



FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD  
ARTESANAL EN EL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO, FASE 4 – 2018”

Convenio interadministrativo No 0110\*2018\*0000108 suscrito con el Departamento del Atlántico.

**Fortalecimiento de la competitividad y el desarrollo de la actividad artesanal en el  
departamento del Atlántico: Informe final**

Laboratorio de Diseño e Innovación del Atlántico

Artesanías de Colombia  
Barranquilla, Diciembre de 2018



## **Créditos Institucionales**

### **Artesanías de Colombia S.A**

Ana María Frías Martínez – Gerente General

Jimena Puyo Posada - Subgerente de Desarrollo

Pedro Felipe Perini Guzmán – Coordinador de la Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

### **Gobernación del Atlántico**

Eduardo Verano De La Rosa – Gobernador del Departamento del Atlántico

Anatolio Santos Olaya – Secretario de Desarrollo Económico

Jaime Blanco Cáceres – Subsecretario de Gestión Empresarial de la Secretaría de Desarrollo Económico

### **Equipo de Trabajo:**

Martha María Páramo Soto – Enlace Departamental Laboratorio de Diseño e Innovación Atlántico

Gisella Paola Rivera Ocampo – Contratista Proyecto

Paola Andrea Bayona Arengas – Contratista Módulo de Desarrollo Humana y Emprendimiento

Fernando Mario Dangond Arteta – Contratista Módulo de Diseño y Producción

María Elena Uribe Vélez – Contratista Módulo de Diseño y Producción

Wendy Loraine Florián Pacheco – Contratista Módulo de Diseño y Producción

Martha Cecilia De La Hoz Castillo - Contratista Modulo Comercialización



## Resumen

El proyecto enmarcado en el Convenio interadministrativo suscrito entre Artesanías de Colombia y el Departamento del Atlántico tiene como objetivo principal la promoción y apertura de oportunidades comerciales de los grupos artesanales con mayor capacidad instalada en los municipios de Galapa, Usiacurí, Luruaco, Polonuevo, Tubará, Suan, Puerto Colombia y Soledad, así como fortalecer, dar sostenibilidad a la actividad artesanal, incluyendo a los maestros artesanos y visibilizar los valores de los oficios tradicionales de las artesanías emblemáticas del Departamento, en contextos comerciales justos y responsables socialmente.

En el Municipio de Galapa se priorizaron los oficios de Talla en madera y papel maché, en Usiacurí: Tejeduría en Palma de Iraca, Luruaco: Tejeduría en Enea, Polonuevo: Talla en madera, Tubará: Talla en totumo, Suan: Cestería y talla en madera, Puerto Colombia: Talla en madera, Soledad: Talla en madera y papel maché, se atendieron en total 276 artesanos, obteniendo 25 líneas de productos con gran aceptación en Expoartesanías.



## Tabla de contenido

<b>Introducción .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Cobertura .....</b>	<b>7</b>
<b>2. Objetivos .....</b>	<b>9</b>
<b>3. Módulo de desarrollo humano y emprendimiento .....</b>	<b>10</b>
<b>3.1 La empresa artesana .....</b>	<b>17</b>
<b>3.2 Sostenibilidad del negocio artesanal .....</b>	<b>19</b>
<b>3.3 Planes de negocio .....</b>	<b>26</b>
<b>4. Módulo de Producción .....</b>	<b>32</b>
<b>4.1. Misión técnica a Fúquene .....</b>	<b>32</b>
<b>4.2. Caracterización de la cadena de valor en el sistema productivo .....</b>	<b>39</b>
<b>4.3. Mejoramiento de procesos y técnicas .....</b>	<b>40</b>
<b>4.5. Gestión para la producción: Producción piloto y planes de producción..</b>	<b>43</b>
<b>5. Diseño .....</b>	<b>45</b>
<b>5.1. Sensibilización al diseño y al producto artesanal .....</b>	<b>45</b>
<b>5.2. Patrimonio material e inmaterial .....</b>	<b>45</b>
<b>5.3. Innovación y Diseño .....</b>	<b>48</b>
<b>5.4. Dinámica del mercado.....</b>	<b>53</b>
<b>5.5. Proceso Creativo.....</b>	<b>53</b>
<b>5.6. Diseño y desarrollo de la presentación comercial.....</b>	<b>58</b>
<b>5.7. Asesorías Puntuales .....</b>	<b>61</b>
<b>5.8. Programa Maestro Artesano .....</b>	<b>65</b>
<b>6. Módulo de Comercialización.....</b>	<b>69</b>
<b>6.1. Políticas de Desarrollo.....</b>	<b>69</b>
<b>6.2. Metodología Módulo Comercial.....</b>	<b>71</b>
<b>6.2.1. Objetivos del Mapa Comercial: .....</b>	<b>71</b>
<b>6.1.2. Características del Mapa Comercial.....</b>	<b>71</b>
<b>6.3. Planteamiento Del Problema (Departamentos). .....</b>	<b>72</b>
<b>6.3.1 Contexto Socio geográfico.....</b>	<b>72</b>



<b>6.4</b>	<b>Análisis general de fiestas importantes por departamento .....</b>	<b>73</b>
<b>6.4.1</b>	<b>Atlántico .....</b>	<b>73</b>
<b>6.4.1.1</b>	<b>Fiestas del Departamento del Atlántico para Artesanos.....</b>	<b>74</b>
<b>6.4.2.</b>	<b>Bolívar .....</b>	<b>75</b>
<b>6.4.2.1</b>	<b>Fiestas del Departamento de Bolívar para Artesanos.....</b>	<b>76</b>
<b>6.4.3</b>	<b>Córdoba.....</b>	<b>77</b>
<b>6.4.3.1</b>	<b>Fiestas del Departamento de Córdoba para Artesanos .....</b>	<b>79</b>
<b>6.4.4.</b>	<b>Sucre .....</b>	<b>79</b>
<b>6.4.4.1</b>	<b>Fiestas del Departamento de Sucre para Artesanos.....</b>	<b>81</b>
<b>7.</b>	<b>Oras Actividades.....</b>	<b>85</b>
<b>8.</b>	<b>RESULTADOS .....</b>	<b>87</b>
<b>9.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>88</b>
<b>10.</b>	<b>LIMITACIONES Y DIFICULTADES.....</b>	<b>91</b>
<b>11.</b>	<b>RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS .....</b>	<b>92</b>
<b>12.</b>	<b>GLOSARIO .....</b>	<b>95</b>
<b>13.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>96</b>



## LISTAS ESPECIALES

Tabla 1. Municipios atendidos en el proyecto.....	9
Figura 1. Etapas del módulo de emprendimiento.....	12
Tabla 2. Unidades asesoradas para el Plan de Negocio.....	14
Tabla 3. Asistentes Taller Estructura de Costos.....	15
Tabla 4. Asistentes Taller Modelo de Negocio .....	18
Tabla 5 Asistentes a taller de diseño .....	33
Grafico 1. Relación de fiestas con artesanos en Atlántico.....	44
Grafico 2. Fiestas con y sin artesanos en Bolívar.....	46
Grafico 3. Fiestas en las que no están incluidos los artesanos.....	48
Grafico 4 Relación de fiestas con artesanos en Sucre.....	50



## Introducción

La formulación de este proyecto responde al fortalecimiento de la actividad artesanal de los municipios priorizados, a través de actividades de asistencia técnica desarrolladas por Artesanías de Colombia S.A, mediante el Laboratorio de Diseño e Innovación de Atlántico. El presente proyecto es una nueva fase de fortalecimiento dando continuidad al siguiente nivel de actividades ejecutadas en el 2017.

Con la realización de este proyecto se dio continuidad con la articulación de acciones, actores y recursos locales en función del fortalecimiento integral de la cadena de valor de la actividad artesanal del departamento, propiciando condiciones de desarrollo económico, social y cultural en los municipios de Polo Nuevo, Galapa, Soledad, Usiacurí, Luruaco, Puerto Colombia, Tubará, y Suan, fortaleciendo competencias como: la técnica, el concepto y la proyección comercial; las cuales se comienzan a trabajar con la sensibilización del artesano en diseño y conceptos estéticos, salvaguardando sus tradiciones y referentes identitarios.

Para ello, se brindó a los diferentes agentes involucrados en cada eslabón de la cadena la asistencia técnica especializada, la información para la toma de decisiones, las asesorías y capacitación, para la promoción y oportunidades comerciales que contribuyan en el mejoramiento de los ingresos y, por ende, de la calidad de vida de los artesanos.

La propuesta desarrolló una cuarta fase de asistencia técnica en los módulos de Emprendimiento y/o fortalecimiento empresarial, Producción, Diseño y Comercialización, en todos los municipios focalizados por el proyecto atendiendo 276 beneficiarios, preparados para enfrentar exigencias de los mercados con nuevos productos e innovación.

Se brindaron a los diferentes agentes involucrados en cada eslabón de la cadena la asistencia técnica especializada, la información para la toma de decisiones, las asesorías y capacitación, para la promoción y oportunidades comerciales que contribuyan en el mejoramiento de los ingresos y, por ende, de la calidad de vida de los artesanos.

Se realizaron jornadas de mejoramiento técnico, se fortalecieron técnicamente a los artesanos en los oficios de tejeduría y cestería, se definió el tipo de asistencia en diseño para cada oficio y técnica dentro de los conceptos de referentes, diseño, tendencias, referente aplicado al producto y



el empaque dentro del contexto artesanal y se realizó el soporte fotográfico de todas las actividades.

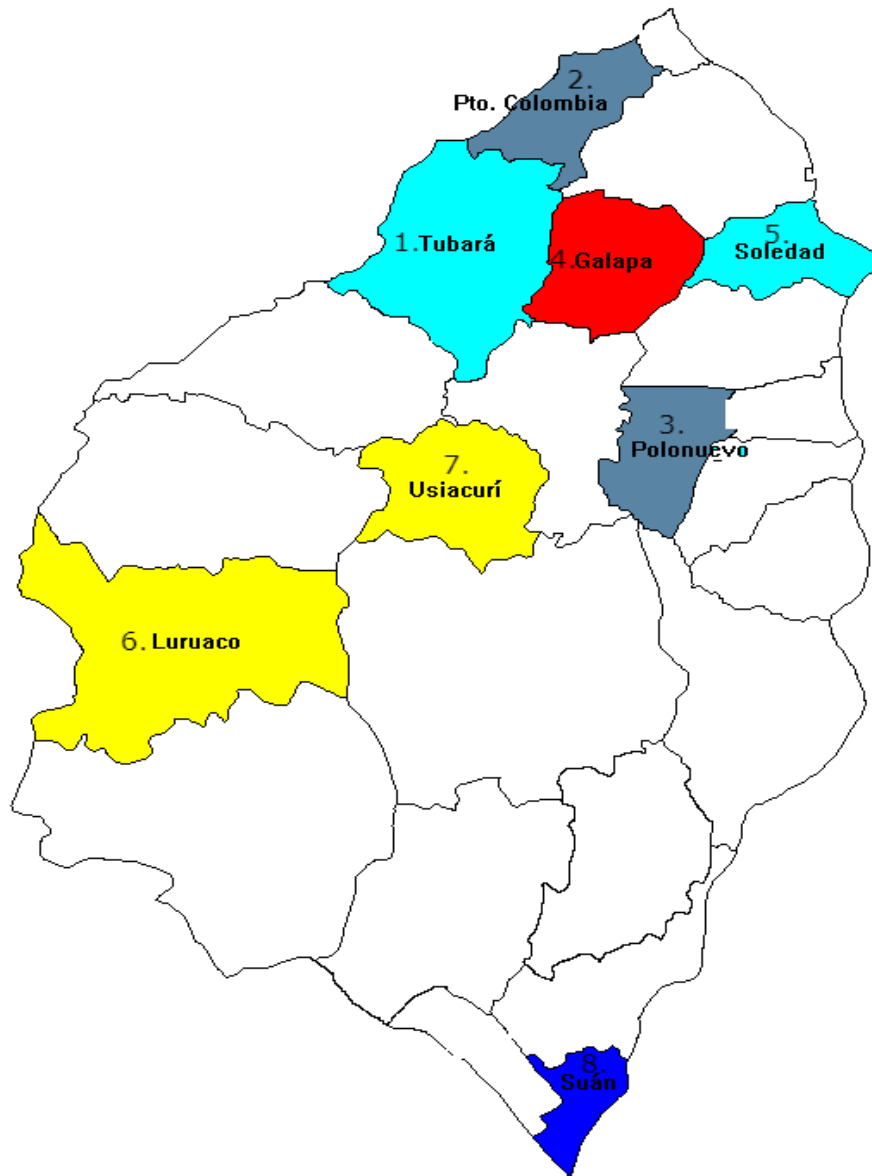
Después de socializado el objetivo y de ejecutadas las capacitaciones los artesanos evidenciaron conformidad y buena disposición así como sus preocupaciones respecto al tema de la propiedad intelectual porque comprendieron la necesidad de crear sus marcas propias y registrarlas para competir de manera estructura en el mercado nacional e internacional.

Desde el tema de emprendimiento se trabajó en fortalecer las capacidades de los artesanos con el fin de que logren un modelo de negocio sostenible a partir de determinar correctamente el costo del producto, la forma en que pueden reducirlos al identificar qué actividades agregan valor y cuáles no, y de esta forma lograr un mejoramiento continuo; así como diseñar un modelo de negocio digital que permita facilitar la relación con el cliente con base a la propuesta de valor que indica el componente diferenciador de la unidad productiva. Se trabajó con talleres participativos en los temas de estructura de costos, y generación y desarrollo del modelo de negocio con el uso de la metodología Canvas creado por Osterwalder y Pigneur. Así mismo se realizaron asesorías puntuales que tuvieron como entregables un plan de negocio por cada unidad artesanal, se evidenció una gran necesidad de desarrollo de portafolios de productos, conocimiento de las tecnologías de la información, gestión comercial y estrategia de posicionamiento de marca.





## 1. Cobertura



Mapa 1: Mapa del departamento del atlántico con municipios atendidos en el proyecto “Fortalecimiento de la Competitividad y el Desarrollo de la Actividad Artesanal en el Departamento del Atlántico”- Fase 4



La cobertura geográfica del proyecto “Fortalecimiento de la Competitividad y el Desarrollo de la Actividad Artesanal en el Departamento del Atlántico”-Fase 4 se presenta en la siguiente tabla resumen.

