el grupo RENACERES DE ESPERANZA.



Taller con el grupo Renaceres de Esperanza. Momil ,Córdoba. Tomada por: Rafael Barreto

Se realizó el Taller de Referentes generando una dinámica interesante; la comunidad participó de manera enérgica al darse cuenta que elementos particulares de su entorno pueden ser un punto de partida en el proceso creativo y un factor muy práctico al momento de desarrollar su actividad.



Taller con el grupo Renaceres de Esperanza, asofaarmo y artemon Momil ,Córdoba. Tomada por: Rafael Barreto

El contenido del taller de Tendencias fue entendido y se propuso una actividad dinámica de identificación de tendencias. En cuanto al Taller proceso creativo se tocaron 2 temas fundamentales: conceptos relacionados con la creatividad y técnicas de creatividad y cuales son aquellas herramientas que permiten hacer un proceso creativo visto desde la técnica y contexto de cada comunidad.

En el taller Modos de intervención mediante una charla donde se hizo un breve resumen de los talleres anteriores, se desarrolló una actividad para determinar y poner en marcha el primer acercamiento a aplicar los conceptos trabajados en el desarrollo de productos. Se habló con cada uno de los individuos acerca de sus capacidades y en base a eso se le dio un parámetro para que creara una pieza nueva en su oficio, estas piezas quedaron en evaluarse a la siguiente reunión.



Taller con el grupo Renaceres de Esperanza, asofaarmo y artemon Momil ,Córdoba. Tomada por: Rafael Barreto

Se evaluaron las muestras y se hicieron los correctivos correspondientes, se tomaron fotografías de los productos entregados.

Para el proceso de desarrollo de los primeros prototipos, se puso en marcha una acción para reparar el horno industrial y garantizar la calidad de los productos. Se dieron las pautas y directrices en cuanto a los productos con el énfasis para ser presentados en la feria de Expoartesanías 2016. El grupo se mostró muy entusiasmado por la presencia del Diseñador Manuel Ernesto Rodríguez por el conocimiento que posee.

#### 3.8.5. Módulo Comercial

Al grupo de artesanos se le dio orientación hacia la creación de una marca de sus productos, las piezas que producen y comercializan estos artesanos son vendidas como hallazgos en excavaciones, lo cual constituye una violación a la ley; por lo anterior se les indujo a crear su propia marca para darle respaldo a sus creaciones.

El desarrollo de los talleres marcó para este grupo de artesanos un cambio de concepción frente a lo que venían desarrollando, lo cual mejoró las condiciones de producción y comercialización de sus piezas. Los artesanos quedan con la firme convicción de asociarse para así tener más oportunidades de colocación y de crecimiento. Los contenidos trabajados fueron decisiones de producto, talleres de estrategias de precio, determinación de canales de distribución, promoción y exhibición de productos y alistamiento evento ferial.



Centro Cultural. Momil. Tomada por: Jorge A. Campo Ruz.



### 3.9. San Andrés de Sotavento

En San Andrés de Sotavento la actividad artesanal no es la principal fuente económica, y los artesanos alternan con otras actividades propias de la región como la agricultura, la actividad pecuaria, la pesca y en algunos casos la actividad económica informal como las ventas informales, mototaxismo etc.

#### 3.9.1. Módulo Desarrollo Humano

Este municipio cuenta con sus servicios básicos excepto el de agua potable, debido a la falta de un plan de acueducto en óptimas condiciones, además, tiene el 70% de sus calles pavimentadas, un parque principal conocido como el sombrero, una parroquia de San Andrés Apóstol y cuenta con un centro de salud Manexca.

Dentro de las creencias religiosas que se reflejan en este grupo es de mayor incidencia el cristianismo, seguido por el catolicismo.

La principal actividad es la agricultura y la actividad artesanal. La mayoría de sus habitantes en la zona rural dedican su actividad económica a trenzar y confeccionar la palma silvestre de caña flecha. En cuanto a la materia prima para la elaboración de productos artesanales destacamos la caña flecha, cepa, bejucos, majaguas, iraca y enea.

La población artesanal de San Andrés de Sotavento es quizás la de mayor cantidad de artesanos en Córdoba, que elaboran productos artesanales a partir del trenzado en caña flecha, una tradición de origen indígena.

En este municipio están conformados dos grupos participantes en el proyecto, uno en la cabecera municipal con aproximadamente con 17 personas y el otro ubicado en la vereda el contento, organizado en asociación de afro descendientes, asisten alrededor de 20 personas. En el desarrollo de este módulo se identificó que el nivel educativo que predomina es la primaria incompleta seguida del analfabetismo y en grado muy bajo la primaria completa.

Para esta actividad se encuentra mayor participación de los hombres con respecto a las mujeres, sin embargo, se aprecia que la participación de las mujeres está más relacionada con el trenzado para la posterior elaboración de productos. En su mayoría son los hombres los que salen a los diferentes mercados con el fin de comercializar los productos



entre los cuales destacamos el sombrero vueltiao, zapatos, tapetes, pulseras, aretes, y petacas. La comercialización de estos productos se concentra en palmitos, Sampués y Sincelejo (Sucre), Chinú, Sahagún y San Andrés Sotavento.

### **3.9.2. Módulo de Desarrollo Empresarial**

En este municipio los artesanos trabajaron de una forma unánime donde las actividades que realizaban en busca de recursos fueron exitosas, ya que con las asesorías recibidas del módulo de emprendimiento pudieron formular y ejecutar su plan de acción en donde también le apostaron a la consecución de clientes.

Los artesanos realizaron con éxito los talleres programados en este módulo, dejando claro los conceptos de asociatividad, de formalización, las formas jurídicas y pasos para crear empresa en Colombia. Se les dio a conocer cuales beneficios que obtendrían en términos del aprovechamiento de sus ventajas comparativas como son: reducir costos, compartir riesgos, aumentar el poder de negociación, acceso a tecnología, calidad, etc.

Por otra parte, miraron la formalización como un factor fundamental en su grupo para poder tener reconocimientos encaminados hacia nuevos negocios, acceso a créditos y las responsabilidades contable, tributaria y jurídica que se deben tener en cuenta para tal efecto.

### **3.9.3. Módulo Producción**

Se trabajó en la producción de Expoartesano 2016 y en la segunda fase de producción para los productos para Expoartesánías 2016. En esta fase se identificaron roles y cadenas de trabajo, a su vez se organizaron comités de diseño y control de calidad.

### **3.9.4. Módulo de Diseño**

Se les explico cada uno de los conceptos sobre producto, línea y colección; se experimentó con un ejercicio para aplicar sus productos en cana flecha a una colección. Entre todos los artesanos diseñaron una línea de productos, aplicando los conceptos aprendidos.