Municipio	Oficio
<b>1.Tubará</b>	Talla en Totumo
<b>2.Puerto Colombia</b>	Talla madera
<b>3.Polonuevo</b>	Talla en Totumo, Talla en madera
<b>4. Galapa</b>	Talla en madera, Papel maché
<b>5.Soledad</b>	Talla en Madera, talla en totumo
<b>6. Luruaco</b>	Tejeduría en enea
<b>7. Usiacurí</b>	Tejeduría en Iraca
<b>8. Suan</b>	Cestería, Talla en madera

Tabla 1. Municipios atendidos en proyecto durante la fase 4



## 2. Objetivos

### **Objetivo general:**

Fortalecer la actividad artesanal de los municipios de Soledad, Galapa, Usiacurí, Polonuevo, Tubará, Luruaco, Puerto Colombia y Suan, mediante la ejecución de una cuarta fase de actividades de asistencia técnica relacionadas con el emprendimiento y/o fortalecimiento empresarial, diseño, producción y comercialización, para ofertar nuevos productos innovados, competitivos en mercados, locales, regionales y nacionales

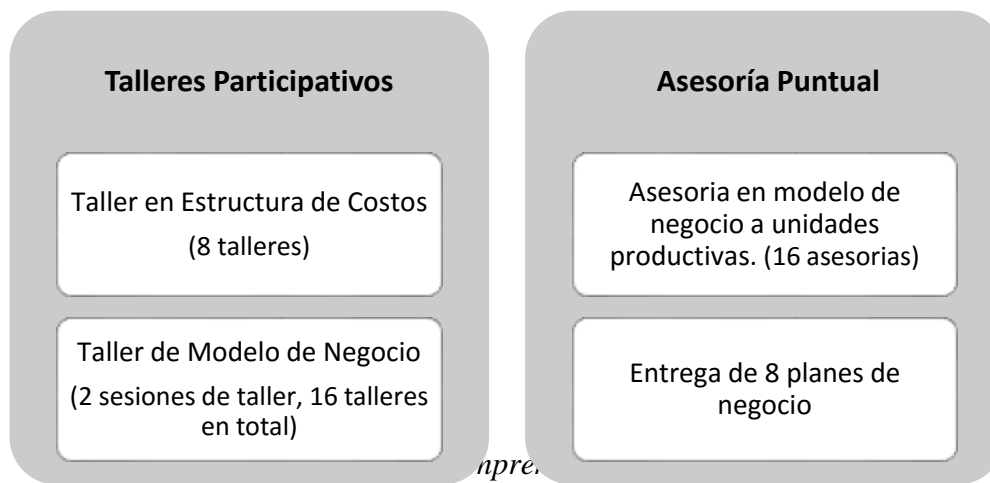
### **Objetivos específicos:**

- Definir las herramientas y estrategias para el mejoramiento de la competitividad de las artesanías en Colombia.
- Desarrollar estrategias incluyentes y participativas para los artesanos que se encuentran en situaciones más vulnerables.
- Desarrollar talleres en los módulos de desarrollo humano y emprendimiento y en el módulo de diseño y producción.
- Elaborar un mapa comercial para minimizar la dependencia de los clientes locales de los artesanos del proyecto y facilitar los espacios de comercialización en el departamento



### 3. Módulo de desarrollo humano y emprendimiento

El componente de emprendimiento brindó las herramientas empresariales necesarias a las unidades productivas artesanales ubicadas en los municipios de Galapa, Luruaco, Polonuevo, Puerto Colombia, Soledad, Suan, Tubará y Usiacurí, en dos ejes estratégicos como son la planeación del modelo de negocio y la estructura de costos. A continuación, se detallan las fases del plan de trabajo en el componente de emprendimiento:



El tema dominante a nivel de estrategia empresarial va direccionado en la transformación digital por lo cual los talleres van enfocados en que los emprendimientos y empresas artesanales logren ser competitivos en precios y en propuesta de valor en un mundo que demanda respuestas rápidas. Los talleres fueron enfocados en estructuración de costos y modelación de negocios, éste último cuenta con dos sesiones dado que la meta es que los artesanos queden con habilidades para desarrollarlo.

El taller de estructura de costos tuvo una duración de 3 horas mientras que el taller de modelo de negocio tuvo una duración de 2 horas cada sesión, para un total de 4 horas en cada municipio. En total se realizaron 8 talleres de Estructura de Costos y 16 talleres de modelo de negocio. Igualmente se realizaron 16 asesorías puntuales a unidades productivas de los municipios atendidos por el proyecto. Se realizaron ejercicios con los productos de las mismas artesanas facilitando tareas diarias como costear un producto, determinar los costos fijos y variables, fijar un precio, y obtener



el punto de equilibrio. Así como la manera de llevar un reporte de sus ingresos y gastos con el flujo de caja.



Taller Estructura de Negocios en Galapa  
Casa de la Cultura. Foto Tomada por: Wendy Florian



Taller de Estructura de Costos en Polonuevo  
Casa de Cultura Foto tomada por: Gisella Rivera



Ejercicio de costos para una unidad de Puff de Enea 35\*35 cm  
Taller de Estructura de Costos en San Juan de Tocagua, Luruaco  
Foto tomada por: Yenis Gonzalez



Taller Estructura de Costos, en Puerto Colombia  
Casa de la artesana Claribel Camargo - Foto Tomada por: Claudia Carpintero



Taller Estructura de Costo, Soledad  
Vive Digital Colegio Maria Ucos - Foto tomada: Wendy Florian



Taller Estructura de Costo en Suán  
Centro de Desarrollo Integral Suan - Foto tomada por: Rosmery Camargo



Taller Estructura de Negocio, Tubará

Casa de la Artesana María Antonia Martínez - Foto tomada por: Juan Urán



Taller Estructura de Costos, Usiacurí

Centro de Desarrollo Artesanal Usiacurí - Foto tomada por: Paola Bayona

De otro lado, el taller sobre Modelo de Negocio se realizó en dos sesiones considerando que hay diferentes conceptos que no se asimilan con un solo taller. En la primera sesión, se logró que los artesanos determinaran los conceptos claves que tiene un negocio a partir de ejemplos de entrevistas a gerentes de empresas que son comúnmente publicadas en los periódicos y donde se denota el modelo del negocio. De esta forma, los asistentes se dieron cuenta de la importancia de conocer y desarrollar en sus negocios la propuesta de valor (lo que diferencia a mi empresa), determinar el segmento de cliente (conocer quien en realidad me compra, o compraría mi producto), diseñar una relación con el cliente (la manera como ofrezco mi producto, como fidelizo a mi cliente), establecer nuevos canales de distribución, recursos claves, socios claves, estructura de costos y flujo de ingresos.



En la segunda sesión del taller modelo de negocio se realizó un ejercicio usando la metodología Canvas de Alexander Osterwalder, de esta forma en nueve (9) casillas los artesanos conocieron como diseñar la “*hoja de ruta*” para sus negocios y lo más importante como lograr un modelo más digital. Se entregó así mismo como material de trabajo y formato de flujo de caja, formato de cotización, el modelo canvas y formato de base de datos para clientes.



Sesión 1. Taller Plan de Negocio Galapa  
Casa de la Cultura de Galapa Foto Gisella Rivera



Sesión 2. Taller Plan de Negocio en Galapa,  
Casa de la Cultura de Galapa Foto Florian



Taller Plan de Negocio -San Juan de Tocagua, Foto por: Paola Bayona y Delaneys Muñoz



Plan de Negocio Usiacurí - Centro de Desarrollo Artesanal  
Fotos tomadas por: María Elena Uribe





Taller Modelo de Negocio en Casa de la Cultura Foto Paola Bayona y Fernando Dangond



Taller Modelo de Negocio Puerto Colombia - Casa de la artesana Sra. Claribel Camargo  
Fotos Claudia Carpintero y Ana Santiago



Taller Plan de Negocio Soledad, Punto digital Mario Ucros  
Foto Paola Bayona y Wendy Florian



Taller Modelo de Negocio, Tubará Casa de la artesana María Martínez Fotografía: Jaime Uran



Taller Plan de Negocio Suán Centro de Desarrollo Integral Foto Rosmery Camargo y Paola Bayona

Las asesorías puntuales fueron asistencias técnicas a unidades productivas activas, y cuyo objetivo era organizar, planificar y diseñar una hoja de ruta para que sus negocios sean más rentables, más reconocidos, y sostenibles. Los entregables fueron planes de negocio que permiten conocer la situación actual de los emprendimientos e iniciar la toma de decisiones para cambiar y generar un modelo de negocio dinámico y digital. En el siguiente esquema se detallan los siguientes emprendimientos artesanales a los que se realizó el diseño de su plan de negocio:

<i>Municipio</i>	<i>Unidades Productivas</i>	<i>Nombre Artesano</i>	<i>Oficio</i>
<i>Galapa</i>	ARMOCANA	Jaime De la Cruz	Tallado en Madera
<i>Galapa</i>	EL CONGO REAL	Luis Pertúz	Tallado en Madera
<i>Luruaco</i>	ARTESANÍAS EL PROGRESO LAS SANJUANERAS	Yenis González	Tejido en Enea
<i>Puerto Colombia</i>	CARSÓ	Juan Carlos Aristizábal	Tallado en madera náufraga
<i>Usiacurí</i>	AM ARTIRACA	Antonio Morales	Tejido en palma de iraca
<i>Usiacurí</i>	EDILSA BALDOMINO	Edilsa Baldomino	Tejido en palma de iraca
<i>Suán</i>	BLASI	Blasina Machacon	Tejido en Bejuco
<i>Tubará</i>	ASOARTES	Asociación de Artesanos de Tubará	Tallado en Totumo

Tabla 2. Unidades Productivas asesoradas para el Plan de Negocio



Se evidenció durante los talleres y las asesorías una escasa designación de roles de trabajo, así como equipos organizados en objetivos comunes o propósitos que permitan articular mejor las unidades productivas. Así mismo se denota una escasa participación a organizaciones u asociaciones de artesanos por no encontrar una propuesta de valor que los motive a vincularse, siendo el único la asistencia a ferias en donde sí se agrupan varias unidades productivas para gestionar el stand o revisar qué producción exhibirá cada uno.

Con el fin de dar continuidad con las asesorías en emprendimiento se recomienda clasificar los emprendimientos en avanzados o en estado de maduración del modelo de negocio y construir una propuesta donde se fortalezcan sus buenas prácticas y se realicen talleres puntuales en marketing, branding, innovación de productos por medio del *design thinking*. Así como asesoría especial en transformación digital de la empresa artesana con énfasis en desarrollar objetivos específicos, alcanzables, medibles y realistas.

### 3.1 La empresa artesana Productividad y Competitividad

Con el fin de consolidar la sostenibilidad económica y competitiva de la unidad productiva artesanal tradicional se realizaron ocho (8) talleres, de 3 horas cada uno, en estructura de costos para mejorar los costos de producción y fijar precios competitivos en el mercado. En total se realizaron 24 horas de taller con 107 beneficiarios, que a continuación se discriminan por municipio:

<i>Municipio</i>	<i>Taller Estructura de Costos</i>
<i>Galapa</i>	16
<i>Luruaco</i>	13
<i>Polonuevo</i>	26
<i>Puerto Colombia</i>	6
<i>Soledad</i>	11
<i>Suán</i>	19
<i>Tubará</i>	8
<i>Usiacurí</i>	8

*Tabla 3. Asistentes Taller Estructura de Costos*

La metodología usada durante los talleres fue participativa por lo cual los artesanos realizaron activamente los ejercicios de costos en base a un producto y con éste se calcularon sus costos fijos, variables y costos totales, precio de venta final y punto de equilibrio. Dentro de los productos con los que se realizó ejercicios se encuentran: máscara tallada pequeña en Galapa, puff en enea en San Juan de Tocagua, Luruaco, banco de madera en Polonuevo, monedero de totumo pequeño en Suán y Puerto Colombia, bolso en fique en Soledad, y una porta vela de totumo en Tubará. Los ejercicios se realizaron grupalmente y se evidenció que los artesanos no incluían dentro de sus



costos la mano de obra y cuando lo costeaban era porque subcontractaban. El resultado fue que muchos artesanos se dieron cuenta que solo estaban ganando por el margen de utilidad y no por mano de obra de acuerdo a la producción realizada.

Así mismo se realizó el cálculo de una hora de trabajo teniendo como ingreso un salario mínimo legal vigente año 2018. En Colombia la jornada de trabajo ordinaria está compuesta por ocho horas diarias, para un total de 240 horas que comprenden el tiempo de trabajado por mes, esto dio como resultado el valor de la hora en \$3.255, unos lo aproximaron a \$4000 y otros lo disminuyeron en \$3000, lo importante de este ejercicio era que lograran valorar su tiempo y cada hora que tiene el día para que sean más productivos.

Por otro lado, se evidenció que los artesanos para fijar sus precios solo comparan lo que hace su competencia, estimando un valor sin realizar ningún costeo de producto y lo mismo sucede con el margen de utilidad que en algunos productos alcanzaba rangos de 90% a 200%, sin tener en cuenta el segmento de mercado, lo que disminuye su competitividad. De todas formas, la mayoría de los artesanos son conscientes que un margen de utilidad elevado impide que sean competitivos en especial cuando se trata de capturar o sostener un cliente distribuidor o comercializador que busca rentabilidad.



Ejercicio de costos para una unidad de Puff de Enea 35\*35 cm Taller de Estructura de Costos en San Juan de Tocagua, Luruaco  
Foto tomada por: Yenis González

El método empleado que se utilizó en los talleres para fijar el precio fue con base en los costos por medio del coste total, discriminado así:  $Pv = CF + CV / \% \text{ margen de utilidad}$ .

Pv = Precio de venta

C F = Costos Fijos

CV = Costos Variables

Este sistema de fijación de precios es importante en las empresas que producen artículos muy especiales o sobre pedidos, o empresas que producen por primera vez.



El beneficio mayor que presenta este método de costeo radica en que se recupera la totalidad de los costos y gastos. Otra ventaja es que como en el precio se incluye una ganancia, se puede proyectar entonces más fácilmente las utilidades de la empresa. El presupuesto general presenta un alto grado de sencillez en su elaboración (especialmente en los ingresos) y en el largo plazo garantiza la recuperación de la inversión.

En nuestro medio es quizás el método más utilizado, pero a pesar de ser tan popular, tiene grandes imperfecciones porque a diferentes niveles de producción se dan diferentes precios de venta, lo anterior es consecuencia del cargo que se hace de los costos fijos. Mientras mayor sea la producción menor el costo unitario fijo y por consiguiente el precio de venta, cuando el nivel de producción es menor, mayor el precio de venta, lo que riñe con las necesidades de la empresa: mientras más se requiere vender se hace más difícil por los precios altos.

Se utilizó como material visual presentación con información clave como ecuaciones para determinar los cálculos (Ver Anexo 1. Presentación). Se entregó como material de trabajo formato de flujo de caja, formato de cotización, y formato de base de datos clientes (Ver Anexo 1. Formatos).

### 3.2 Sostenibilidad del negocio artesanal

Es necesario proyectar a las unidades productivas hacia negocios autosostenibles, fortaleciéndolas con habilidades, conceptos básicos y técnicas para la proyección de un proceso de emprendimiento artesanal sostenible. Con este fin se realizó un seminario taller para fortalecer las competencias y lograr que las unidades productivas artesanales elaboraran sus Planes de Negocio apuntando a la autosostenibilidad.

El taller sobre Modelo de Negocio se dividió en dos sesiones en diferentes días, siendo cada una de dos horas en cada uno de los municipios del proyecto. Para un total de 84 beneficiarios en la primera sesión y 78 en la segunda sesión. En total se realizaron 16 talleres de modelo de negocio durante el proyecto. (Ver Anexo 2. FORCVS02B Taller Modelo de Negocio)

<i>Municipio</i>	<i>Taller Modelo de Negocio Sesión 1</i>	<i>Taller Modelo de Negocio Sesión 2</i>
<i>Galapa</i>	6	9
<i>Luruaco</i>	11	10
<i>Polonuevo</i>	17	8
<i>Puerto Colombia</i>	9	9



<i>Soledad</i>	12	7
<i>Suán</i>	14	15
<i>Tubará</i>	10	12
<i>Usiacurí</i>	5	8

*Tabla 4. Asistentes Taller Modelo de Negocio*

En la primera sesión, se logró que los artesanos determinaran los conceptos claves que tiene un negocio a partir de leer entrevistas que realizan comúnmente los periódicos, como La República en su sesión Empresas, a gerentes. De esta forma los asistentes se dieron cuenta de la importancia de conocer y desarrollar en sus negocios la propuesta de valor (lo que diferencia a mi empresa), determinar el segmento de cliente (conocer quien en realidad me compra, o compraría mi producto), diseñar una relación con el cliente (la manera como ofrezco mi producto, como fidelizo a mi cliente), establecer nuevos canales de distribución, recursos claves, socios claves, estructura de costos y flujo de ingresos.

En la segunda sesión, se realizó un ejercicio usando la metodología Canvas de Alexander Osterwalder, de esta forma en nueve (9) casillas los artesanos conocieron como diseñar la “*hoja de ruta*” para sus negocios y lo más importante como lograr un modelo más digital.

A continuación, se relacionan los municipios de las dos sesiones de taller en modelo de negocio y algunas conclusiones:

**Galapa:** la primera sesión y segunda sesión del taller sobre modelo de negocio tuvo como objetivo que los asistentes diseñaran una propuesta de valor enfocada en la identidad cultural que los caracteriza como es el conocimiento y los saberes de tallado de madera que han pasado de generación en generación. Actualmente Galapa presenta como fortaleza que los hijos de los maestros artesanos y otros jóvenes han logrado vincularse a las empresas de sus padres u a otros talleres y han aprendido del legado del oficio y la tradición cultural que se refleja en cada producto que ofertan. De hecho, algunos talleres como *El Congo Real* tienen como propuesta de valor generar experiencias por medio de la activación de un servicio de turismo artesanal, una oportunidad de desarrollo social y de conocer la identidad y valor cultural de una máscara o un portavaso tallado en madera que tiene todo un proceso de producción, en especial reconocer la importancia de hecho de mano.

Así mismo se concluyó que la calidad y acabados de los productos es importante para que las marcas de los productos que comiencen a desarrollarse o las creadas logren posicionarse en un mercado competitivo. De otro lado, innovar en el diseño de los productos es esencial para capturar mercado, un ejemplo podría ser manejar una propuesta que permita resaltar más el color natural y crudo de la madera alejando un poco las pinturas o utilizando una paleta más sobria.



El taller permitió conocer cómo se debe estructurar el modelo y se enfocó en las pautas para diseñar una propuesta diferenciadora que vaya más allá de decir sus productos o líneas de negocio. Se trata de mostrar al cliente que el producto no es solamente lo que se lleva sino todos los pasos que tuvo para su elaboración y todas las horas de entrega en cada pieza.

**Luruaco:** se realizó el taller de modelo de negocio con mujeres artesanas con habilidades para el tejido en enea. Antes del taller todas las asistentes identificaban su cliente como todo tipo de público, pero al realizar los filtros se concluyó que el cliente final es *“mujer, entre los 28 y 45 años, que viva en ciudades capitales más que rurales, que busca objetos útiles para sus espacios, con un componente estético y que proporcionen un ambiente fresco, que permitan combinar lo ancestral y vanguardista”*.

La empresa artesana y su sostenibilidad es esencia en corregimientos como San Juan de Tocagua que presenta un comercio mínimo o casi inexistente, donde no se generan oportunidades laborales dentro de la comunidad, de ahí que el oficio de la tejeduría en enea es una gran forma de potencializar y beneficiar a la comunidad en general. Durante la segunda sesión del taller se desarrolló el modelo de negocio con los propios emprendimientos de las artesanas asistentes, donde cada una elaboró el esquema y repensó la mejor forma para vender sus productos.

Otro de los resultados de taller fue resaltar sus orígenes afrodescendientes, dicha identidad cultural de San Juan de Tocagua no es tomada en cuenta o pasa a veces desapercibida por las mismas artesanas. Una de las grandes debilidades es no contar con un canal de distribución que les permita bajar sus costos en la logística, así como garantizar la entrega en buen estado de los productos. Precisamente, una vez vendida la mercancía es difícil transportarla desde el corregimiento al lugar de destino, por lo cual como actividades clave deben cotizar un medio económico y rentable para que dichos costos no absorban la utilidad.

**Polonuevo:** la mayoría de los asistentes al taller elaboran manualidades como mochilas en crochet, pinturas en óleo, muñecos, otros elaboran artesanías como tallado en maderas aplicando la técnica que requiere el oficio en muebles rústicos, cuadros y el tallado en totumo con productos de una línea decorativa. Se evidenció la necesidad de que los artesanos se asocien por medio de una organización o que creen entre ellos una asociación que les permita alcanzar objetivos comunes. Se necesita un desarrollo de marca que comunique cada emprendimiento con sus clientes potenciales, que genere esa vinculación emocional. No es el producto ni la empresa, es la marca, que representa la experiencia del cliente con el producto y con la empresa. La importancia de la marca está en su capacidad para evocar emociones y generar recordación.

El proceso de planeación y diseño del modelo de negocio necesita de unas actividades claves que con el día a día no se realizan, durante el taller se resumieron los siguientes accionables,



desglosados en tres ítems:

-Producción: se necesita asesoría permanente a corto plazo en este tema en especial en el diseño de los productos.

-Gestión Comercial: se evidencia una escasa participación de los artesanos en las ferias municipales, así como un bajo grado de venta de sus productos. No existe una vitrina que exhiba sus diseños, y tampoco un canal digital ya sea en redes sociales que permita promocionarlos.

-Formación Continua: capacitación constante a corto plazo a manera grupal en la digitalización de sus modelos de negocio, en emprendimiento y en diseño. Los artesanos necesitan apoyo de herramientas, asistencia técnica, reconocerlos con espacios en ferias.

**Puerto Colombia:** se revisó con detalle la propuesta de valor desde la transformación de la madera naufraga y como ésta se convierte en objetos para el hogar, específicamente la manera de resaltar dentro de ella la producción limpia que se realiza desde su recolección hasta el mínimo uso de productos tóxicos para su acabado.

Dentro de las sesiones del taller modelo de negocio se enfatizó en la propuesta de valor, en la segmentación del cliente y la relación con el cliente. El componente diferenciador es ese regalo que se le entrega al cliente y que permite que nos siga buscando y crear relaciones duraderas a largo plazo porque de esta forma los clientes entienden que le ofrecemos un valor adicional que genera confianza en la compra por factores como la calidad, la conveniencia, reducción de costos, innovación, el precio, la marca, el status o el diseño.

Precisamente, el oficio de tallado en madera náufraga o madera muerta es uno de esos factores diferenciadores con que cuenta la Fundación Paz al Mar porque conecta diseños útiles y eco amigables.

Cabe resaltar que la Fundación Paz al Mar agrupa a 60 artesanos de los cuales solo 10 son activos, entre sus objetivos principales se encuentra visibilizar los emprendimientos de sus asociados por medio del turismo y el fomento de las industrias creativas. La propuesta de valor de Fundación Paz al Mar está encaminada a potencializar el diseño de objetos a partir de la madera muerta que encuentran en las playas de Puerto Colombia y que se convierte en porta vasos, mesas, cucharas, bandejas.

**Suán:** durante las sesiones se revisó el concepto de identidad como factor diferencial y se concluyó que la naturaleza que los rodea, estar cerca al río, tener caños, arroyos, quebradas, ciénagas y la vegetación podría ser inspirador y en especial el árbol de Suán debía representarlos específicamente por sus grandes troncos y raíces. Como resultado se realizó una lluvia de ideas





para la generación de marcas propias con los emprendimientos de los asistentes que permita identificarlos.

Una de las fortalezas con las que cuentan los artesanos de Suán es el espacio para reunirse como lo es el Centro de Desarrollo Integral (CID) donde pueden capacitarse cómodamente. Así mismo existe la posibilidad de que puedan vender sus productos en Kioskos que serían ubicados por parte de la Alcaldía de Suán al lado a la sede de la Universidad del Atlántico, que se encuentra en toda la carretera por donde transitan muchos vehículos al día y tendrían buen tráfico de personas y visibilidad para la exhibición de sus productos. Dentro de las amenazas sobresale el hecho de que todas son mujeres adultas y no involucran a sus hijos o comunidad familiar en el oficio que realizan por lo cual las habilidades y conocimientos que tienen no se están retroalimentando.

Suán cuenta con oficios como talla en totumo, tejeduría en bejuco que dan como resultado diversos accesorios de moda como mochilas, monederos, y podría potencializar el tejido en cestería en bejuco que hasta ahora lo realiza el emprendimiento de la artesana Blasina Machacon y que apuesta por fusionar materiales como madera y cuero a sus cestos y cofres.



Taller Modelo de Negocio, Suán. Foto tomada por: Rosiris Sarabia  
(Suán, Atlántico. 2018) Centro de Desarrollo Integral

Se evidencia una falta de objetivos claros, de planificación de los emprendimientos por lo cual se concluyen como actividades claves para dinamizar las unidades productivas, las siguientes:

-Diseñar productos funcionales y direccionados a la línea hogar en donde hay gran oportunidad de mercado dado la tendencia a usar fibras naturales en los espacios.



-Identificar al cliente, definir el segmento de cliente, si bien durante el taller se realizó el ejercicio cabe señalar que sin un producto definido termina siendo muy genérico dicha descripción del cliente.

-Diseño de una marca que distinga esos productos que realizan, muchos de los emprendimientos carecen de esto y de su desarrollo.

-Crear un portafolio de productos que permita iniciar un proceso comercial donde se destacan tres fases: identificación, negociación y seguimiento.

**Soledad:** es uno de los municipios con más atomización de emprendimientos y con un fuerte predominio de manualidades dirigidos principalmente a la línea de accesorios de moda. Como oportunidad de negocio se evidenció la necesidad de diseños funcionales al hogar que permitan Durante las sesiones de modelo de negocio se realizaron ejercicios prácticos utilizando la metodología Canvas. Se realizó asesoría puntual con el emprendimiento *NILO ARTESANÍAS* del artesano Luis Aranguren que diseña accesorios como aretes en mostacilla Miyuki.

Algunos de estos emprendimientos están vinculados a dos asociaciones ASALECC-Asociación sin Ánimo de Lucro de Emprendedores del Caribe Colombiano y ASOARTESOL -Asociación de Arte y Artesanos de Soledad, la primera cuenta con 72 asociados y la segunda con 19 emprendimientos.



Taller Modelo de Negocio Soledad. Foto tomada por: Paola Bayona  
Punto Vive Digital Colegio María Dolores Ucrós  
(Soledad, Atlántico 2018)

Con el fin de que los artesanos reconocieran la importancia de tener una hoja de ruta de sus negocios se analizaron entrevistas que realiza el periódico La República en su sesión *Empresas*



diariamente, a gerentes y en donde se evidencia el modelo de negocio, esto permitió que los artesanos concibieran que en cualquier momento alguien les puede hacer las mismas preguntas y la necesidad de tener todo planeado y organizado. Los asistentes debían identificar los apartes del modelo de negocio en la entrevista así: cuáles son sus líneas de negocio (ingresos), en qué se diferencia de otros (propuesta de valor), qué público compra sus productos (segmentación de clientes), hacia donde quieren expandirse (actividades claves), entre otras.

Casi todos los emprendimientos manejan redes sociales por lo cual las actividades claves estuvieron dirigidas a realizar diseño de contenido dado que actualmente es muy corto o carece de información que pueda conectar emociones con los clientes.

**Tubará:** durante los talleres se identificó la importancia de potencializar una línea de hogar dado que casi todo lo realizado se enfocaba en accesorios como collares, aretes, bolsos. La premisa del taller fue es mejor que el arte sea, además de decorativo, útil. Se evidenciaron actividades claves como diseño de portafolio de productos, creación de una comunidad en redes sociales que permita capturar un público nacional e internacional, así como la necesidad de referenciar cada producto y generar una pequeña ficha técnica con información clave como: nombre, técnica, dimensiones, fotografía. Se concluyó que el enfoque en diseño de productos puede ir orientado a la iluminación como porta velas o lámparas en totumo.

Tubará es el único municipio que cuenta con una asociación denominada ASOARTES que tiene un lugar para promocionar sus artesanías y que agrupa a 25 artesanos de los cuales solo 13 son activos. Con más de doce (12) años de constituida, la misión de ASOARTES es la producción y comercialización de productos artesanales en totumo, tejido y madera resaltando la identidad Mokaná. ASOARTES apunta a ser el referente de venta de productos artesanales en el municipio y por ende se debe potencializar su gestión comercial. Precisamente, el proceso de gestión comercial para muchos emprendimientos que agrupa la asociación y para otros que no están, pero asistieron es el de desarrollar unas actividades claves encaminadas además del diseño y la producción a la interacción con el cliente y a desarrollar un modelo de negocio digital que permita tener un mayor alcance de clientes.

La gestión comercial es un punto crítico dentro de la organización dado que no cuentan con actividades claves para promocionar sus productos desde participación en ferias y creación de equipos comerciales que identifique oportunidad de negocio y que las ejecute.

**Usiacurí:** actualmente el municipio de Usiacurí ha sido reconocido internacionalmente por las colecciones de grandes diseñadoras donde incorporan el tejido en palma de iraca en accesorios como bolsos. Sin embargo, durante los talleres de modelo de negocio se reconoció la importancia de dinamizar la tradición de la línea hogar como paneras, frutero, individual.



Se evidenció una oportunidad para potencializar las unidades productivas partiendo de la definición de una propuesta de valor en un mercado saturado de accesorios como bolsos en palma de iraca. Se precisó de la importancia de crear una marca propia, siendo ésta última importante para darse a conocer y para tener una relación más cercana al cliente final.

En Usiacurí, la mayoría de las empresas artesanas están direccionadas a vender los productos a distribuidores y comercializadores por lo cual durante los talleres se recalcó la importancia de tener un canal directo con los clientes por medio de la activación de las redes sociales. Sin embargo, para pasar de un modelo tradicional a uno digital se necesitan recursos claves como disponibilidad de internet, tener al menos un celular inteligente (smartphone), y conocer cómo funcionan las redes sociales y su potencial en la activación de marca y consecución de nuevos clientes.

Así mismo la relación con los clientes carece de fidelización por lo cual hay que trabajar en implementar bases de datos con el fin de generar campañas de promoción y publicidad direccionadas. Se utilizó como material visual presentación con los pasos para desarrollar el modelo de negocio. Se entregó como material de trabajo plantilla lienzo.

### **3.3 Planes de negocio**

Se realizaron asesorías puntuales en modelo de negocio en todos los municipios que comprende el proyecto como son Galapa, Usiacurí, Suan, Tubará, Puerto Colombia, Luruaco para que las unidades productivas logren una hoja de ruta que dirija el negocio de tradicional a uno digital. El plan de negocio sirve para facilitar la delegación de tareas, manejar el flujo de efectivo y lograr inversión o financiamiento en el emprendimiento. Aunque en cada municipio se entregaron las herramientas para el desarrollo individual de cada plan de negocio, cabe señalar que solo con ocho unidades productivas se trabajó el plan de negocio y se entregó totalmente realizado.

**Puerto Colombia:** se realizó asesoría puntual y entrega de Plan de Negocio de la empresa *CARSÓ* del artesano Juan Carlos Aristizábal cuyos productos son elaborados en madera naufraga.

**-CARSÓ:** es el emprendimiento del artesano Juan Carlos Aristizábal quien elabora piezas esenciales para la cocina a partir de la transformación de la madera náufraga. El plan de negocio apunta a diseñar una estrategia de marketing que ampliara su segmento de cliente y que lo consolidara como referente local y departamental en la creación de objetos artesanales a partir de la transformación a la madera muerta y cuyo impacto en la naturaleza tiene un alto valor de altruismo y cultura ecológica



Asesoría Puntual Plan de Negocio Carsó del artesano Puerto Colombia

Foto: Daisy Jay

**Suán:** se realizó asesoría puntual y entrega de Plan de Negocio *BLASI*, Artesana Blasina Machacon, sus productos son elaborados a partir del bejuco. *-BLASI*, es el emprendimiento de la artesana Blasina Machacon que desde hace más de 10 años realiza tejeduría en fique y que actualmente es el único emprendimiento que cuenta con una página web y con un producto en cestería que busca ser comercializado en canal horeca por lo cual el modelo de negocio se direcciono a posicionar la marca como referente local de cestería con fibra natural de fique



Asesoría Puntual Plan de Negocio Blasi, Artesana Blasina Machacon

Centro de Desarrollo Integral Suan - Foto Rosmery Camargo

**Usiacurí:** se realizó asesoría puntual, entrega de Plan de Negocio y diseño de marca de AM ARTIRACA del artesano Hector Antonio Morales cuyos productos son a partir de la iraca. Así mismo se realizó asesoría puntual, entrega de Plan de Negocio y diseño de marca de EDILSA BALDOMINO, TEJEDURÍA EN IRACA de la maestra artesana Edilsa Baldomino. Se realizaron dos planes de negocio con las siguientes unidades productivas:



Asesoría Puntual ARTIRACA, Artesano Héctor Antonio Morales  
Centro de Desarrollo Artesanal Usiacurí Foto: Lesvia Jiménez



Asesoría Puntual Edilsa Baldomino, Tejeduría En Iraca  
Foto Gisella Rivera

-AM ARTIRACA: es el emprendimiento del artesano Antonio Moreno, que tiene una larga tradición familiar en el tejido en palma de iraca, el plan de negocio apuntó a organizar el emprendimiento y diseñar un concepto de marca AM ARTIRACA y de contenido que reafirme su experiencia y que potencialice los diseños con fusiones de otras culturas. Se realizó diseño de la marca AM ARTIRACA.