Se realizó la presentación con cada uno de los conceptos de identificación de referentes y un taller de exploración de referentes en la zona, en el cual los artesanos exploraron formas de la naturaleza, y formas geométricas para sacar nuevos referentes para sus



productos. Se manejó el tema del referente como herramienta para el desarrollo de ideas para nuevos productos, los criterios de selección de un Referente, las tipologías de referentes y la metodología de trabajo con referentes.

En el taller de tendencias se realizó una presentación sobre el tema y se realizaron talleres de exploración de conceptos basados en tendencias actuales; con ayuda de revistas y cartulinas los artesanos realizaron mapas conceptuales y collage definiendo una tendencia.



Artesanas. San Andrés de Sotavento. Martín Martínez.

Se trabajaron los siguientes temas:

- a. Concepto de Tendencia.
- b. Ciclos Históricos.
- c. Metodología para construir y captar una Tendencia.
- d. Fuentes de las Tendencias, quien las crea y los aspectos de las Tendencias.
- e. Casos de aplicación de tendencias en la artesanía por categorías de productos



Con ejemplos de productos se explicó los conceptos de Rescate, Mejoramiento, Creación, diversificación y Diseño. En el taller de creatividad se explicaron cada uno de los conceptos, y luego se realizó un taller creativo donde cada artesano diseñó su matriz de



transformación de la materia prima. Para Expoartesanías 2016 se desarrolló una línea de lámparas, accesorios de moda y contenedores para el hogar.

Se hizo la verificación del diseño de producto para ferias y se terminaron de ajustar prototipos que fueron aprobados en el comité de diseño de Cartagena.

### 3.9.5. Módulo Comercial

Se impactó a los dos grupos representativos a nivel artesanal de las comunidades de El Contenido y El Delirio, quienes cultivan y transforman la caña flecha, con la cual se produce el sombrero “vueltaio”. En este entorno se encontró una situación compleja, y es la existencia de intermediarios acaparadores que marcan precios a la materia prima y al producto terminado, siendo ellos los que se quedan con la mayor rentabilidad en el proceso comercial.

Frente a lo anterior se dio una dinámica específica a los talleres, consiguiendo la organización y estandarización de los procesos productivos y comerciales, además del organizativo, que blindará los negocios de los artesanos. Se logró que aprendieran cómo a partir de una estrategia de precios pueden llevar un mejor control de su relación comercial y así mantener el control de la actividad artesanal en lo productivo y en lo comercial.

Quedan los artesanos provistos de herramientas comerciales sustanciales, que garantizan su desenvolvimiento en las diferentes actividades y encausan los flujos de cajas hacia las arcas de los artesanos. Con estos dos grupos se trabajaron los talleres de Decisiones de producto, talleres de estrategias de precio, determinación de canales de distribución, promoción y exhibición de productos y alistamiento evento ferial, y también, por la pertinencia de los productos elaborados y su impacto en el mercado nacional, la capacitación en propiedad intelectual y asociatividad a las comunidades artesanales.



Casa Artesano. El Contenido. San Andrés de Sotavento. Tomada por: Jorge A. Campo Ruz. Junio de 2016.



Salón Cultural El Delirio. San Andrés de Sotavento. Tomada por: Jorge A. Campo Ruz.

### 3.10. Tuchín.

La comunidad artesanal del Resguardo Indígena Zenú concentra su comercialización en gran medida en el municipio de Tuchín, el cual se ha vuelto ícono representativo de la tejeduría en caña flecha de Córdoba y de la tradición indígena Zenú.

Tuchín es un municipio que se destaca a nivel nacional e internacional con respecto a su actividad artesanal y que se ha mantenido a través del tiempo por las tradiciones de la cultura Zenú, ya que esta actividad se desarrolla en el 70% de la población de Tuchín destacándose esta actividad económica en la Región Caribe. Esta práctica es una tradición ancestral propia de la cultura Zenú que ha venido manteniéndose por muchos núcleos familiares, que hoy por hoy se dedican a la cadena productiva de la caña flecha y la cestería a base de iraca. Como segunda actividad económica Tuchín desarrolla la agricultura y la ganadería.

Los servicios públicos básicos que se suministran en este municipio son el gas natural y la energía eléctrica. A la fecha de culminación de este módulo, no se ha establecido aún un sistema de acueducto que garantice la permanencia y el agua apta para el consumo humano en forma permanente. Además, disponen de otros servicios como telefonía, y televisión por cable.

La tendencia religiosa es el cristianismo. La zona cuenta solo con un escenario deportivo para la recreación, además, disponen de la EPS Manexca quien posee una clínica para la atención en salud.

Con respecto al sistema educativo, este municipio cuenta con 12 establecimientos tanto en la zona rural como urbana; a pesar de ello los niveles de analfabetismo llegan al 15% del municipio. En relación a los grupos encontramos que Asomupar está conformado por



aproximadamente 20 mujeres participantes en el módulo de desarrollo humano. Este grupo está conformado por mujeres con edades entre los 18 y 60 años, el nivel educativo no supera la primaria completa. Algo de anotar, es que se observa un déficit en la cuantificación y cualificación de viviendas pues se observa un gran número de hacinamiento en los núcleos familiares del grupo.

### **3.10.1. Módulo Desarrollo Humano**

En este municipio participan dos grupos muy importantes ubicados, uno en la zona rural, vereda la Esmeralda, identificada como Coocañaflacha y el otro grupo en el casco urbano, conocido como Asomuar.

En el grupo Coocañaflacha tenemos un número de participantes de aproximadamente 30 artesanos, cuyas rangos de edades son diversos pues están entre los 17 y los 60 años de edad, los niveles educativos van desde la primaria incompleta que son el 60% de los participantes y el 40 % va hasta secundaria incompleta. Este grupo se caracterizó por que la actividad artesanal se remite a la elaboración del trenzado para su respectiva comercialización en la elaboración de productos a base de esta materia prima.

### **3.10.2. Módulo de Desarrollo Empresarial**

En el municipio de Tuchín las organizaciones de artesanos Asomupart y Coopcañaflacha mostraron mucho interés debido a que los módulos que se iban a desarrollar llenaban sus expectativas.

Se realizaron actividades que permitieron determinar los costos de sus productos, organizar su capital, manejar sus cuentas y separarlas de aquellas relacionadas con las de consumo en su hogar. Así mismo, se trabajaron los conceptos básicos de planeación como instrumento para organizar mejor sus actividades productivas y ser más eficientes en cuanto al manejo de los recursos.

Los grupos de artesanos crearon planes de acción que permitieron mejorar el nivel organizativo, asignándole responsabilidades a cada miembro para generar mayor sentido de pertenencia con la organización y mayor orden en sus acciones. Se destaca que los artesanos cumplieron a cabalidad con las capacitaciones programadas fortaleciendo a sus grupos y logrando identificar debilidades y amenazas para convertirlas en fortalezas y oportunidades en aras de obtener mejores resultados para su organización.



### 3.10.3. Módulo de Producción

Se realizó monitoreo y gestión de la producción para la feria de Expoartesano en la ciudad de Medellín, y durante todo el proceso se adelantaron ejercicios de muestras, acabados, cálculo de cantidades y costo de venta de los productos. Se establecieron 2 grupos productivos para completar la meta, el grupo de ASUMUPAR y el taller guiado por el Sr. Reinel Mendoza.

Se instruyó a los artesanos participantes en el cuidado para obtener buenos acabados y gran calidad en el producto final, la satisfacción de los grupos participantes fue constante y el cumplimiento en cuanto a los pagos resulto motivador durante todo el proceso.



Reunión con las señoras de ASUMAPAR (Mercedes florez). Tuchín, Córdoba. **Tomada por:** Rafael Barreto

Se sostuvo una reunión con la junta directiva del grupo ASUMUPAR para entregarles el valor correspondiente a la producción de tapetes e individuales en cañaflecha. Se verificó la cantidad de trenza producida y del tono tinturado para comprobar la calidad requerida. Con el artesano Reinel Mendoza se desarrolló un prototipo para evaluar los detalles y acabados de los cojines y lograr su aprobación para la feria.



Reunión con las señoras de ASUMAPAR. Tuchín, Córdoba. Tomada por: Rafael Barreto

Se verificó tanto acabados como cantidades de producto con el taller en Tuchín, revisando las muestras y haciendo los correctivos correspondientes para lograr las metas



establecidas. Como parte del plan de producción se capacitó a las artesanas en aspectos de calidad y acabados.

Se aprobó la producción de cojines autorizada por el diseñador líder, haciendo entrega de la producción para la feria, previa evaluación de la calidad de la trenza y del plan de producción para cumplir con la meta solicitada. Para completar la entrega de productos destinada para Expoartesano fue necesario hacerle a los cojines un forro en tela que contuviera el relleno en algodón sintético, los cuales se mandaron a hacer en Sincelejo.



Desarrollo de muestra de cojín. Tuchín, Córdoba y Fabricación de forros para cojines, Sincelejo, Sucre. Tomada por: Rafael Barreto

Se hizo la recepción de los productos para la feria Expoartesano en dos reuniones, con el grupo de ASUMUPAR y con el Sr. Reinel Mendoza, en ambas casos con productos a satisfacción con un preciso inventario y análisis de acabados y calidad.



Entrega de productos ASUMUPAR. Lugar: Tuchín, Córdoba. Tomada por: Rafael Barreto

#### 3.10.4. Módulo de Diseño

El taller con el grupo de ASUMAPAR, fue dictado en las instalaciones de la parroquia Inmaculada Concepción. El grupo se mostró muy participativo y se trataron sin inconvenientes todos los temas contenidos en el módulo.

Se trabajó con el grupo guiado por el señor Reinel Mendoza, se tocaron todos los temas y se trabajaron dinámicas para conocer a fondo a cada individuo que participó en la actividad.



Taller con el grupo de Reinel Mendoza y con señoras de ASUMAPAR. Tuchín, Córdoba. Tomada por: Rafael Barreto

Para la identificación de referentes se desarrolló una ficha desde el producto, además de una actividad para las modificaciones o mejoras en los productos ya existentes. Se hizo también un taller de tendencias quedando claros sus contenidos para los artesanos y se propuso una actividad dinámica de identificación de tendencias.

En el proceso creativo se tocaron dos temas fundamentales, conceptos relacionados con la creatividad y técnicas de creatividad, en los cuales se profundiza en que consiste la creatividad, y cuales son aquellas herramientas que permiten hacer un proceso creativo visto desde la técnica y contexto de la comunidad.

Así mismo se realizó con el grupo ASUMAPAR, explicando los conceptos contenidos en las presentaciones y se coordinó una actividad donde se puso a prueba la capacidad creativa de cada artesano.



Talleres con las señoras de ASUMAPAR, con Coopcañaflacha y con el grupo de Rodrigo Lazaro. Tuchín, Córdoba. Tomada por: Rafael Barreto

En la comunidad de La Esmeralda participaron en conjunto los dos grupos de artesanos (Coopcañaflacha y el grupo de Rodrigo Lázaro) en los talleres de Sensibilización al producto artesanal, tocando temas como el de “producto línea y colección”. Esta



comunidad, conformada por hombres y mujeres entre los 18 y los 55 años, muy activa y con mucho interés en participar en las actividades.

En el taller de Modos de intervención, mediante una charla donde se hizo un breve resumen de los talleres anteriores, se desarrolló una actividad para determinar y poner en marcha el primer acercamiento a aplicar los conceptos trabajados en el desarrollo de productos. Se habló con cada uno de los individuos acerca de sus capacidades y con base en ello se dio un parámetro para que creara una pieza nueva en su oficio, piezas que fueron evaluadas posteriormente. Para el grupo ASUMAPAR se solicitaron pequeñas muestras a cada uno de los miembros del grupo de acuerdo a su oficio (costura o tejeduría) y la intervención se planteó para la innovación.

Con el grupo de La Esmeralda se trabajaron los talleres de referentes y de tendencias, con participación muy activa demostraron su interés en las temáticas impartidas en los talleres. Se trabajaron los contenidos establecidos en la matriz de marco lógico del proyecto, donde se trataron temas sobre cómo aplicar los contenidos trabajados anteriormente al desarrollo de productos además de las directrices establecidas para la fabricación de las piezas para las ferias. Se les dictó un taller de creatividad y se solicitaron muestras con el fin de determinar sus habilidades manuales y creativas. Se abordó el tema de modos de intervención y como organizar de manera estructurada un modelo productivo donde todos los integrantes de la comunidad participen en el proceso. En cuanto a diseño se mencionaron directrices para iniciar el proceso de prototipo.

Se trabajó en la capacidad y calidad del producto trabajado, y se hizo énfasis en los acabados naturales y tinturados tradicionales, a fin de garantizar un producto 100 % artesanal.



Taller con las señoras de ASUMAPAR. Tuchín, Córdoba. Tomada por: Rafael Barreto

Al grupo de ASUMAPAR se le dictó el taller de identidad y definieron detalles sobre los prototipos a desarrollar. El grupo respondió muy bien a los temas impartidos



demostrando interés en hacer los productos como muestras a evaluar para la feria de Expoartesanías en Bogotá a finales de 2016.

Con las señoras de ASUMAPAR se dictó el taller de identidad sin contar con buena participación la comunidad. Fue una reunión dinámica y se mostraron muy participativos. Además se trataron temas específicos del oficio en pro de mejorar ciertas condiciones en sus cultivos y en la recolección de su materia prima.