-EDILSA BALDOMINO TEJEDURÍA EN IRACA: es el emprendimiento de la maestra artesana Edilsa Baldomino que anteriormente se denominaba Construarte pero que dentro de la asesoría se concluyó de que ésta marca no representaba todo el conocimiento y experiencia que por años ha logrado adquirir por lo tanto se trata de consolidar a la maestra EDILSA BALDOMINO como una marca con calidad y que proyecta un aumento de clientes directos por medio del diseño de publicidad en redes sociales dirigidas a potencializar la línea hogar. Se realizó diseño de la marca Edilsa Baldomino.



**Polonuevo:** se realizó asesoría Puntual en el modelo de Negocio emprendimiento *CEMPROC* del Sr. Wilkinson Orellano que elabora productos en madera.



Asesoría Puntual en Plan de Negocio con el emprendimiento *CEMPROC* Polonuevo. Casa de la Cultura  
Foto tomada por: Andrés Rodríguez

**Soledad:** se realizó asesoría Puntual en el modelo de Negocio emprendimiento *NILO ARTESANÍAS* del Sr. Luis Aranguren que elabora productos en madera.



Asesoría Puntual Modelo de Negocio Nilo Artesanías del Sr. Luis Aranguren, Soledad  
Punto Vive Digital, Colegio María Dolores Ucrós Foto Carlos González

**Tubará:** se realizó asesoría puntual y entrega de Plan de Negocio con la *Asociación de Artesanos de Tubará - ASOARTES* que elabora productos a partir del totumo.

-ASOARTES, Asociación de Artesanos de Tubará que lleva más de 13 años pero que carece de gestión comercial, por lo cual para ser un dinamizador de los emprendimientos de sus asociados, ASOARTES debe realizar actividades claves encaminadas a redireccionar la relación con el cliente y así capturar una mayor audiencia, en especial un segmento de cliente joven.



Asesoría Puntual ASOARTES, Tubará Casa de la Artesana María Antonia Martínez  
Foto Juan Urán

**Galapa:** se realizó asesoría puntual y entrega de Plan de Negocio para la empresa *ARMOCANA*, del Sr. Jaime de la Cruz y la empresa *EL CONGO REAL* del Sr. Luis Pertuz, ambos elaboran productos a partir de la madera:

- **ARMOCANA:** es el nombre del taller del maestro Jaime De la Cruz en Galapa que se ha convertido en una empresa familiar que apunta a pasar del modelo tradicional a un modelo digital y fue en eso precisamente que se basó el plan de negocio.

- **EL CONGO REAL:** es el nombre de la empresa del maestro artesano Luis Pertuz en Galapa: el plan de negocio se direccionó a posicionar la marca EL CONGO REAL y consolidar un mercado para el turismo vivencial artesanal

**Luruaco:** se realizó asesoría puntual y entrega de Plan de Negocio y diseño de la marca con la empresa *ARTESANÍAS EL PROGRESO LAS SANJUANERAS*, productos en fibra de enea.



Asesoría Puntual Plan de Negocio Artesanías El Progreso Las Sanjuaneras  
Foto tomada por: Celedonia Angulo





**-ARTESANÍAS EL PROGRESO LAS SANJUANERAS:** es el emprendimiento de la artesana Yenis González y que actualmente cuenta con un total de 10 artesanas que iniciaron el oficio artesanal transformando la enea en esteras y esteritas y sólo a partir del año 2016 iniciaron capacitaciones técnicas para elaborar mobiliario con esta materia prima. Se realizó diseño de la marca El Progreso Las Sanjuaneras.



## 4. Módulo de Producción

### 4.1. Misión técnica a Fúquene

Se atendió a las artesanas de San Juan de Tocagua- Luruaco, en el tema de acabados, como fileteado, tejidos y elaboración de tapas de los contenedores para alcanzar una mejor calidad y elaboración de nuevos productos.

Se capacitó a un grupo de diez artesanas de la comunidad de San Juan de Tocagua, Luruaco, mediante misión técnica a la Laguna de Fúquene en Cundinamarca. Las artesanas fueron capacitadas por los maestros Flor Alba y Agustín Briceño durante cuatro días, misión muy exitosa ya que las beneficiarias aprendieron la técnica de amarres o de bulto, elaborando contenedores ovalados, redondos, rectangulares y cuadrados.

Durante la misión técnica las artesanas tuvieron la oportunidad de visitar puntos de venta situados alrededor de la laguna, con el objetivo de observar calidad, diseño, precio y exhibición. Igualmente visitaron el Almacén Las Aguas de Artesanías de Colombia donde pudieron ver productos de todo el país.



Extracción de materia prima Enea y Junco- Laguna de Fúquene. Foto: María Elena Uribe -  
Noviembre 26 de 2018



Artesanas observando demostración de oficio- Lugar: Laguna de Fúquene- Fotos por: María Elena Uribe - 26 de noviembre de 2016

Se realizaron talleres de extracción de las materias primas Enea y Junco en la laguna de Fúquene, Tratamiento de materia prima, Presentación de tipos de productos y demostración de oficio tejido de bulo con moldes.

Las artesanas siguieron con la apropiación de la técnica de amarre con moldes cuadrados, ovalados y rectangulares, iniciando cada una, de manera independiente la elaboración de los contenedores, siendo este el mayor reto del proceso de aprendizaje puesto que se constituye en el paso con mayor dificultad. Gracias a la habilidad, motivación e interés que demuestran las artesanas por empoderar este conocimiento, se pudo lograr el propósito de la jornada con gran éxito.



Artesanas de Luruaco practicando técnica de amarres con molde - Lugar: Laguna de Fúquene  
Foto por: María Elena Uribe - 26 de noviembre de 2018



Artesanas de San Juan de Tocagua elaborando contenedores  
Lugar: Laguna de Fúquene. Foto por: María Elena Uribe. 26 de Noviembre de 2018

#### Productos terminados



Durante la misión técnica las artesanas tuvieron la oportunidad de visitar puntos de venta situados alrededor de la laguna, con el objetivo de observar calidad, diseño, exhibición, rotación, fijación de precios, entre otros. Apreciaron la variedad de productos que se pueden lograr con la enea y el junco.

Después de recorrer el municipio de Fúquene, las artesanas tuvieron la oportunidad de recorrer las instalaciones del Hotel Refugio Santuario de Comfacundi y poder apreciar el lugar que está dotado de salón múltiple, restaurante, bar, capilla y mirador. Este ejercicio fue muy bien acogido por el grupo.



Recorrido por los puntos de venta. Lugar: Laguna de Fúquene  
Foto por: María Elena Uribe. 28 de Noviembre de 2018



Recorrido Hotel Refugio Santuario de Comfacundi  
Lugar: Laguna de Fúquene – Cundinamarca Foto por: María Elena Uribe

Las artesanas de Luruaco se desplazaron a las oficinas de *Artesanías de Colombia* en Bogotá, realizando un recorrido por las instalaciones y conocieron el almacén de la empresa, participar en



reunión con las directivas del proyecto y sacar las conclusiones de la misión técnica a la Laguna de Fúquene.



Artesanas observando la exhibición de los diferentes productos  
Lugar: Almacén Las Aguas Bogotá Foto por: Natalia Quiñonez y María Elena Uribe  
30 de noviembre de 2018

Este ejercicio resultó muy productivo, las artesanas pudieron observar cómo debe ser la exhibición de los diferentes productos en un punto de venta, productos que deben cumplir con estándares de calidad y alto contenido de diseño. Participaron en charla sobre innovación en los diferentes oficios como son cerámica, madera, papel maché y tejeduría, sobre innovación e identidad por la diseñadora Natalia Quiñonez y Nydia Leonor Castellanos, tema que fue muy didáctico para el grupo para entender lo perjudicial de la copia y la necesidad imperativa sobre la diversificación de los productos que se elaboran en la actualidad en San Juan de Tocagua para que tengan un sello diferenciador sobre las demás comunidades y así mejorar la comercialización, las artesanas entendieron que sus productos deben tener mucha identidad y calidad.



Charla sobre innovación y conclusiones de la Misión Técnica a la Laguna de Fúquene  
Lugar: Artesanías de Colombia Foto por: Natalia Quiñonez y María Elena Uribe. 30 de Noviembre de 2018



Instalaciones de Artesanías de Colombia Las Aguas Bogotá  
Lugar: Artesanías de Colombia. Foto por: Natalia Quiñonez. 30 de Noviembre de 2018

Sacaron conclusiones de la misión, como beneficio para sus familias, aprendizaje de una nueva técnica y los agradecimientos por parte del grupo para la gobernación del Atlántico y a Artesanías de Colombia por brindarles la oportunidad de crecer y pensar en un futuro mejor, generarían más recursos económicos.

Después de haber realizado el taller de creatividad, se dejaron tareas de elaboración de diferentes productos que surgieron a través de este taller en el corregimiento de Paluato, comunidad que ha tenido muy baja presencia de artesanos, y en Usiacurí. Sucedió lo mismo que en Paluato ya que los artesanos expresaron que están demasiado ocupados por compromisos adquiridos con anterioridad por lo que la participación no fue muy activa.

En San Juan de Tocagua la asesoría se prestó más en la parte técnica, ya que presentan irregularidades en la elaboración de contenedores, como es el manejo de la fibra, su manipulación y almacenamiento. Igualmente se requieren moldes. Se llevó a cabo la corrección de los productos presentados por las artesanas de San Juan de Tocagua observando que han tenido mejoría, pero falta más práctica por parte de ellas con la técnica de tejido tafetán doble para obtener mejor calidad y un mayor valor percibido.



Artesanas iniciando y rematando contenedor rectangular – Mejoramiento de técnica Luruaco- San Juan de Tocagua Foto por:María Elena Uribe



Mejoramiento de técnica - Artesanas Fileteando. Luruaco – San Juan de Tocagua Foto por: María Elena Uribe



Contenedores en enea y asas de cuero Luruaco – San Juan de Tocagua. Foto: maría Elena Uribe



Tejido Sarga en enea y artesano tejiendo puff en enea entorchada Luruaco – San Juan de Tocagua. Foto por: maría Elena Uribe





En Usiacurí se realizó la corrección al canasto cargador ya que tendría mejor valor percibido con unas cargaderas más anchas y ojalá en cuero.



Cofre con manija en iraca, bolso puntada rollo, contenedor en caracoles Usiacurí. Foto: María Elena Uribe



Bolso redondo iraca, Lámparas de techo caracoles, Contenedor cargador tejido tafetán en trenza Usiacurí Atlántico. Foto: María Elena Uribe



Individual caracoles en iraca Productos elaborados en asesoría y artesana de Usiacurí  
Foto: María Elena Uribe

#### 4.2. Caracterización de la cadena de valor en el sistema productivo

Se realizó la caracterización de oficio en el municipio de Polo Nuevo para el oficio de trabajos en madera, con la técnica de talla y torno desde la obtención de la materia prima hasta su transformación en producto final.



### 4.3. Mejoramiento de procesos y técnicas

Se programaron talleres de transferencia técnica para el mejoramiento de técnicas de:

1. Trabajo en totumo en Suan, para 20 beneficiarios, impartido por el artesano Alex Castro. Se trabajaron temas de obtención y selección de la materia prima, Preparación, corte, despulpe y elaboración de productos artesanales.
2. Moldeado en papel en Soledad, para 20 beneficiarios, impartido por Eduyn Asís. Los participantes aprendieron a elaborar máscaras tradicionales, desde la elaboración de moldes hasta su acabado final.
3. Trabajos en madera en Soledad, para 20 beneficiarios, impartido por Luis Carlos Asís. Los participantes aprendieron a elaborar máscaras tradicionales del carnaval, desde la elaboración de las plantillas hasta su acabado final.
4. Trabajo en totumo en Tubará, para 25 beneficiarios, impartido por el artesano Juan Urán por 3ra vez consecutiva. Se impartieron temas de inmunizado del totumo y técnicas de labrado, corte, quemado, pulido y texturizado de las superficies del totumo.
5. Trabajos en Madera, para 15 beneficiarios, impartido por el artesano Dionisio Vargas. Los participantes mejoraron sus técnicas de talla en madera, desde la elaboración de las plantillas, tallado expresionista y acabados finales.



Asesoría en la redistribución del espacio en el taller  
Lugar: Taller San Martín – Tubará Fotografía: Equipo de diseño



6. Tejeduría en iraca, se trabajó con 40 beneficiarios impartidos por Edilsa Baldomino y Lesvia Jiménez diferentes puntadas tradicionales como ojito de perdis, flor de nudillo, doble pasada, estera, caracol, rollo cosido y cuadritos.
7. Tejeduría en enea, para 20 beneficiarios, impartido por Aníbal González. Perfeccionaron el entorchado y realizaron canastos en cabullita y enchape sobre estructuras curvas.
8. En Puerto Colombia, en el oficio de trabajos en madera, el Artesano Edgardo Pertúz, trasmirió su saber a 15 artesanos en técnicas de cuidado de la madera naufraga, transformación de esta y acabados finales.
9. En el municipio de Galapa, corregimiento de Paluato, trabajos de Cestería en bejucos. Los artesanos elaboraron productos sin mezclar madera en la base de los contenedores para obtener una mejor calidad y tener un mayor valor percibido.

#### **4.4. Entrega de Herramientas sobre los procesos de mejoramiento**

El proyecto hizo la entrega de maquinaria y herramientas para el mejoramiento de la calidad de los productos al momento de su elaboración en los diferentes oficios en los municipios beneficiados. Con esto se busca que los artesanos puedan aumentar su competitividad, mejorar las capacidades productivas de las unidades artesanales, acelerar el proceso productivo, mejorar la calidad de los acabados y fortalecer sus talleres para lograr mantenerse actualizados en cuanto a adecuaciones técnicas. Se entregaron herramientas manuales y eléctricas que suplían las necesidades de los artesanos de las unidades artesanales que participaron de los talleres de co- diseño, maestro artesano y mejoramiento técnico.

La entrega de herramientas se dio a 24 unidades artesanales. Se dieron herramientas manuales, eléctricas e insumos para consumo de los talleres:

Aceite de linaza doble cocido especial para terminación y brillo de madera botella	1/4 GALON	11
Aceite mineral para terminación y brillo de madera botella	1/4 GALON	12
Cera de abejas especial para sellar madera lista para trabajar artesanía	LIBRA	12
Colbon carpicol para madera	GALON	8
Tiner (para dar acabado a la madera)	BOTELLA 500ML	14
Extensiones encauchetadas 10 mts eléctricas para herramientas	UNIDAD	28
Juego de brocas *24 de taladro para madera	JUEGO	8



Juego de gubias x6 unidades para talla en acero inoxidable. Durables, resistentes.	JUEGO	12
Lijadora Orbital 1/4 230W 2.4A 14.000 Opm pulgadas 300w 12000 opm con bolsa recolectora de polvo, carcasa anti-deslizante y texturizada, máxima velocidad que permite acabados lisos, interruptor sellado contra el polvo	UNIDAD	12
Motor tool con eje flexible y repuestos ref 3000 herramienta para trabajar formas y terminaciones en madera y metal que trabaja con electricidad a 110 voltios	UNIDAD	11
Taladro mediano herramienta eléctrica especializada para hacer perforaciones en materiales como madera y metal con diferentes velocidades. Potencia en vatios 650 w velocidad 2800 rpm	UNIDAD	16
Maquina de coser industrial plana con repuestos respectivos de agujas Largo puntada de fácil ajuste • Cama plana • Devanado de bobina en el tablón • Funcionamiento suave y silencioso • 4.500 ppm • Largo de puntada hasta 5 mm • Ajuste leve mediano.	UNIDAD	3
Esmeril De Banco 6 Pulg 1 Hp de alta calidad	UNIDAD	4
Cepillo curvo para madera o muñequin de mano para pulir madera. Forjadas con acero de la máxima calidad	UNIDAD	5
Cepillo plano para madera o muñequin de mano para pulir madera. Forjadas con acero de la máxima calidad	UNIDAD	5
Clavos en acero sin cabeza 1"	LIBRA	18
Flexómetros de 5mts para medición de madera y otros	UNIDAD	24
Lija # 150 con respaldo en tela resistente al agua, excelente flexibilidad. En rollo para madera de 12" de ancho x 5 mts de largo	ROLLO DE 12" X 5 MTS DE LARGO	28
Lija # 120 con respaldo en tela resistente al agua, excelente flexibilidad. En rollo para madera de 12" de ancho X 5 mts de largo	ROLLO DE 12" X 5 MTS DE LARGO	28
Lija # 80 con respaldo en tela resistente al agua, excelente flexibilidad. En rollo para madera de 12" de ancho X 5 mts de largo	ROLLO DE 12" X 5 MTS DE LARGO	28
Lija # 100con respaldo en tela resistente al agua, excelente flexibilidad. En rollo para madera de 12" de ancho X 5 mts de largo	ROLLO DE 12" X 5 MTS DE LARGO	28
Piedra para afilar a mano de 6"x2"x1" doble grano fino-grueso carborundum se usa para afilar herramientas como formones y gubias	UNIDAD	13
Bisturí hoja ancha cuerpo plástico con hoja retráctil. Accesorio ferretería, empaques, embalaje, tipo bisturí, mecanismo dispensador de hojas de fácil acceso.	UNIDAD	18
Cuchillo largo tipo cocinero para realizar cortes en material tipo werregue o paja tetera o chocolatillo	UNIDAD	20
Encendedores caja x 24 unidades	CAJA	12
Olla de aluminio 29 litros 40 CMS	UNIDAD	7



Tijeras medianas metálicas en acero inoxidable de alta calidad	UNIDAD	9
Tijeras rematadoras con mango en plástico. De alta calidad	UNIDAD	7
Delantal plástico para tinturado talla única 81x118cm ALTA CALIDAD	UNIDAD	7
Tapa Bocas para polvo (5 und)	5 UND	24



Barranquilla-Entrega de Herramientas. Foto equipo Diseño.