Con la necesidad de gestionar la producción para Expoartesano, se hicieron los pedidos para la feria, con el señor Reinel Mendoza encargado de fabricar cojines y con el grupo de ASUMAPAR encargado de fabricar individuales y tapetes, a quienes se les entregaron las directrices y se estableció tiempo de entrega de los productos terminados.



Taller con las señoras de ASUMAPAR y Reinel Mendoza. Tuchín, Córdoba. Tomada por: Rafael Barreto

En cuanto al Proyecto OVOP “Fortalecimiento de iniciativa OVOP Sombrero Fino Vueltaio en el Municipio de Tuchín (Córdoba) por medio del fortalecimiento de los componentes de desarrollo Humano, productividad y comercialización” se dio lo siguiente:

- La comunidad ha avanzado en términos de cohesión comunitaria y unidad para dinamizar una voz conjunta que proyecta el desarrollo y avance del oficio de la tejeduría zenú en caña flecha.
- Se hizo acompañamiento constante del Laboratorio al trabajo en campo de los asesores OVOP contratados por Artesanías de Colombia.
- Se participó constantemente en los comités locales y departamentales OVOP, y demás evento que convocó la comunidad alrededor de dicha iniciativa.
- Se apoyó constantemente los procesos de diseño y producción. Y en el marco de lo anterior se hicieron curadurías de producto para la participación del proyecto y la comunidad en Expo Córdoba 2016.



Reunión de articulación con artesanos del Movimiento OVOP. **Tomada por:** Danilo José Vergara Arango. Tuchín, Córdoba

### 3.10.5. Módulo comercial

Se encontró en Tuchín un grupo bastante organizado, con unas connotaciones administrativas y comerciales sólidas y con un acervo en capacitaciones aceptable. Desarrollar los talleres en esta comunidad fue muy fluido y empático, los pre saberes eran muchos y la disertación fue dinámica y constructiva.

Surgieron algunas oportunidades de mejora en sus procesos. Se aportó el establecimiento y las políticas de precio; los canales de distribución también fue algo de mucho impacto para ello, el aprender a comprender la mejor opción de canal les cambio las perspectivas del negocio. Los contenidos trabajados fueron decisiones de producto, talleres de estrategias de precio, determinación de canales de distribución, promoción y exhibición de productos y alistamiento evento ferial.



Talleres con artesanos. Salón Parroquial. Tuchín. Tomada por: Luis Alberto Cruz M

Se deja un grupo con gran empoderamiento a nivel del departamento dada la experticia y el reconocimiento que a nivel nacional tiene estos artesanos.



#### **4. Fortalecimiento Denominación de Origen de la tejeduría en caña flecha**

Dentro del proceso de consolidación comercial desarrollado en las comunidades de Tuchín y San Andrés de Sotavento se incluyó un proceso de fortalecimiento y aprovechamiento de la denominación de origen de la tejeduría en caña flecha, direccionado a mejorar las condiciones comerciales a partir del conocimiento de la importancia de la denominación de origen de un producto.

La denominación de origen es una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación, que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada. Es utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos. La denominación de origen es muy importante para quienes quieren posicionar y proteger sus productos.

En Colombia existen 20 productos protegidos con denominación de origen protegida. El queso Paipa, las Achiras del Huila, el sombrero “vueltaio” de Tuchin y San Andrés de Sotavento, la cerámica de Ráquira, la cestería Guacamayas y el Café de Colombia, son algunos de estos. La Denominación de Origen, que en Colombia es otorgada exclusivamente por la Superintendencia de Industria y Comercio, prohíbe a cualquier persona no autorizada la utilización de expresiones, imágenes o representaciones que reproduzcan o que generen confusión con la denominación de origen o sus características. Lo anterior les da un blindaje a los artesanos de Tuchin y San Andrés de Sotavento frente a productos sustitutos nacionales e internacionales, los cuales abundan en el mercado Colombiano.

Fomentar el uso de las denominaciones de origen como herramienta de posicionamiento y representación del valor agregado que da la tierra y los conocimientos tradicionales, es valioso para los artesanos. Existe un sello de Denominación de Origen Protegida. Este símbolo podrá usarse sobre el producto, en el etiquetado, en los embalajes, en la publicidad, en los establecimientos, en las instalaciones y en la documentación que se utilice para la comercialización y promoción de los productos con esta protección que, además, es signo de garantía de originalidad y, por ende, de protección de los consumidores.



A los artesanos se les explico el porqué de lo anterior y sus beneficios:

- Mejora del bienestar de los consumidores y productores mediante la indicación de calidad.
- Las Denominaciones de Origen, reconocen la relación entre la reputación, la calidad o cualquier otra característica de un producto y su procedencia geográfica. Los productos presentan características únicas que se identifican y protegen mediante la Denominación de Origen.
- Esta protección les confiere el derecho de uso exclusivo a los productores de una región delimitada que cumplan con los procedimientos de producción y su reconocimiento jurídico les proporciona un mecanismo de exclusión que impide la usurpación de la reputación del producto.
- Por esta razón también es un instrumento que identifica la calidad de los productos y arma la reputación vinculada a la zona geográfica con todos los factores que intervienen, resulta cada vez más importante en lo que se refiere a la protección del consumidor y del productor.
- Mejora del acceso al mercado a través de la diferenciación y la creación de valor.
- Esta herramienta de protección ofrece a los productores una valiosa oportunidad de crear mercados especializados diferenciados por territorio.
- Las Denominaciones de Origen aprovechan los recursos locales y convierten el territorio en un atributo. En los casos en los que el territorio asume las características de un atributo y se crea un vínculo entre el lugar de origen y la calidad del producto, el origen se convierte en la base sobre la que se establece la diferenciación.
- Las Denominaciones de Origen podrán utilizarse como una valiosa herramienta de diferenciación, con lo que se eliminará la competencia de productos similares producidos en cualquier otra parte y se mejorará el acceso al mercado para los productores con derecho a utilizar la designación. Al mejorar el acceso al mercado, las indicaciones geográficas pueden generar mayores ingresos mediante el incremento del volumen de productos vendidos.
- Fomento del desarrollo rural.
- Las Denominaciones de Origen se constituyen en una base jurídica y comercial para el desarrollo de áreas rurales, la conservación del patrimonio cultural así como para la promoción de pequeñas y medianas empresas en el contexto de las economías rurales.
- La seguridad jurídica que se crea mediante la protección de la Denominación de Origen puede producir un aumento de las inversiones y del valor de la tierra y



puede afectar positivamente el desarrollo rural en aspectos como el empleo, el agroturismo y el entorno.

- Asimismo, cabe señalar que la fabricación de productos con Denominación de Origen no sólo representa una actividad económica, sino también una importante expresión cultural de las comunidades locales.
- Preservación de la biodiversidad y de los conocimientos tradicionales (indirectamente).
- En muchas Denominaciones de Origen, los atributos de los productos surgen de los usos tradicionales transmitidos a través del tiempo, por lo tanto, este derecho de propiedad intelectual podría contribuir a la preservación de los conocimientos tradicionales.

Además de mostrarles sus beneficios, también se les indicó que deben presentar para que se les otorgue la protección a la Denominación de Origen:

- a. Quienes soliciten la protección, demuestren el legítimo interés que les asiste para ello, por tratarse de las asociaciones o las entidades constituidas para ello por los productores, elaboradores, transformadores o extractores, o de las autoridades estatales, departamentales o municipales.
- b. Que el nombre del lugar geográfico sea conocido por razón de los productos especiales que de él provienen y que por ello, cuando los consumidores escuchan ese nombre, de inmediato lo asocian con el producto.
- c. Que esas características que hacen que los productos sean especiales se deban a:
  - Las calidades, reputación, tradición y demás condiciones que lo hagan especiales tales como el clima, características de la tierra, etc.
  - Los factores humanos y naturales que inciden en dichas calidades, tales como la forma como los artesanos o productores cultivan, producen o fabrican los productos, sea muy propia de ellos y los hagan muy especiales, de manera que dieran de los demás de su clase.
- d. Que exista una justificación que explique el vínculo entre el lugar geográfico y las calidades, reputación, tradición y demás condiciones del producto así como los factores humanos y naturales.

Para solicitar la Declaración de Protección de las Denominaciones de Origen junto con la delegación de la facultad para autorizar el uso, se debe estar constituidos como asociación o persona jurídica alguna de la cual hacen parte los productores,



elaboradores, extractores o transformadores, o una combinación de cualquiera de las anteriores, de los productos que se presenten amparar, demostrando el legítimo interés que les asiste para ello. Así mismo, también podrán solicitar la protección las autoridades estatales, departamentales o municipales, tratándose de productos de sus respectivas circunscripciones.



## 5. Proyecto Sur de Córdoba

### 5.1. Resumen del proyecto

El proyecto “Fortalecimiento de la competitividad y el desarrollo de la actividad artesanal en Montelíbano, Puerto Libertador, San José de Uré, Tierralta y Valencia – Fase II” se formuló para atender, en su Fase I y Fase II a 308 artesanos pertenecientes a 10 organizaciones relacionadas en la Tabla 1, identificadas por Colombia Responde. En la Fase I estos artesanos fueron identificados y el levantamiento de línea base de los 308 artesanos beneficiarios del proyecto se realizó en la Fase II en el primer semestre de 2015.



Municipios beneficiarios Py-Sur de Córdoba

Municipio	Organización	Beneficiarios	Actividad	Lugar de Capacitación
TIERRALTA (46)	SICUMA	18	Calzado	Cabecera
	Resguardo Caragabi/Emberaneca	28	Chaquira	Cabecera
VALENCIA (39)	APINCIVAL	20	Totumo, Bordado	Cabecera
	Desplazados Urra	19	Chaquira	Cabecera
SAN JOSÉ URÉ (50)	Cabildo Unión Matoso	50	Caña Flecha	<b>Campo</b>
MONTELIBANO (77)	REMADESJ (Mujeres Afro)	42	Bordado, Totumo	Cabecera y <b>campo</b>



	Calzado Nazaret	35	Zapatos Totumo	Cabecera
PUERTO LIBERTADOR (96)	Asociación Microempresarial de Mujeres Emprendedoras de Puerto Libertador.	22	Marroquinería	Cabecera
	Mujeres Unidas Por Amor A Puerto Libertador	24	Bolsos, cestería en iraca, Totumo	Cabecera
	Cabildos Indígenas	50	Chaquira	<b>Campo</b>
TOTAL		308		

Fuente: Colombia Responde y construcción propia

**Tabla 1.** Número de beneficiarios por Municipio, Organizaciones y Oficios

En el municipio de Tierralta se encuentra el grupo “Ébéra Neka” es una asociación de mujeres indígenas artesanas de la etnia Embera Katío del Alto Sinú dedicadas a la elaboración de artesanías tradicionales en sus costumbres como la bisutería tejida con chaquiras. Además, están incursionando en la mezcla con metales y piezas de joyería. Vienen trabajando conjuntamente desde el año 2013 en la búsqueda de oportunidades para posicionar sus productos en el mercado y de esta manera generar empleos de manera directa a las mujeres y adultos mayores de la comunidad Embera Katio de la zona. La asociación está conformada por 28 artesanas, una sede artesanal propia ubicada en el casco urbano de Tierralta; donde tienen acondicionada una sala de exhibición de todos los productos que ofrecen, y además un espacio dotado para el desarrollo de talleres y capacitaciones, el cual funciona como centro de manufactura, con equipos y herramientas para la transformación de piezas de metal y demás elementos propios para la elaboración de accesorios en chaquira.

### 5.2. Módulo de Producción

- Se hicieron diagnósticos técnicos de los procesos productivos de los oficios artesanales de las comunidades.
- Transferencia tecnológica de herramientas y maquinarias en las comunidades.
- Mejoramiento de técnicas en los oficios de tejeduría, carpintería y frutos secos.

### 5.3. Módulo de Diseño

- Se hicieron asesorías en diseño con los grupos artesanales, generando nuevas propuesta de diseño.



- Se desarrollaron más de 35 referencias de producto, desde procesos de diseño, diversificación y/o curaduría.



Productos desarrollados para feria en el Proyecto Sur de Córdoba. **Tomada por:** Yury Alejandra Cuarán Bedoya. Montería.

#### 5.4. Módulo de Comercialización

- Participación en eventos feriales nacionales: Expoartesano 2016, Expoartesánías 2016.
- Participación en evento ferial regional: Feria Ganadera 2016



## 6. Eventos Feriales

### 6.1. Feria Nacional de la Ganadería de Montería

En el marco del proyecto Sur de Córdoba se desarrolló una provechosa participación en la Feria Nacional de la Ganadería de Montería 2016, la feria cultural y comercial más importante en el Departamento de Córdoba, en el contexto de las fiestas de la capital del departamento y el cumpleaños de creación de Córdoba.

La participación ferial fue exitosa con motivo de que en 3 días de exhibición de productos artesanales se vendieron \$5.500.000 pesos, lo cual constituye un buen resultado, en efecto de ser la primera participación a la que asistían la gran mayoría de las comunidades artesanales de la que provenían los productos.



### 6.2. Expoartesano La Memoria 2016

Para la feria Expoartesano La Memoria 2016 en la ciudad de Medellín (Antioquia) se contó con la exhibición de productos todos los proyectos anteriormente mencionados, con diversas referencias de productos artesanales que ascendieron a más de 83 referencias, en distintos oficios artesanales.