#### 4.5.Gestión para la producción: Producción piloto y planes de producción

Se elaboraron los productos aprobados por comité Nacional de diseño en Bogotá. Se organizaron fechas de entrega, seguimiento y supervisión para la producción final. Se enviaron en total 584 productos para Expoartesánías 2018.

- Inventario de productos
  - Galapa 7 líneas con 273 productos
  - Luis Pertúz 1 línea 81 productos
  - Dionisio Vargas 4 líneas 92 productos
  - Fernando Padilla 2 líneas 100 productos
  
  - Usiacurí 8 líneas con 189 productos
  - Sandra Muñoz 3 líneas con 60 productos
  - Edilsa Baldomino 3 líneas 20 juegos que representan 120 productos
  - Luz Márquez 1 línea 9 productos
  
  - Luruaco 6 líneas con 38 productos



Jenny González 2 líneas con 9 productos  
Gloria Martínez 2 líneas con 15 productos  
Alba González 2 líneas 14 productos

Puerto Colombia 3 líneas con 50 productos  
Juan Carlos Aristizabal 1 línea 10 productos  
Ángel Paternina 1 línea 30 productos  
Daisy Jayk 1 línea 10 productos

Tubará 3 líneas con 34 productos  
María Antonia Martínez 3 líneas 34 productos



## 5. Diseño

### 5.1. Sensibilización al diseño y al producto artesanal

Durante la ejecución de los talleres de co-diseño se beneficiaron un total de 242 artesanos de los municipios de Galapa, Soledad, Suán, Tubará, Polonuevo, Puerto Colombia, Usiacurí y Luruaco. Discriminados de la siguiente manera:

<i>Municipio</i>	<i>Beneficiarios</i>
<i>Galapa</i>	76
<i>Luruaco</i>	45
<i>Polonuevo</i>	34
<i>Puerto Colombia</i>	25
<i>Soledad</i>	28
<i>Suán</i>	31
<i>Tubará</i>	28
<i>Usiacurí</i>	32

Tabla. 5 asistentes a talleres de diseño

### 5.2. Patrimonio material e inmaterial

- Talleres de Inspiración

Se dio inicio al módulo de diseño con el *taller de inspiración*, en el cual se hizo una introducción a Artesanías de Colombia y las características que se buscan al diseñar un producto, desarrollando las temáticas de conceptos de diseño, inspiración y referentes culturales, todos temas fundamentales para la elaboración de un producto.

En los municipio de Usiacurí, Luruaco, Galapa, Tubará, Puerto Colombia se llevó a cabo el *taller de inspiración*, beneficiando a los artesanos del proyecto, los cuales realizaron un ejercicio práctico en para afianzar los conceptos de diseño, referentes y línea de producto.



Taller inspiración. Fotos equipo Diseño. Usiacurí



Taller inspiración. Fotos equipo Diseño. Luruaco



Taller de inspiración. Foto equipo de diseño. Galapa





Taller de inspiración. Foto equipo de diseño. Tubará

Además, se realizaron dos talleres de inspiración, beneficiando a 25 artesanos en el municipio de Suan y 28 en el municipio de Soledad.



Taller de Inspiración – Equipo de Diseño  
Lugar: Centro Integral de Desarrollo (CID) – Suan - Fotografía: Alcaldía de Suan



Taller de Inspiración – Equipo de Diseño  
Lugar: Soledad Fotografía: Equipo de diseño



Taller de Inspiración – Equipo de Diseño  
Puerto Colombia Fotografía: Equipo de diseño

### 5.3. Innovación y Diseño

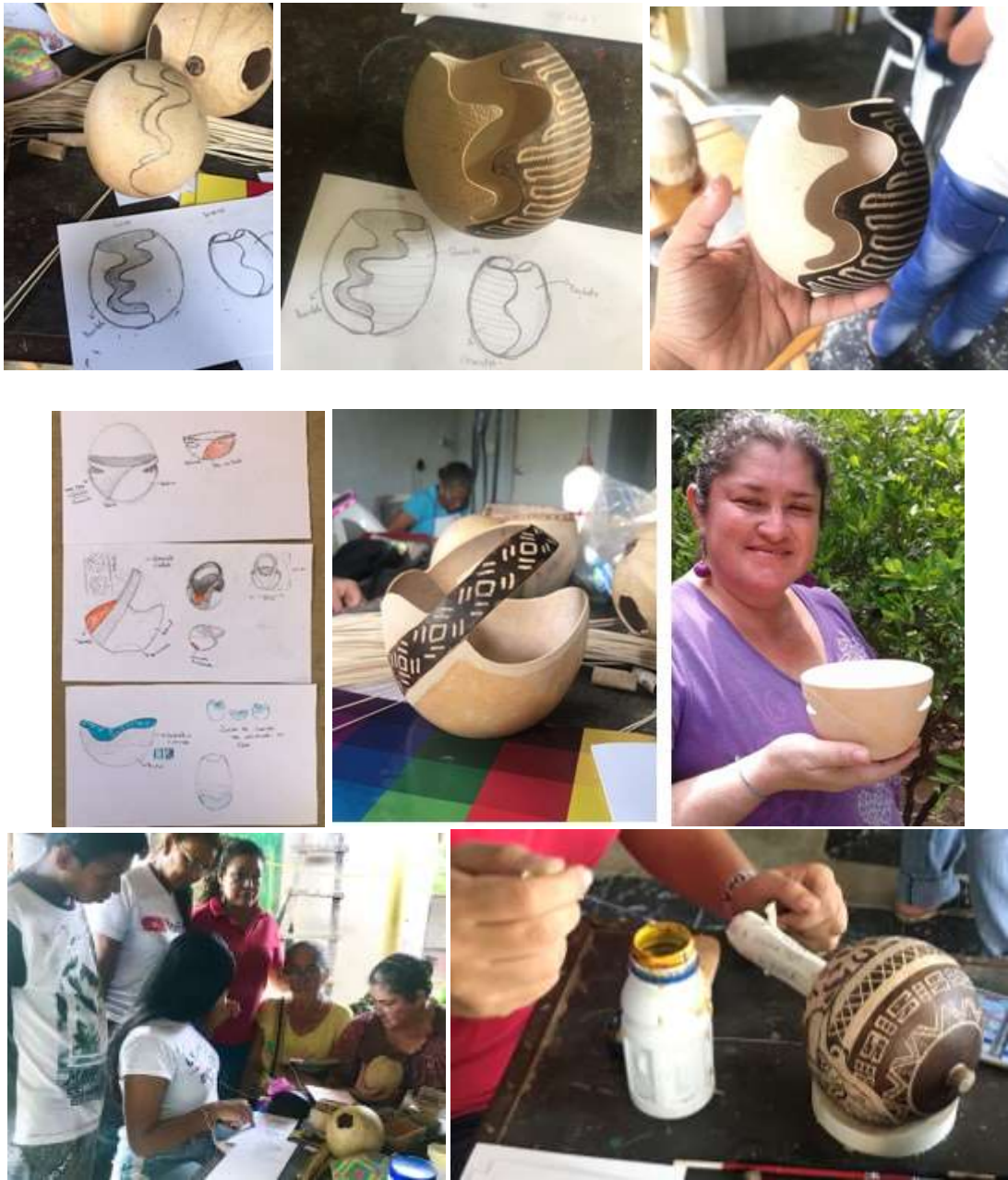
- Talleres de Diversificación

Se realizaron 11 talleres de diversificación divididos en los municipios atendidos, donde se orientó cada taller a las necesidades específicas de cada oficio. El taller se realizó bajo la metodología de *descomposición de productos*, previamente elaboración por el artesano.

**Tubará:** se realizó inicialmente el taller de diversificación contando con 9 beneficiarios del programa para trabajar en la generación de productos con perfil comercial para expo artesanías 2018.



Además se realizaron tres talleres donde se reforzaron temáticas de diseño, trabajadas en la fase anterior del proyecto, beneficiando a 28 artesanos durante los talleres. Los talleres se enfocaron a generar prototipos coherentes con la matriz de diseño propuesta por Artesanías de Colombia, identificando de forma grupal, oportunidades de mejora para los productos locales.





Asesoría en diversificación. Proceso de desarrollo de un producto.  
: Casa del Artesano Tubará. Fotos Equipo de diseño



Taller de Diversificación – Equipo de Diseño  
Lugar: Casa del artesano- Tubará. Fotografía: Artesana Minerva Navas

**Luruaco:** La diversificación que se trabajó con 14 artesanas en San Juan de Tocagua, se concentró en explorar nuevos usos para los tejidos en enea, dando como resultado, mobiliarios, canastos y otros productos que se evolucionaron para la producción de expo artesanías 2018.



Asesoría en mejoramiento de producto. Luruaco. Foto equipo de Diseño



**Usiacurí:** Se realizó con 4 unidades productivas del municipio, en el taller se trabajó la diversificación de productos enfocándolos a las categorías ofrecidas por Artesanías de Colombia, obteniendo objetos para la decoración de espacios como sala y comedor en palma de Iraca



Asesoría en mejoramiento de producto. Usiacurí. Foto equipo de Diseño

**Puerto Colombia:** se trabajó el taller de diversificación generando nuevos productos en madera naufraga, beneficiando 10 artesanos, los cuales elaboraron propuestas de diseño, teniendo en cuenta la descomposición de productos y las técnicas de manufactura conocidas.



**Suan:** Se realizó un taller de diversificación en la comunidad, en el cual se logró conceptualizar una línea de productos por cada participante en la sesión. Los artesanos del municipio de Suan, a pesar de tener un dominio menor de la técnica del trabajo en totumo, tienen alto potencial de creación de nuevos productos. Se contó con la asistencia de 15 artesanos que practicaban el oficio del trabajo en totumo y algunos el tejido con fique.



Taller de diversificación- Lugar: Centro Integral de Desarrollo-Suan  
Fotografía: Alcaldía de Suan

**Soledad:** Se realizó un taller de diversificación, donde buscamos generar líneas de productos con un uso distinto al normalmente trabajado por los artesanos, donde se lograron interesantes propuestas de productos y posibilidades bajo las técnicas dominadas por cada artesano. El municipio carece de una identidad uniforme dentro de los oficios de practican.



Taller de diversificación  
Lugar: Punto Vive Digital – Soledad - Fotografía: Equipo de diseño

**Galapa:** Se realizaron 2 talleres de diversificación con los artesanos del municipio de Galapa donde se enfocó a generar líneas de productos tallados en madera. Se beneficiaron 13 artesanos. Se logró identificar nuevos artesanos con tradición familiar en los oficios de Talla en madera y

Papel Mache, trabajando en propuestas de producto con alto contenido cultural y proyección comercial.



Galapa- Taller de diversificación. Lugar: Biblioteca del MuGa, Galapa  
Foto. Equipo de diseño. Galapa

#### 5.4. Dinámica del mercado

- Talleres de Tendencias

Se realizaron los talleres de tendencias en los municipios de Galapa, Suan, Soledad, Tubará, Puerto Colombia, Polonuevo, Usiacurí y Luruaco, donde se orientaron las temáticas de acuerdo a la necesidad de la comunidad artesana, atendiendo 20 artesanos. Este taller tuvo la participación de artesanos de distintos oficios con interés de perfilar sus productos a nuevos mercados y con un lenguaje estético distinto. Los Artesanos recibieron los conceptos de tendencias, observaron las tendencias propuestas para el 2018 y aprendieron como aplicarlas a la elaboración de sus productos.

#### 5.5. Proceso Creativo



Para el *proceso de diseño* se retoman las temáticas socializadas en los talleres anteriores, que complementan el desarrollo de productos y enriquecen las propuestas generadas.

- Taller de color y textura

Se beneficiaron 38 artesanos en los municipios de Tubará, Galapa, Luruaco, Usiacurí y Puerto Colombia, durante la realización de talleres de color y 34 en talleres de textura, donde través de ejercicios prácticos, los artesanos hicieron composiciones de colores y texturas tomando como referentes los productos que realizaban de acuerdo a sus oficios.



Taller de textura y color. Tubará. Foto equipo de Diseño



Taller de textura y color en Luruaco. Foto equipo de Diseño





Taller de color y texturas. Foto equipo de diseño. Galapa



Taller de color y texturas. Foto equipo de diseño. Usiacurí

En el municipio de Soledad, se realizó un taller con los artesanos donde hicieron exploración de color y textura con diferentes materiales al alcance, creando paletas de color y combinaciones para sus productos, bajo la matriz de diseño propuesta por Artesanías de Colombia para el 2018. Los artesanos demostraron alto dominio en la práctica con color e interés en crear productos bajo estos lineamientos.





Talleres de texturas y color .  
Soledad. Fotos Equipo de diseño

En el municipio de Suan, la exploración de color y textura se realizó de forma más conceptual, a través de la creación de paletas de color utilizando, fibras, colores y otros materiales que tuvieron al alcance. Los artesanos de Suan están iniciando el proceso de sensibilización a temáticas de diseño, por lo que los resultados de su trabajo están orientados a prototipos donde exploren la forma y las posibilidades de intervención que brinda el material.



Resultados del taller de Color  
Lugar: Centro Integral de Desarrollo -Fotografía: Alcaldía de Suan



Se realizó el taller de color y textura en el municipio de Polonuevo donde se socializó con los artesanos los contenidos de la teoría del color y la matriz de diseño de artesanías de Colombia para el 2018. Se realizaron ejercicios prácticos para aplicar los contenidos aprendidos.



Resultados del taller de Color  
Polonuevo. -Fotografía: Equipo de Diseño

- Talleres de Creatividad

Se realizaron talleres de creatividad en los municipios de San Juan de Tocagua, Paluato y Usiacurí, para definir en cual componente se debía encaminar la asesoría, como es rescate, diversificación, mejoramiento técnico, innovación.



Definir el tipo de asistencia en diseño- Taller de diseño participativo  
Lugar: Iruaco – San Juan de Tocagua - Foto: Yenis González - Nov. 2018

**San Juan de Tocagua** se encaminó hacia el mejoramiento técnico debido a que los productos presentaban falencias en sus acabados. Se fortaleció en el fileteado de los contenedores, tejidos tafetán y sarga. De igual manera se realizó un repaso del proceso del tinturado con plantas naturales.