**Descripción:** Stand Laboratorios en Expoartesano 2016. **Tomada por:** Diego Luis García Estefan  
**Lugar:** Plaza Mayor, Medellín (Antioquia), Colombia.



El stand institucional de la Región Caribe, donde se exhibieron dichas referencias, fue uno de los que más vendió entre los stands institucionales de regiones y laboratorios; adicionalmente los productos de Córdoba fueron los más vendidos durante la feria con respecto a la región Caribe.

### 6.3. Expo Córdoba 2016

La feria Expo Córdoba 2016 considerada un evento de positiva relevancia en el entorno empresarial del departamento se desarrolló del 17 al 20 de Noviembre en el Centro de Convenciones de la ciudad de Montería (Córdoba).



**Descripción:** Stand Proyecto Regional en Expo Córdoba 2016. **Tomada por:** Diego Luis García Estefan  
**Lugar:** Centro de Convenciones de Montería, Córdoba

Si bien se recibieron buenos comentarios de parte de los visitantes a la feria sobre los productos llevados a exhibición, las ventas se vieron afectadas por la poca asistencia de público a la feria por ser días muy lluviosos en Montería.

### 6.4. Expoartesanías 2016

La participación de la artesanía de Córdoba en Expoartesanías 2016, en Bogotá D.C., se hizo tanto en el stand de la Región Caribe como en stands individuales de las comunidades y artesanos independientes.



Para el stand se diseñaron textos alusivos a la Región, que en este caso decía: “Bañada por aquel mar que une a las américas se expanden playas, campos, sabanas, montañas, ciénagas y ríos que componen la más amplia pluralidad cultural y étnica sobre el litoral norte colombiano, la región Caribe. La esencia viva de sus tradiciones constituye el alma de objetos artesanales elaborados en el Atlántico alrededor de la vistosidad y colorido de sus carnavales; en Bolívar en torno a la excelencia del tejido de la filigrana y de la hamaca, la música de la gaita y la tambora; en Córdoba a semejanza de la majestuosidad y productividad de sus ciénagas y un raudo río Sinú, de los cuales brotan trenzas en caña flecha y amasijos de barro; y en Sucre desde sus sabanas tejidas en caña flecha, bajo un sol alucinado en hilos de hamaca que se hinca sobre el esplendor de los montes y el silencio del vientre del golfo.”

También para cada departamento que en el caso de Córdoba fue: “Así como fluyen las majestuosas aguas del caudaloso río Sinú fluyen a su vez de generación en generación los oficios y técnicas artesanales heredadas de padre a hijo y así sucesivamente los cuales hoy son muestra del talento y la riqueza cultural que predomina a lo largo del Departamento de Córdoba, las aguas del río Sinú y de la ciénaga grande del bajo Sinú son referentes de inspiración donde las experiencias vividas alrededor de estos se transforman en alucinantes y hermosas piezas artesanales con el sello de un pueblo que valora sus recursos y constituye un legado que traspasa siglos y mantiene viva la memoria de quienes construyeron con sus propias manos tejiendo, amasando y tallando la valiosa cultura cordobesa, tal como hoy la conocemos. Desde la frutera en el comedor de la casa familiar, la cuchara de totumo que le da un mejor sabor a las comidas, el plato de barro donde se sirve el mejor sancocho de bocachico, hasta el sombrero vueltiao que protege del sol a quienes trabajan nuestras mágicas tierras, pasan por nuestra memoria y realzan nuestra identidad con la misma fuerza como fluye el Sinú.”

Allí se exhibieron productos de todos los proyectos mencionados, con más de 167 referencias de productos artesanales.

La feria en términos generales superó las metas de ventas del año inmediatamente anterior y los stands institucionales hicieron grandes aportes a ello. Desafortunadamente, por inconvenientes de logística del sector comercial de la empresa, los productos de Córdoba fueron llevados al stand de Laboratorios Región Caribe el noveno (9º) día de feria, y aun se esperan saber los números finales de ventas de dicho stand para conocer qué se logró vender en los pocos días de feria en los que se exhibieron.



## 7. Logros

- Motivación de las personas participantes e identificación de metas a corto y largo plazo relacionadas con la actividad artesanal.
- Mayor cohesión grupal en la mayoría de los grupos participantes – Participación activa en los talleres.
- Lograr la construcción de planes de vida que permiten visualizar un futuro a los participantes y mayor direccionamiento en sus proyectos de vida con la resolución de conflictos comunitarios
- Aproximación, sensibilización y negociación para la implementación y montaje del Laboratorio de Diseño e Innovación y la formulación de tres (3) proyectos regionales, selección de operadores y adjudicación de recursos. Además del acompañamiento a dos (2) proyectos más como OVOP y Pueblos indígenas, con la asociación Arte Zenú.
- Promoción y divulgación de la presencia institucional de Artesanías de Colombia en el territorio ante la comunidad artesanal y los entes territoriales.
- Participación exitosa en Expoartesanías 2015 en el Stand Región Caribe con más 120 piezas, causando gran impacto de tradición y renovación en términos de diseño.
- Desarrollo y ejecución directa satisfactoria del Convenio ADC-2015-229 con la Alcaldía de San Antero, con resultados positivos para la comunidad incluida la participación exitosa en Expoartesanías 2015 con venta total de todos sus productos con excelente aceptación de la calidad de su técnica.
- Promoción de las tradiciones artesanales de Córdoba por medio de la participación de artesanos cordobeses en varias ferias internacionales en Estados Unidos.
- Los artesanos reconocieron las implicaciones y los beneficios de ser formal, asociarse, bancarizarse, así como los momentos y las formas adecuadas y aplicaron los procesos y requisitos para formalizarse y bancarizarse, solucionando conflictos del grupo.



- Los artesanos de varias comunidades identificaron y dispusieron de herramientas tecnológicas para realizar su labor.
- Los artesanos aplicaron la reducción de los costos de producción, separando las cuentas del hogar con las de la unidad productiva, aplicando los conceptos básicos de planeación como instrumento de organización y asignación de recursos.
- Los artesanos evidenciaron la necesidad de implementar estrategias de precios y aplicaron el análisis de los costos en búsqueda de precios estratégicamente competitivos.
- Los artesanos conocen las diferentes estrategias de precios, saben identificar los costos fijos y variables, así como el margen de contribución.
- Los artesanos de las comunidades de Tuchín y San Andrés de Sotavento conocieron la importancia y los beneficios de la denominación de origen y saben cómo solicitar la Declaración de Protección de las Denominaciones de Origen junto con la delegación de la facultad para autorizar el uso.
- Los artesanos evidenciaron la necesidad de desarrollar nuevas piezas aplicando innovación y pertinencia del mercado.
- Los artesanos beneficiarios aprendieron a identificar el mejor canal de distribución de sus piezas, así como empaçar sus productos para dinamizar su venta y a reconocer estrategias de merchandising, aplicando estrategias de exhibición en el punto de venta.
- Las temáticas empleadas en las orientaciones de los artesanos fueron interesantes y motivantes ya que permitió conocer y dejar claro los conceptos de asociatividad, los pasos para la creación y formalización de una empresa en Colombia.