**Galapa**, corregimiento de Paluato, el taller se dirigió hacia innovación, ya que elaboran en los diferentes talleres los mismos productos como son porta-cazuelas, gallinas para huevos, bandejas,



etc. También fue importante el mejoramiento de los mismos cambiando las bases de madera triplex por tejido, lo que hace que tengan un valor percibido mayor. Se fortaleció en creación de nuevos productos ya que por lo general todos los artesanos elaboran los mismos objetos y algunos tienen como complemento madera en las bases.



Taller diseño participativo  
Lugar: Galapa - Paluato. Foto: María Elena Uribe.

En Usiacurí se orientó el taller de creatividad hacia la diversificación y rescate ya que han dejado de elaborar productos que fueron exitosos por dedicarse únicamente a los que están de moda como son bolsos y carteras. También se realizó la presentación de tendencias de color 2018



Artesanos de Usiacurí e taller de Codiseño y de Tendencias de color.  
Lugar: Casa Artesanal de Usiacurí

## 5.6. Diseño y desarrollo de la presentación comercial

- Taller de empaque

Se realizaron jornadas de sensibilización, donde a través de sesiones participativas se trabajó con el artesano el tema de empaque en el contexto artesana y la importancia del mismo en la presentación comercial de su producto.



En los municipios de Suan y Soledad se mostraron diferentes alternativas artesanales y eco-amigables, con las cuales elaborar empaques de bajo costo, además se mostraron las principales funciones del empaque y el embalaje al momento de realizar un envío de productos en grandes volúmenes.



Taller de empaque en el contexto artesanal.  
Lugar: Centro Integral de Desarrollo (CID), Suan Fotografía: Alcaldía de Suan

En el municipio de Polonuevo, se realizó un taller de creación de empaques donde se trabajó a partir de los productos elaborados por la comunidad de artesanos, en las que se diseñaron alternativas de empaque e acuerdo a las características de tamaño, forma, material y conservación de los productos.



Taller de empaque .  
Municipio de Polonuevo. Equipo de Diseño

Se hizo acompañamiento a los artesanos de Luruaco, Galapa, Usiacurí, Puerto Colombia y Tubará, en el empaque y embalaje de los productos enviados a Bogotá para Expoartesánías, con el fin de garantizar que los productos llegaran en óptimas condiciones.



Revisión de diseños y prototipos de productos  
Lugar: Casa del Artesano – Tubará - Fotografía: Equipo de Diseño

- Talleres de Vitrinismo

Se realizaron tres talleres de Vitrinismo en los municipios de Suan, Soledad y Galapa, donde se trabajó con los artesanos en estrategias de exhibición de acuerdo al tipo de producto y al oficio que practicaban.



Taller de Vitrinismo de producto Soledad Fotografía: Equipo de diseño



- Desarrollo de Portafolio de productos

Se realizó un desarrollo de portafolio de producto para una asociación de artesanos del municipio de Tubará en el cual se expusieron los artículos desarrollados durante los talleres técnicos.

### 5.7. Asesorías Puntuales

- Asesorías en diseño de producto

Se realizaron asesorías puntuales a los beneficiarios del programa durante el desarrollo de los talleres *Maestro Artesano*, en el seguimiento a producción y las solicitadas por las unidades artesanales con el fin de proponer mejoras en sus procesos productivos, generar propuestas de producto para producción local e identificar cuáles son sus fortalezas y debilidades.

Se realizaron asesorías a los artesanos Dionisio Vargas, Edilsa Baldomino y Lesbia Jiménez, durante el proceso de *Medalla a la Maestría* donde se les apoyó en el registro fotográfico de sus productos y en la gestión de los trámites administrativos.





Visita Diagnóstico al taller de instrumentos musicales  
Lugar: Taller San Martín – Tubará Fotografía: Equipo de Diseño



Asesoría Puntual en Diseño – Equipo de Diseño  
Lugar: Taller del Mango Padilla -Fotografía: Equipo de Diseño



Proceso de co-creación de propuestas gráficas en instrumentos musicales  
Lugar: Taller San Martín – Tubará - Fotografía: Equipo de diseño





Asesoría puntual en diseño y diversificación de productos  
Soledad Fotografía: Equipo de Diseño



Asesoría puntual en diseño en papel mache.  
Soledad- Fotografía: Equipo de diseño



Asesoría Puntual en Diseño -Lugar: Centro Integral de Desarrollo-Suan  
Fotografía: Alcaldía de Suan



Asesoría Puntual en Diseño -Lugar: Soledad  
Fotografía: Equipo de Diseño

- Asesorías en diagnóstico de producto

Se realizaron 12 asesorías puntuales en el municipio de Malambo, donde se aplicó el formato de *Rueda Lid* para identificar los oficios que se practican en el municipio, fortalezas y debilidades en aspectos de comercialización, mercadeo, marca y costos. En la aplicación de los formatos se logró identificar una debilidad global en la parte de comercialización, mercadeo y costeo del producto artesanal, ya que muchos desconocen herramientas para caracterizar sus potenciales clientes.





### 5.8. Programa Maestro Artesano

Durante el mes de noviembre se dio cumplimiento a actividades taller de mejoramiento técnico en los procesos para transformar la materia prima contemplado dentro de los contenidos del programa Maestro Artesano

Se realizó seguimiento a los talleres de transferencia de conocimiento y mejoramiento técnico a los talleres dictados en 7 municipios cobijados por el proyecto, verificando que se siguieran los planes de acción establecidos.

Polo Nuevo: Dionisio Vargas Taller en talla de madera





Seguimiento a taller de maestro Artesano Polonuevo . Foto equipo de Diseño

Usiacurí: Edilsa Baldomino, y Lesvia Jiménez Taller en tejeduría sobre estructura Luruaco: Aníbal González Taller en tejido sin estructura continuo.

Puerto Colombia: Edgardo Pertuz Taller en tratamiento de materia prima y transformación de la misma.

Soledad: Luis Carlos Asís Taller en talla de madera mascarar tradicionales y Edwin Asís técnica de papel maché





Seguimiento maestro artesano Soledad. Fotos Equipo diseño

Suan: Alex Castro taller en talla de totumo



Seguimiento del programa maestro artesano.  
Lugar: Centro Integral de Desarrollo-Suan Fotografía: Alcaldía de Suan

Tubará: Juan Uran taller para mejoramiento de la técnica en talla de totumo



Seguimiento del programa maestro artesano.  
Lugar: Casa del Artesano. Tubará. Fotografía: Equipo de diseño



## 6. Módulo de Comercialización

Artesanías de Colombia, junto con la gobernación del Atlántico, a través de la creación del mapa comercial busca dinamizar las ventas de los artesanos al hacerlos conocedores de los eventos y fiestas que se realizan en todo su departamento. Este mapa comercial elaborado por el Laboratorio de Diseño Atlántico tiene el objetivo de brindar conocimiento acerca de los eventos de los diferentes municipios, dejando claro el contexto al que pertenecen junto con las fechas y lugares de realización de los mismos, para que los artesanos puedan moverse comercialmente en los municipios aledaños o de residencia.

Esta información le permite a los artesanos tener un mayor control sobre sus ventas y sobre la población a la cual se le exhibe el producto, lo cual ayuda a direccionar sus artesanías conforme a los eventos; acomodando su oficio y oferta de productos a las necesidades de la población.

El levantamiento de información (investigación) tiene como objetivo general el elaborar un mapa comercial para vender los productos artesanales de los departamentos de atlántico, bolívar, córdoba y sucre.

Y sus objetivos específicos son:

- Identificar las ferias locales y regionales para la comercialización de las artesanías de los departamentos de atlántico, bolívar, córdoba y sucre.
- Diseñar los canales óptimos de comercialización de acuerdo a cada tipo de artesanía y mercado objetivo.
- Adelantar acciones de comunicación para iniciar contacto con los organizadores de los distintos eventos de los departamentos de atlántico, bolívar, córdoba y sucre, para lograr la participación de los artesanos en estos eventos durante todo el año.

### 6.1. Políticas de Desarrollo

Se elaboró mapa comercial regional para minimizar la dependencia de los artesanos de los clientes locales. Para ello se mantuvo comunicación con los diferentes entes organizadores de las ferias en



los departamentos de Atlántico, Bolívar, Córdoba y Sucre. De igual forma se investigó el nivel de importancia de cada feria y fiesta de cada incluyendo la captura de datos; constituyendo este mapa como una herramienta clave para orientar la innovación y adecuación de la oferta de productos desde la demanda y requerimientos de clientes.

Se elaboró base de datos de los actores de la red artesanal. En ella se encuentra la información general de los establecimientos que tienen relación con las artesanías. Con esta base de datos los artesanos tendrán la oportunidad de ampliar la oferta de sus productos en el mercado local.

A continuación se presenta el diseño metodológico de la investigación, las variables que se midieron en cada segmento, los resultados y las conclusiones generales del estudio.

Se adjuntan los anexos de los resultados por cada segmento, la tabulación en Excel, las gráficas y porcentajes de apoyo a los artesanos en los departamentos censados.

### *Metodología*

El nicho del mercado con el cual el área comercial mantuvo contacto fueron específicamente los funcionarios y organizadores de los eventos culturales que definen la identidad cultural y las tradiciones de cada municipio de Atlántico, Bolívar, Córdoba y Sucre; los cuales se encargaron de suministrar información que no se pudo encontrar en el internet y que a base de su experiencia del evento en sus versiones anteriores, nos dieron gran material en información.

Para complementar la información brindada por los funcionarios municipales, se utilizaron instrumentos para la recopilación de la información por medio de Internet fueron: sitios web de alcaldías y gobernaciones, folletos, libros, guías turísticas, redes sociales y correos electrónicos, así como los medios de comunicación masiva, como la televisión y YouTube.

Este mapa comercial contiene:<sup>1</sup>

- Perfil del evento
- Tipo de Evento
- Duración (tiempo del evento, fechas)
- Lugar de realización del evento
- Quien organiza el evento
- Quien patrocina el evento
- Estrategias para lograr la participación del mayor número de individuos (publicidad, promoción, ventas, invitación a bandas y personas influyentes etc.)
- Número de contacto y correo para los interesados a participar en los eventos

---

<sup>1</sup> El 55% de la información presente en el mapa comercial fue suministrada a través de las llamadas telefónicas realizadas a los entes organizadores. El restante 45% fue hallado a través de internet.





- La opción de participación de los artesanos en las diferentes ferias y fiestas de los municipios junto con lo que el organizador ofrece a los artesanos participantes (mesa, mantel, silla, transporte)
- Factor diferenciador del evento para el 2019

## **6.2. Metodología Módulo Comercial.**

Desde el módulo de comercialización se levantó una base de datos departamental acerca de las celebraciones y ferias realizadas durante el año, se midieron las posibilidades de participación de artesanos en cada una de ellas, así como también se describió evento por evento a la vez que se facilitaron detalles de contacto para los interesados en hacer parte de la experiencia. Esta herramienta se levanta con el objetivo principal de que el artesano se acerque al organizador de la celebración colectiva con un producto de caracterización de oficio que se relacione de cierto modo con el evento, pensado para la utilidad de los asistentes al evento y con la finalidad de seguir fomentando el comercio tradicional y la propagación de la cultura.

### **6.2.1. Objetivos del Mapa Comercial:**

- Revalorizar al comercio tradicional de los departamentos de Atlántico, Bolívar, Córdoba y Sucre.
- Trabajar para ofrecerles un servicio más amplio a los artesanos para el fortalecimiento de la competitividad artesanal en dichos departamentos.
- Ofrecerles una herramienta sencilla y de costo cero para posicionar a los artesanos en los diferentes eventos departamentales.
- Ser la primera herramienta comercial desarrollada por el Laboratorio de Diseño e Innovación Atlántico para el artesano.
- Ser una herramienta de consulta y creadora de nuevas oportunidades de comercio artesanal al participar en fiestas culturales.
- Apoyar el desarrollo comercial de las artesanías en la Región Caribe.

### **6.1.2. Características del Mapa Comercial**

- Búsqueda rápida de los comercios artesanales.
- Fácil utilización, intuitiva y de sencilla comprensión.
- Resultados de fiestas y ferias descritas y precisas.
- Motiva al artesano a conocer el entorno comercial que lo rodea, sus oportunidades, amenazas y competencias.



- Permite el desarrollo económico, social y cultural, de los artesanos del caribe colombiano logrando una mejor calidad de vida para esta población.

Los productos artesanales al ser de rasgos distintivos pueden ser utilizados como objetos estéticos, artísticos, culturales, decorativos, funcionales, tradicionales, religiosos y socialmente simbólicos. Es por ello que la información del mercado es lo principal para asegurar la comercialización artesanal, por lo cual es de vital importancia la calidad, el acabado, el precio del producto y la oportunidad de venta. Este último es desarrollado a través de la herramienta del mapa comercial, que busca mostrar a los artesanos los eventos con mayor número de consumidores y de mercados.

A partir de este mapa comercial se logra visualizar de manera directa la programación anual cultural en materia de fiestas de cada departamento; de esta manera se recopiló la información necesaria para la investigación.

### **6.3. Planteamiento Del Problema (Departamentos).**

#### **6.3.1 Contexto Socio geográfico.**

En la mayoría de municipios o corregimientos donde se detectaron eventos culturales, hay presencia de artesanos nativos, los cuales son partícipes de dicha actividad. Ello permitió levantar el mapa comercial para las fiestas de Atlántico, Bolívar, Córdoba y Sucre; que incluyó la captura de datos, el análisis de variables, informe e interpretación de datos y que constituye una herramienta clave para orientar la innovación y adecuación de la oferta de productos desde la demanda y requerimientos de clientes.

El análisis del mapa comercial nos permite visualizar el problema u oportunidad de acuerdo a la situación actual del mercado de los artesanos, ya que es de gran ayuda el que todos los artesanos tengan el conocimiento de las ferias y fiestas que se desarrollan en su departamento. De esta forma los artesanos junto con la ayuda del Laboratorio de Diseño pueden visualizar y conocer las percepciones de los consumidores (visitantes, turistas, locales, entidades públicas, etc.), que asisten a los eventos culturales.

El Laboratorio de Diseño e Innovación para el Desarrollo de la Actividad Artesanal del Departamento del Atlántico, ha trazado el componente de comercialización que incluye la elaboración de un mapa comercial para facilitar espacios de ventas municipales y departamentales. En cada municipio (de los departamentos de Atlántico, Bolívar, Córdoba y Sucre), se han destacado fiestas y celebraciones que se llevan a cabo durante todo el año; las cuales han mantenido la tradición y el legado por generaciones. Sin embargo el desconocimiento de éstos



eventos puede perjudicar o estancar las ventas de los artesanos, los cuales intentan establecer un proceso de producción a pequeña escala que les permita subsistir por la comercialización de los productos.

La falta de eficientes canales establecidos para la comercialización efectiva de artesanías, genera escasez de recursos en los artesanos para ciertas épocas del año. Los artesanos requieren de mayor participación en ferias y eventos donde se les brinden espacios para la comercialización de sus productos. Por su parte, los artesanos se ven dispuestos a trasladarse a diferentes lugares para participar en los eventos que le generen mayores ingresos que egresos.

El principal problema que se evidenció en este componente proyectual del laboratorio radica en la búsqueda de contactos organizadores de los eventos, las fechas programadas para el año 2019 y si el evento tiene espacios para la participación activa o no de los artesanos.

A la hora de realizar las consultas vía web por las páginas departamentales y municipales para alimentar la investigación se pudo identificar que dichas páginas web no brindaron información de mucha ayuda, por lo cual la información de los eventos en general no fue de fácil acceso; como solución se continuó a las sesiones de llamadas telefónicas, a los números proporcionados por los sitios web de las alcaldías. Al llamar a los números indicados, muchos aparecían como errados, fuera de servicio o no contestaban después de varias llamadas. Una vez más se comprueba que la información proporcionada no es la correcta o no se encuentra actualizada; hecho que obstaculiza el levantamiento directo de información.

El contacto a teléfonos particulares y la solicitud de mayores contactos e información por medio de correos electrónicos, proporcionaron la mayor parte de datos del mapa comercial. Cabe resaltar que dichos datos se debieron a la colaboración de los funcionarios municipales, los cuales después de conocer la causa de la investigación y el camino el cual llevaría la información, brindaron su apoyo a la elaboración de este mapa comercial que favorece el crecimiento artesanal de sus municipios o departamentos en general.

## **6.4 Análisis general de fiestas importantes por departamento**

### **6.4.1 Atlántico**

El departamento del Atlántico está compuesto por 19 municipios con celebraciones de gran auge cultural y que se agasajan a lo largo del año. Se investigaron las 38 festividades proporcionadas en el formato y al analizar por completo la información obtenida se estableció que:

- Existe un buen apoyo por parte del departamento hacia a los artesanos. El 68,4% de las fiestas célebres tienen participaciones de artesanos, dejando sólo el 31,6% sin su participación.



- De los eventos del Atlántico que se encuentran sin espacios para artesanos están: los eventos de teatro, arte, muestras musicales de jazz, eventos alternativos de público selecto y fiestas patronales de 2 municipios específicos. Esto nos muestra que el área que las artesanías aún no abarcan es de un ámbito con mercado heterogéneo, en el que vale la pena que las artesanías sean incluidas. Este público suele tener sensibilidad hacia lo hecho a mano, por lo cual tienden a valorar más lo nacional.
- El gráfico siguiente ejemplifica las fiestas que tienen en cuenta a los artesanos, éstos se ven apoyados con sillas, mesas de trabajo, manteles y un stand definido. Las entidades de apoyo a los artesanos como la Gobernación del Atlántico brindan auxilio en la gran mayoría de los eventos, al ser organizadores y/o patrocinadores de las ferias y fiestas llevadas a cabo en el departamento.

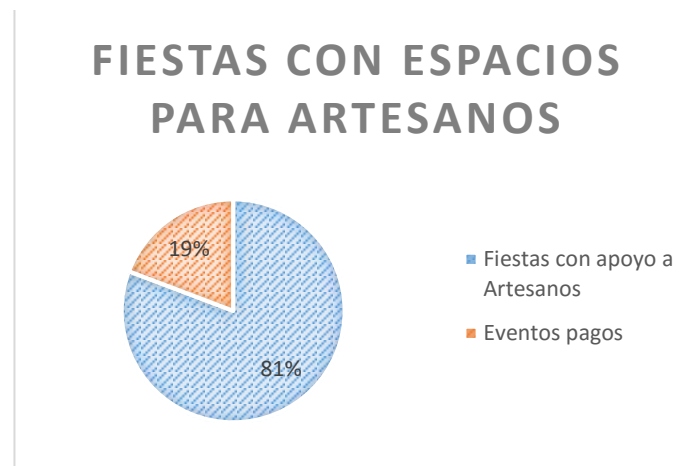


Diagrama de torta que simboliza la relación de fiestas con artesanos en Atlántico, discriminando los que deben recibir apoyo por parte de los organizadores y los que no.

Gráfico 1. Los porcentajes del diagrama de torta corresponden a: (eventos con apoyo: **21 eventos**; y eventos sin apoyo: **5 fiestas**)

- De éstas fiestas en las que si participan artesanos podemos comentar que existe un apoyo significativo por parte de las entidades organizadoras de los eventos hacia los artesanos. De esto podemos concluir que en las fiestas del Atlántico se le brinda un buen amparo a éstos. Gracias al soporte de la Gobernación del Atlántico y de las Alcaldías municipales junto a la ayuda de entidades como el SENA, el Atlántico crece tanto en programas de emprendimiento como en el área artesanal. Se vive en constante mejora y en busca de la contribución en pro de los artesanos.

#### 6.4.1.1 Fiestas del Departamento del Atlántico para Artesanos

- En el marco de *Los Carnavales de Barranquilla* se hace el evento de La Lectura del Bando y Coronación en el municipio de **Soledad** (por ser un evento que identifica a todos los



costeños y que reúne a todos los habitantes). El evento consta de la participación de grupos folclóricos, la organización del evento facilita una mesa con su respectiva silla al ser ubicados en carpas que se ubican en la plaza del municipio, lugar donde se realiza y culmina la coronación. La participación es gratuita para los artesanos apoyados por la Secretaría de Cultura del municipio de Soledad.

- La calle del sabor a la orilla del Río Magdalena en la capital del departamento: **Barranquilla** (por que los habitantes disfrutan del Gran Malecón y es un abre bocas de la reconocida feria gastronómica Sabor Barranquilla). Se participa con la pago de un cupo que le concede el derecho al artesano de una mesa con mantel y silla, este evento se realiza solo el día domingo en horario de 8 am a 7 pm, por estar junto al Rio, hace mucha brisa y los artículos que se expongan deben ser asegurados con algún peso para que estos no se vuelen de las mesas, el mismo día se llevan los productos al malecón y al final del día se los deben llevar.
- Sabor Barranquilla en la capital del departamento: **Barranquilla** (por que recibe más de 26.800 visitantes, es un evento de gastronomía caribe y llama la atención de muchas personas). Si se abre espacio para artesanos y éstos pueden participan como independientes cancelando un puesto que consiste de una mesa con dos sillas y tiene un valor entre los 3 o 4 millones de pesos; o por otro lado participando a través de alguna de las entidades que patrocinan este evento, (La Gobernación del Atlántico, El Sena o Fenalco). La mercancía se debe llevar el día anterior a la inauguración del evento para poder dar inicio al evento y así contar con los productos dentro del recinto ferial e iniciar a exponerlos en total calma.
- Barranquilla Fashion Week en La Ventana al Mundo y La Intendencia Fluvial en la capital del departamento: **Barranquilla** (por ser un evento que el evento que mezcla “moda, turismo, música, salud y belleza” en un mismo escenario y atraer a muchas clases de público). No ha existido en las últimas versiones espacios para la participación de la artesanía, pero los organizadores han comentado que se puede programar un cambio en esto para el BQFW del 2019, ya que en el pasado cuando este evento era patrocinado por la gobernación, solían asistir artesanos y microempresarios afines a la temática.
- Festival Gastronómico Caribe Gourmet en la capital del departamento: **Barranquilla** (por ser un evento familiar al aire libre que ofrece grandes posibilidades de mercado a todos los participantes). El evento se realiza durante un fin de semana, por lo regular desde el día viernes. El evento es abierto a los artesanos o marcas que quieran exponer sus productos, el evento suministra una mesa y una silla por participante correspondiente a un stand, con un costo de \$ 1.500.000. Los emprendedores pertenecientes a un programa específico participan gratis a través de la entidad SENA.

#### 6.4.2. Bolívar



El documento del departamento de Bolívar contiene 36 municipios con fiestas representativas celebradas durante el año. Se averiguaron 188 eventos y ferias ofrecidas por el departamento y al analizar por completo la información obtenida se estableció que:

- En el departamento del Bolívar el 92% de las fiestas son organizadas por entidades públicas, las cuales incluyen entidades gubernamentales y religiosas. Sin embargo la gran mayoría de éstas no cuentan con apoyo para los artesanos, lo cual representa una amenaza al mercado artesanal y es la razón por la cual los artesanos participan de manera independiente en las ferias.
- Ese 8% de eventos realizados por entidades privadas podría ser de gran aporte para la actividad artesanal, ya que representan un ámbito de moda y de gran auge a nivel departamental; lo que conlleva de un mayor patrocinio por parte de estos organismos y se espera sea posible una gestión en este sentido para el 2019.



Diagrama de torta que simboliza las fiestas con y sin artesanos en Bolívar.

Gráfico 2. Los porcentajes del diagrama de torta corresponden a: (eventos con sin artesanos: **165 eventos**; y eventos con artesanos: **23 fiestas**)

- Se observa que en el departamento de Bolívar la población suele asistir mayormente a fiestas no artesanales, como lo son aquellas de corte gastronómico, musical y turístico. Con lo anterior se ve reflejado el poco patrocinio que los artesanos reciben por parte de las entidades organizadoras. Sin embargo la artesanía no está tan alejada a éstos temas, por lo cual se gestionará en aquellos eventos para que pueda garantizarse su participación.

#### 6.4.2.1 Fiestas del Departamento de Bolívar para Artesanos.

- Farex Feria de Artesanías de Exportación en el **Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias** (por resaltar la cultura colombiana por medio de una exhibición de artesanías



de alta calidad y facilitarle a los artesanos la apertura de nuevos mercados para sus productos al crear oportunidades de negocios). Para participar se debe inscribir el artesano vía web y pasar por la rigurosa selección. Luego de ser escogidos deberán pagar el stand que les asegura un puesto en la feria.

- Ixel Moda en el **Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias** (por su capacidad de generar empleo en las diferentes competencias y su potencial de crecimiento hacen que sea prioridad en la agenda interna de productividad y competitividad de la región). Dentro del marco de este evento existe un capítulo hecho a mano donde participan diferentes representantes de las artesanías del departamento. Al contactar con ICULTUR los artesanos participan pagando una inscripción, ya sea de \$380.000 si es estudiante o de \$680.000 si no lo es.
- Festival internacional de Cine en Cartagena en el **Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias** (por el desarrollo del cine colombiano y su divulgación internacional). Este evento no cuenta con la participación de artesanos, ya que solo es un evento internacional de cine. Pero es de gran importancia y reúne a personas importantes en el ámbito cinematográfico. Se gestionará la posibilidad de que las artesanías puedan hacer parte de este evento exclusivo.
- Fiestas de Independencia en el **Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias** (por que cuenta con numerosos elementos carnalescos como desfiles de carrozas, disfraces, comparsas, música de bandas y fuegos artificiales; todo ello atrae al público y por lo tanto brinda oportunidades de venta). Estas fiestas no cuentan con artesanos, son solo fiestas culturales que se llevan al aire libre, no se presta para la venta y exposición de artesanías pero se tratará de gestionar un espacio ya que estas fiestas son de gran concurrencia y fama.
- Mercado Cultural del Caribe en el **Distrito Turístico y Cultural de Cartagena de Indias** (por ser una plataforma de intercambio comercial de productos y servicios en Colombia y el Caribe, que busca ampliar lazos de cooperación y facilitar intercambios y negocios en música y danza). En este evento se realiza un capítulo en especial para una exposición de artesanías y su participación tiene un costo de alrededor de \$200.000.

### 6.4.3 Córdoba

El documento del departamento de Córdoba está compuesto por 19 municipios con eventos de gran importancia a lo largo del año. Se investigaron las 30 festividades ofrecidas en el formato y al analizar por completo la información obtenida se estableció que:

- El 6,6% de las fiestas ya no se realizan en el departamento. Estas celebraciones no se realizan hace 4 o 6 años, por lo cual este hecho ya no afecta a los artesanos debido a que éstos ya se adaptaron.



➤ 13 fiestas en el departamento de Córdoba no abren espacios para la exhibición y participación de los artesanos, lo cual representa el 43,3% de los eventos postulados. Esto se ha logrado mejorar al gestionar espacios contactando a los organizadores de dichos eventos, esto logra aumentar la intervención de los artesanos.

➤ En contraste el 56,7% de los eventos si brinda espacios de comercialización de artesanías por parte de artesanos y de manera gratuita, lo cual corresponde a 17 fiestas, todas con participación gratuita. Esto último motiva al artesano(a) a exhibir su producto al público oriundo a la región.

### DESCRIPCIÓN DE FIESTAS SIN ARTESANOS

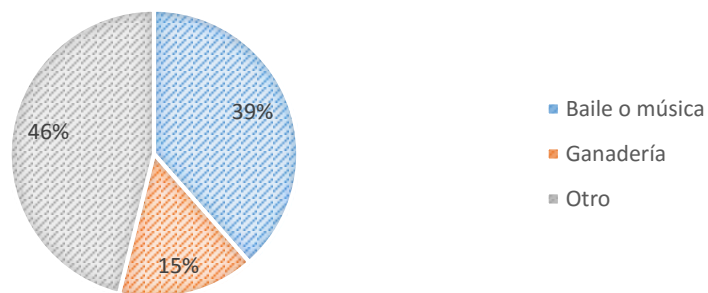


Diagrama de torta que simboliza las fiestas en las que no están incluidos los artesanos (el 43,3% de las fiestas que se celebran en Córdoba durante el año).

Gráfico 3. Los porcentajes del diagrama de torta corresponden a: (eventos de ganadería: **2 eventos**; celebraciones de baile o música: **5 celebraciones**; y fiestas de otro motivo: **6 fiestas**)

➤ Éste gráfico representa los eventos cordobeses que no cuentan con espacios de muestra artesanal. Las fiestas representadas por “Otro” hacen referencia a fiestas religiosas o que se realizan para recaudo de recursos para la parroquia y a eventos para la comunidad. En cuanto a la programación de baile y/o música se destaca el Festival Nacional del Porro, realizado en el municipio de San Pelayo. Este evento cuenta con la asistencia de más de 1000 personas y la participación de alrededor de 800 músicos, por lo cual es de gran interés que los artesanos tengan la oportunidad de asistir al presentar sus productos. Por tal objeto se está gestionando a través de llamadas la opción de un área que brinde un punto de comercialización de artesanías musicales o de un motivo relativo al festival.

En general es preocupante ver que casi la mitad de las festividades celebradas en Córdoba no ofrecen un apoyo por parte de los organizadores, lo cual demuestra que aún hay mucho por coordinar para poder gestionar espacios de mercado artesanal. A finales del año 2018 se han





realizado y se seguirán ejecutando llamadas para informar del catálogo de productos a los organizadores con vistas a la inclusión de los artesanos para el 2019 y disminuir el porcentaje de fiestas sin muestras artesanales. Se busca crear un contacto que cree un vínculo entre el coordinador del evento y el Laboratorio de Diseño e Innovación, para que al formarse sea el paso a un acuerdo que iría de la mano de los Enlaces Departamentales para el beneficio de los artesanos y su intervención necesaria en los eventos proyectados en el mapa comercial.

#### **6.4.3.1 Fiestas del Departamento de Córdoba para Artesanos**

- Festival Nacional del Porro en el municipio de **San Pelayo** (por su popularidad, y número de asistentes influyentes en el medio). Se está gestionando la posibilidad de que los artesanos puedan participar.
- Feria Nacional Artesanal en el municipio de **Montería** (por su disponibilidad hacia los artesanos y porque se celebra en Montería, el municipio más nombrado en Córdoba). La feria es sólo para que los artesanos puedan comercializar sus productos con personas de todo el país y del exterior. El objetivo principal de esta feria es abrir mercados a los artesanos del departamento de Córdoba, mostrando la variedad y calidad de sus productos. Se ofrece espacio y mesa para que los artesanos puedan organizar su mercancía y es gratuito.
- Festival de Corralejas en el municipio de **Valencia** (por su notoriedad en el departamento de Córdoba, son varios los asistentes y el apoyo que ofrece a los artesanos). Asisten anualmente artesanos que ofrecen sus productos y se les ofrece una mesa de exhibición con participación gratuita.
- Festival Artesanal y Cultura del Sombrero Vueltiao en el municipio de **Tuchín** (por ser un evento especialmente para los artesanos y para el reconocimiento a su esfuerzo y dedicación). Durante el festival se fabrican y comercializan artesanías a base de caña flecha además del típico Sombrero Vueltiao. A cada artesano se le proporciona un stand y la inscripción y asistencia es gratuita.
- Concurso Nacional de Bandas Folclóricas en el municipio de **Planeta Rica** (por su renombre y por la concurrencia de muchas personas del municipio). El concurso consta de una logística que acepta a los artesanos que mandan propuesta de productos artesanales y así participan de manera gratuita.

#### **6.4.4. Sucre**

El documento del departamento de Sucre está compuesto por 37 municipios de basta identidad cultural en los que se celebran 96 festividades, al analizar el formato por completo se estableció que:



- En Sucre la gran mayoría de festividades son de corte religioso, en éstas los artesanos participan de manera independiente pagando un impuesto que les garantiza un stand para ofrecer al público sus artículos.
- Se pudo observar que en el departamento de Sucre 78 fiestas disponen de la intervención de artesanos; pero de éstas 78, sólo 13 fiestas les brindan patrocinio.