## 8. Limitaciones y dificultades

- El desinterés de los jóvenes para desarrollar oficios artesanales, debido a las transformaciones sociales y tecnológicas de los últimos años.
- El trabajo artesanal subvalorado por los mismo artesanos que hace necesario incentivar e insistir en la innovación del producto artesanal.
- La producción artesanal es una fuente de ingresos inestable, por la falta del establecimiento de unos canales de ventas fijos y/o estables.
- La escasez de algunas materias primas para la producción artesanal, o dificultades en el acceso a la materia prima.
- La pérdida en la tradición y la falta de valoración del proceso productivo artesanal.
- Existe baja comercialización y rotación de productos artesanales, en la mayoría de los oficios artesanales identificados en el departamento.
- Falta compromiso institucional desde el sector público para atender las problemáticas del sector artesanal de Córdoba.
- El componente humano de las comunidades artesanales está muy disperso, el manejo discrecional que le dan al tema de precios es ambiguo y poco efectivo; las cualidades y capacidades en el manejo de las estrategias sugeridas son óbice para el logro de los objetivos. Mejorar la fundamentación sistemática de estas comunidades es necesario.
- Los ambientes no fueron los mejores para desarrollar el trabajo de fortalecimiento.
- La poca o nula información documental en algunos casos, limito el análisis de casos y la construcción de las estrategias de precios.
- La desorganización de los diferentes grupos de artesanos no permite garantizar el éxito en la Denominación de Origen aunado al desconocimiento del tema.



- Creencias erróneas sobre la institucionalidad de las entidades encargadas por dificultades en los proyectos que participaron con anterioridad.
- Desintegración de algunos grupos participantes y grupos de los municipios no correspondientes a las estadísticas reales.
- Municipios con técnicas diversas que conduce a fragmentación de grupos y genera dificultad para el desarrollo de talleres.
- El tiempo de ejecución de los proyectos limita la realización de procesos como el Plan de acción, lo cual supone trabajar contra reloj para dar cumplimiento a las diferentes tareas de los componente de desarrollo humano.
- Los artesanos de los diferentes municipios de Córdoba a pesar de tener vínculos asociativos con alguna entidad, se mostraron al inicio de las asesorías con bajo nivel organizacional donde predominaba el individualismo como resultado de los resentimientos personales y la falta de sentido de pertenencia, lo que generó desmotivación y baja visión hacia la formalización de su empresa.
- Los grupos formalizados delegan toda la responsabilidad a la Junta Directiva. Tienen dificultad para dividir el trabajo, generando una actitud reacia a la acción organizada de la comunidad, incidiendo en la producción y al desarrollo tecnológico de estas organizaciones.
- Los artesanos utilizan sus propios medios de producción, en algunos casos medios obsoletos o rudimentarios, y en muy pocos casos usaban la tecnología por falta de conocimiento, situación que tiene ventajas y desventajas; el proceso tradicional es valorado por el turismo por ser patrimonio histórico, pero por otro lado los costos de producción se han incrementado, lo cual los hace poco competitivos en el mercado nacional e internacional.
- Para el aprovechamiento del recurso tanto económico como humano destinado a la atención de las comunidades, se hace necesario que la selección de la población a impactar tenga un mínimo de conocimientos estructural del tema a impartir.
- La dedicación de los procesos de innovación y de planeación estratégica, pese a que algunos están ya organizados carecen de plataforma estratégica, que le permita servir



de guía. Los indicadores de gestión comercial se deben construir para poder medir dicha actividad.

- La atención al cliente es débil, el conocimiento del mercado en sus diferentes variables es otro aspecto por mejorar. El conocimiento en el manejo de redes sociales y el mundo web se hace imperativo, en el mundo actual vender online es una necesidad.



## 9. Recomendaciones y sugerencias

- Generar y dinamizar los procesos asociativos en las comunidades artesanales.
- Proyectar el negocio a través de planes bien estructurados.
- Promover la sostenibilidad ambiental, para disminuir los impactos negativos que genera la falta de acceso fácil y legal de las materias primas.
- Es necesario abrir nuevos canales de ventas, para posicionar todas las artesanías cordobesas.
- Es necesario gestionar nuevos clientes y promover el cierre de nuevos negocios, en todos los oficios artesanales mapeados en Córdoba.
- El proyecto del Taller de Joyería de Ciénaga de Oro necesita de un impulso en la parte de comercialización del producto, es imperioso apoyar la generación de clientes y nuevos negocios para de verdad rescatar el oficio.
- Se recomienda incentivar la conformación de asociaciones, con lo cual se puede conseguir mejores oportunidades en el manejo de precios así una mejor organización de la información también es necesaria para solicitar la Declaración de Protección de las Denominaciones de Origen junto con la delegación de la facultad para autorizar el uso.
- Se recomienda asesoría y acompañamiento permanente a los grupos de artesanos en el tema de precios, que apoye a que estos talleres no sean efímeros y por el contrario marquen tendencia en ellos.
- Se recomienda asesoría y acompañamiento permanente a los grupos de artesanos de Tuchin y San Andrés de Sotavento en materia de ADN artesanal, que permita fortalecer la identidad de estos pueblos.
- Articulación con el sector turístico que permita generar un fortalecimiento en políticas, programas o proyectos que establezcan una relación más cercana entre estos dos sectores (cultura-turismo).



- Proponer al sector de educación formal, programas educativos acordes a la actividad artesanal para así hacer un buen aprovechamiento del conocimiento de esta población con mayor intervención desde el punto de vista psicosocial y comunitario.
- Es necesario generar programas formación y capacitación de forma continua. Los artesanos sugieren que después de culminado el proyecto se les siga brindando acompañamiento tanto al proceso organizativo, como al comercial, dándoles participaciones en eventos feriales tanto nacionales como internacionales.
- Proponen que en un próximo proyecto se profundice en temas relacionados con formulación y evaluación de proyectos.
- Se recomienda incentivar la creación de Clúster para mejorar el fortalecimiento del sector, así como su capacidad de negociación y por ende de colocación.
- Se recomienda asesoría y acompañamiento permanente a los grupos de artesanos en el tema comercial y de mercadeo con talleres que marquen tendencia.
- Organizar a los artesanos de manera regional, en asociaciones de artesanos y asociación comercializadora de artesanías, para así blindar a los productores en todos los momentos de la producción y comercialización; con ello se busca que el beneficio quede en manos de las familias de los artesanos y no se vaya para los acaparadores e intermediarios no artesanos. Proponen que se construya una red de artesanos del departamento de Córdoba donde los tengan en cuenta para pedidos de productos artesanales.
-



## 10. Conclusiones

- El Laboratorio de Diseño e Innovación de Córdoba ha logrado posicionar y mejorar la imagen de Artesanías de Colombia S.A. en el territorio del Departamento de Córdoba, con presencia institucional constante, el acompañamiento y asesoría siempre disponible para la comunidad artesanal.
- La ejecución de varios proyectos por el territorio en simultánea, generó la sensación de interés, capacidad e intenciones reales de fortalecer el sector y ayudar en las necesidades de las comunidades artesanales.
- La amplitud del portafolio de servicios de Artesanías de Colombia, genera posibilidades para los artesanos con la presencia en las regiones, pero complejiza la respuesta inmediata de los equipos del territorio por el reducido número de recurso humano.
- La gestión de recursos de inversión en Córdoba para el sector artesanal se torna complicada debido a la difícil realidad social del departamento, siendo el segundo departamento a nivel nacional, después de Chocó, en índices de pobreza y pobreza extrema, y se registran muchos déficit en términos de cubrimiento de salud, educación, saneamiento básico, por causa y efecto del conflicto armado, el desplazamiento forzado, y el desempleo, entre otras dificultades, razón por la cual se direccionan todos los esfuerzos y recursos de inversión del sector público hacia estos asuntos prioritariamente.
- Se encuentran gobernantes a quienes no le interesa el fortalecimiento del sector, porque consideran que no genera impacto en términos políticos y electorales, por lo tanto los recursos que invierten en el sector suelen ser nulos o muy pocos.
- En entidades públicas donde se destinan recursos para el sector artesanal, generalmente son concentrados en términos de promoción, exclusivamente en eventos feriales
- Al hacer un análisis inicial, se encontró una diversidad de costumbres que chocaron con los conceptos técnicos y administrativos del manejo del fenómeno estudiado; fue así como se partió con talleres de mejoramiento sistemático de las condiciones de los



artesanos de estos municipios. Se encontró comunidades de artesanos a los cuales no les interesaban los talleres de formación, lo cual fue una barrera para desaprender y comenzar a construir un contexto y un futuro diferente comercialmente y administrativamente hablando.

- En cuanto al saber hacer se encontró una gama de piezas, que si bien tenían gran elaboración, carecía de performance lo cual se configuraba en un óbice para penetrar en mercados especializados. La resistencia al cambio fue una variable más a superar para la consecución de los objetivos estructurales y sociales, que con los talleres de innovación y sensibilización se pudieron superar, a pesar de la resistencia permanente de algunos artesanos.

- Se encontró en algunos grupos a los que les falta tecnificación en sus procesos que les permita desarrollar un mayor número de piezas en el menor tiempo posible, con menor costo y por ende a una mayor rentabilidad.

- Se consiguió fortalecer la competitividad a partir de la comercialización, construyendo herramientas de dinamismo comercial que garantizaran una rotación mayor de las piezas elaboradas por los artesanos.

- Frente a lo que se encontró en la población impactada, queda una importante categorización comercial basada en planeación, innovación, proyección y análisis del mercado, que va a redundar en el crecimiento y mejoramiento de las condiciones de la población artesanal.



## Glosario

Glosario de conceptos utilizados para la explicación de los artesanos en los diferentes talleres y asesorías.

**Tendencia:** todo cambio que se genere y altere un estilo de vida. Las Tendencias: es un cuando se generan un cambio.

las fuentes de las Tendencias: son los medios de consumo masivo, la televisión, la internet. quien las crea: todos los seres humanos creamos tendencias día a día.

Referente: : Es aquello que se toma como inicio en el proceso de diseño

los criterios de selección de un Referente: algo que sea representativo y tenga un valor.

Producto: Todo aquello que se pueden ver, observar, que tiene precio, que cumple una función.

**Artesanía:** Es un producto que se hace con las manos con la materia prima y tiene un significado cultural, tiene una identidad.

**Manualidad:** Es un producto o trabajo manual que se hacen con las manos pero no tiene un significado. Un ejemplo claro son los trabajos que realizaron los niños en el colegio.

Arte: Es el medio por el cual expreso mis conocimientos, dotes, cualidades. Manufactura: proceso por el cual se hacen los productos industriales, esta tarea es realizada por las maquinas.

**Producto Industrial:** es un producto realizado con máquinas no con las manos.

**Fab Lab:** proceso por el cual se hacen productos, y son dirigidos por ordenadores

**Identidad:** Conjunto de rasgos o características de una persona o cosa que permiten distinguirla de otras en un conjunto.

**Cultura material:** toda evidencia tangible que diferencie una comunidad de otra

**Origen:** de donde proviene algo, donde nace algo.

**Función:** para lo que sirven un producto



**Diseño:** es una Actividad creativa que tiene por fin proyectar objetos que sean útiles y estéticos

**Innovación:** Es cambiar las cosas introduciendo novedades o cosas nuevas a un mercado

**Oficio:** Actividad laboral habitual, lo que hago diariamente y domino.

**Técnica:** es la especialidad del oficio, en lo que una persona tiene habilidad.

**Producción gráfica :** todo aquello que implica un proceso creativo de creación de marca o producto, dándole un plus a el producto.

**Empaque:** una pieza que protege un producto, que me permite transportarlo de manera cómoda y eficientemente.

**Precio:** el valor monetario que se le da un producto

**Valor percibido:** es el valor significativo o personal que una persona le puede dar a un producto, muchas veces el valor es sentimental.

**Set :** Conjunto de utensilios que tienen una finalidad común o están relacionados entre sí.

**Líneas de producto,** varios productos relacionados entre sí pero de forma individual. Una línea puede comprender productos de varios tamaños, tipos, colores, cantidades entre otros.

**Colección** Conjunto de cosas de la misma clase reunidas por afición o interés y clasificadas.

**Categorías** Las categorías te permiten clasificar tus productos de forma que se puedan agrupar productos similares en los listados, así el consumidor o cliente puede encontrar los productos más fácil en una tienda.



## **Bibliografía**

Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2013). El plan de marketing en la practica (18 ed.). Madrid, España: Esic.

Mora, F., &Schupnik, W. (2001). El Posicionamiento: La guerra por un lugar en la mente del consumidor. HTwalter. schupnik@ aig. comTH.

INSTITUTO PARA EL DESARROLLO DEL CESAR, brújula del emprendimiento rural, contabilidad. INSTITUTO PARA EL DESARROLLO DEL CESAR, brújula del emprendimiento rural, mercadeo y calidad artesanasdecolombia.com.co/