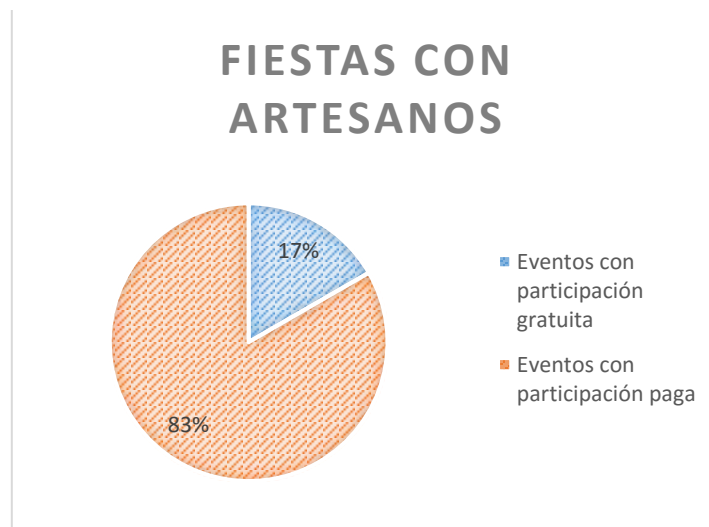


Diagrama de torta que simboliza la relación de fiestas con artesanos en Sucre, discriminando los que deben pagar y los que no, para poder participar.

Gráfico 4. Los porcentajes del diagrama de torta corresponden a: (eventos gratuitos: **13 eventos**; y eventos pagos: **65 fiestas**)

- Las restantes 65 fiestas no ofrecen apoyo en la inscripción por lo tanto los artesanos deben pagar para poder hacer parte de la celebración. Este hecho es bastante preocupante debido a que los artesanos del departamento de Sucre pierden el interés en intervenir en las fiestas departamentales.

En ciertas poblaciones de Sucre, como Morroa, muchos de los jóvenes tienen como principal fuente de ingresos para financiar sus estudios la artesanía. Pero al no recibir el apoyo necesario de las entidades organizacionales, éstos se desinteresan y buscan otro quehacer, en la mayoría de los casos optando por delinquir y actuar fuera del marco legal.

- Los habitantes de Sucre son una población que dispone de un gran número de artesanos, pero se ven limitados debido a que no cuentan con ningún tipo de apoyo por parte de ninguna entidad. De la Gobernación de Sucre se destinaba un rubro para la actividad artesanal, pero debido a nuevas reformas, éste ente dejó de proporcionar tal apoyo económico. Éste es un llamado a los entes correspondientes para que puedan disponer del gran recurso cultural y artesanal con el que cuenta el departamento.



➤ Recientemente se está en llamadas con los gestores de las ferias y fiestas para establecer conversaciones, en las que se pueda llegar a una participación en los eventos que no cuentan con espacio para artesanos, y que en la manera de lo posible este espacio sea gratuito; todo esto con el fin de dinamizar las ventas de los artesanos.

#### ***6.4.4.1 Fiestas del Departamento de Sucre para Artesanos.***

- Fiestas del Dulce Nombre de Jesús o del 20 de Enero en el municipio de **Sincelejo** (por su significancia ante la comunidad sucreña, ésta fiesta es la más significativa para éste departamento).
- Corralejas en el municipio de **Sincelejo** (por el enorme gusto que profesa la comunidad hacia los eventos de corte taurino, lo cual conlleva que el evento cuente con muchos espectadores).
- Carnavales en los Municipios de Corozal, Ovejas, Los palmitos, Albania y el Corregimiento de Chochó en todos los **municipios nombrados** y en el **corregimiento de Chochó** (por el hecho de que el departamento debe ser reconocido a nivel nacional debido a que éste también cuenta con celebraciones carnestolendas, además de que los sucreños piensan que Colombia debe crecer en sus carnavales, tanto en los existentes como en los recientemente introducidos).
- \*En las 3 celebraciones anteriormente mencionadas se cumple la particularidad de que los artesanos participan pero son externos al evento, ya que el evento no ofrece espacios para comercializar artesanías. Es por ello que los artesanos optan por montar su stand de manera independiente en el puesto que ellos consideran que hay mayor circulación de espectadores. Se está en conversaciones y en espera de una respuesta a la posibilidad de un área especial para la exhibición de artesanías en éstos eventos.
- Muestra Internacional de Danzas en el municipio de **Sincelejo** (por su carácter internacional y por el respaldo que brinda La Secretaría Departamental de Cultura y Turismo hacia la actividad artesanal). Si existe una participación activa de los artesanos, se les proporcionan stands bajo ranchas y algunos con carpas, al igual que tienen auxilios en transporte y alimentación.
- Eventos Culturales de Celebración de Aniversario del Departamento de Sucre en el municipio de **Sincelejo** (por su valor tradicional y por el Patrimonio Cultural, Histórico e inmaterial que posee el departamento). En estos eventos se participa al pagar un alquiler que le permite al artesano ubicarse en un espacio asignado, el cual será su puesto de trabajo y de exhibición. Algunos artesanos no poseen los recursos necesarios para participar de manera



adecuada, y optan por llegar al evento y exponen sus productos en un espacio informal y establecen su stand de manera no oficial.

## 6.5. Propiedad Intelectual

Dando cumplimiento a las actividades del módulo de comercialización, se realizó jornada de registro de marca, con el objetivo de darle a conocer a los artesanos lo importante de registrar sus marcas y poder franquiciar, licenciar, transferir, explotar y usar un signo distintivo para generar recordación y publicidad. Para el desarrollo de esta actividad, se contó con un Profesional de Gestión, de la Subgerencia de Desarrollo de Artesanías de Colombia y un profesional de la Superintendencia de Industria y Comercio.

A esta jornada asistieron representantes de las comunidades de Galapa, Usiacurí, Soledad, Puerto Colombia, de los oficios patrimoniales del departamento.

Esta actividad la inició el representante de la Superintendencia de Industria y Comercio, realizando una presentación donde da a conocer los puntos claves para realizar un registro de marca exitoso. Luego el profesional de Artesanías de Colombia, informa a los artesanos sobre el convenio suscrito entre Artesanías de Colombia y la Superintendencia de Industria y Comercio- SIC que tiene como uno de sus fines principales crear un mecanismo conjunto de apoyo para incentivar el registro de los signos distintivos (marcas comerciales) en el sector artesanal colombiano. De igual forma señaló cuales eran los requisitos solicitados para realizar el registro.

## 6.6. Marcas para solicitar registro

Nombre de la marca: Artesanías El Progreso Las Sanjuaneras

Los datos son:

Nombre Titular: Yenis González Jiménez

Cédula de Ciudadanía: 22.728.388

Nacionalidad: Colombiana

Dirección: Calle 3 No. 2-19 San Juan de  
Tocagua

Municipio: Luruaco, Atlántico

Correo: yenise2011@hotmail.com

Celular: 315-537-9161

Listado de Productos:

**Línea Hogar:** Canastos, cestos, puffs, individuales, bancos.

Nombre Marca: Edilsa Baldomino Tejeduría en Iraca



Los datos son:

Nombre Titular: Edilsa Baldomino

Cédula: 22.744.216

Nacionalidad: colombiana

Dirección: Calle 8 A 15-70

Municipio: Usiacurí, Atlántico

Correo: [edilsabaldomino@hotmail.com](mailto:edilsabaldomino@hotmail.com)

Celular: 300-515-9791

Listado de Productos:

**Línea Hogar:** cofres, individuales, tocados, aretes, paneros, fruteros, centros de mesa

**Línea Accesorios:** bolsos, aretes, tocados.

Nombre Marca: JELL Talla en Madera

Los datos son:

Nombre Titular: Javier Enrique Llanos Meola

Cédula: 1.047.230.277

Nacionalidad: colombiana

Dirección: Calle 13 No. 13-26

Municipio: Galapa, Atlántico

Correo: [javillanos\\_05@hotmail.com](mailto:javillanos_05@hotmail.com)

Celular: 3043838733

Listado de Productos:

**Línea Hogar:** máscaras, imanes, servilleteros, bandejas, esculturas, juego de cubiertos.

**Línea Oficina:** tarjeteros, porta clics, porta lápices, abre cartas.

Nombre Marca: Centro de Aprendizaje del Arte Mocana

Los datos son:

Nombre Titular: Kallil Jair De la Cruz Pertuz

Cédula: 1.047.214.737

Nacionalidad: colombiana

Dirección: Calle 3D NO. 16C-17

Municipio: Galapa, Atlántico

Correo: [kallil121985@gmail.com](mailto:kallil121985@gmail.com)

Celular: 320 525 2142

Listado de Productos:

**Línea Hogar:** porta vasos, máscaras, vasos, platos, cucharas, bandejas, salseros, saleros.

**Línea Oficina:** portalápices, bolígrafos, porta clics.

También proteger el servicio como escuela de formación en el oficio de talla de madera.



Nombre Marca: ACIRE

Los datos son:

Nombre Titular: Erika Mercedes Barraza Valeth

Cédula: 22.745.763

Nacionalidad: colombiana

Dirección: Calle 12 No. 20-58 Barrio Nueva Esperanza

Municipio: Usiacurí, Atlántico

Correo: erizos0874@hotmail.com

Celular: 3104449975

Listado de Productos:

**Línea Hogar:** individuales, centros de mesa, lámparas, cuadros, porta vasos, servilleteros

**Línea Accesorios:** bolsos, carteras, aretes y collares

Nombre Marca: Tropicoco

Los datos son:

Nombre Titular: Carlos David Chingtang

Cédula: 1.044.425.853

Nacionalidad: colombiana

Dirección: Autopista Puerto Colombia Km 10 La Y

Municipio: Puerto Colombia, Atlántico

Correo: tropicocobaq@gmail.com

Celular: 3017840094

Listado de Productos:

**Línea alimentos:** aceite, agua, concentrado de coco, coco rallado deshidratado, crema de coco.



## 7. Oras Actividades

Desde el Laboratorio de Diseño e Innovación del Atlántico se apoyó toda la ejecución del proyecto y se ejecutaron además otras gestiones como:

- Se socializaron los resultados y logros del proyecto 2017 en diferentes instancias gubernamentales. Así mismo se socializó la propuesta de proyecto para el año 2018, donde expresó su interés en firmar un nuevo convenio con Artesanías de Colombia.
- Se asistió y participó en la reunión en el municipio de Malambo – Atlántico el 22 de Noviembre de 2018, a la que asistieron Roquelina Blanco – Consejera indígena mokana, Rafael Blanco – Gobernador indígena mokana, Jennifer Fontalvo – Enlace indígena, cabildo mokana. Para darle cumplimiento al compromiso adquirido en el “Taller Construyendo País”.
- Se participó en la Mesa Técnica del Atlántico para la construcción del plan estratégico de desarrollo de la Región Administrativa de Planificación Caribe (RAP Caribe), realizada por la Gobernación del Atlántico. En ella se expuso la necesidad de conformarlo. Las mesas técnicas de planificación se desarrollaron en cada uno de los departamentos que componen la Región Administrativa y de Planeación Caribe. Este fue un espacio en donde los actores de interés de cada departamento contribuyeron con sus propuestas a la elaboración del plan estratégico regional. Los siete ejes estratégicos fueron: 1. Superación de la pobreza extrema. 2. Consolidación de identidad cultural. 3. Infraestructura de transporte y servicios públicos. 4. Competitividad y desarrollo económico. 5. Buen gobierno y fortalecimiento de finanzas territoriales. 6. Soberanía y seguridad alimentaria. 7. Ordenamiento territorial, recuperación y preservación de ecosistemas estratégicos y gestión de riesgo.
- Se asistió a “Conversemos sobre la ley naranja” (Industrias Culturales y Creativas), realizado por el Ministerio de Cultura, Universidad Simón Bolívar y la Alcaldía de Barranquilla. Esta convocatoria se realizó con el fin de reunir a los actores de la economía naranja del departamento para que participen activamente, inscribiéndose dentro del proceso que desarrolla el gobierno y que se incluyan en los cluster existentes de economía naranja. Así mismo informaron que el trabajo de mapeo elaborado por la Universidad Atlántico con Findeter lo van a subir a los datos del DANE, quien va a incluir en el PIB y en las ventas del departamento, para saber el equivalente de economía naranja en la economía.



- Se asistió al evento “ARTICULACIÓN DE LA ESTRATEGIA CLUSTER PARA EL DISTRITO DE INNOVACIÓN DEL ATLÁNTICO” patrocinado por Red Cluster Colombia, el ministerio de comercio industria y turismo, la Comisión Regional de la Competitividad en asocio de la Gobernación del Atlántico y la Secretaria de Desarrollo. A él asistieron representantes de los diez clusters del departamento para comenzar a perfilar como se empezará a evaluarlos. Este es un proceso que tarda seis meses y se repite cada dos años; la idea es que en cada cluster el gobierno opine, la academia opine, los empresarios opinen y la comisión regional de la competitividad también lo haga.
- Se participó en reuniones de gestión de recursos para el desarrollo de la actividad artesanal durante la vigencia 2019, en la gobernación del Atlántico, en las que se propusieron actividades a desarrollar (unas para darles continuidad y otras para realizarse por primera vez); con la solicitud de que se atienda el municipio de Piojó, quienes quieren ser apoyados para mejorar su técnica en el oficio de tejeduría de palma.





## 8. RESULTADOS

Se realizó una labor sensibilización en diseño y producción en las comunidades artesanas de los 8 municipios atendidos por el proyecto, cumpliendo con las metas propuestas al equipo de diseño.

Se cumplió con la realización de los talleres de sensibilización en diseño, donde los artesanos aprendieron e interiorizaron conceptos de diseño, identidad, referentes, tendencias, empaque entre otros, verificables en los archivos anexos a este informe.

La Misión Técnica a la Laguna de Fúquene fue fundamental para la transferencia tecnológica y de saberes en la técnica de amarres o de “bulto”, en enea y junco, con el compromiso de multiplicar en las diferentes unidades.

Se trabajó de la mano con los maestros artesanos para impartir conocimientos en el perfeccionamiento de la técnica y oficio específico de la comunidad intervenida, que buscaba ofrecer una mejor calidad en la manufactura de las artesanías del departamento.

Se realizó un proceso de co-diseño con los artesanos seleccionado para plantear diseños que fueron sometidos a varias correcciones a lo largo del período, las cuales sirvieron para plantear propuestas alineadas con la identidad y tradiciones de los oficios.

Se realizó un acompañamiento a los artesanos en el proceso productivo de la producción piloto para la feria Expoartesanías 2018, donde se solucionaron inconvenientes dentro de la fabricación de los productos.

Se envió la producción piloto de los productos para Expoartesanías 2018.



## 9. CONCLUSIONES

- El proyecto beneficio a más de 250 artesanos, los cuales con un constante, oportuno y temprano seguimiento seguirán mejorando y fortaleciendo su actividad artesanal.
- Gran número de unidades artesanales buscan potencializar sus modelos de negocio y requieren de asesoría para organizar, direccionar y sostener su gestión diaria, sin esto su crecimiento sería limitado y por ende podrían desaparecer. El inicio de un modelo de negocio digital requiere del apoyo de varias instituciones que logren desde ampliación de cobertura de internet como ocurre en corregimientos como San Juan de Tocagua donde es escasa la señal, hasta el equipamiento con celulares inteligentes, tabletas o computadores que permitan que esto sea una realidad.
- La mayoría de las unidades productivas artesanales tienen como clientes a distribuidores y comercializadores que permiten una producción constante durante el año y con los cuales se tiene una propuesta de valor que recae en el precio y la calidad. Sin embargo, es necesario que los artesanos inicien en sus emprendimientos procesos de gestión comercial y que los dividan en etapas como: señalización o identificación de clientes, negociación y seguimiento y fidelización.
- La mayoría de los emprendimientos no cuenta con algún producto financiero, cuenta de ahorros, datáfono o un mecanismo de pago en línea. Así mismo tienen escasa designación de roles de trabajo, así como equipos organizados en objetivos comunes o propósitos que permitan articular mejor la organización.
- Desvinculación de artesanos a las asociaciones o cooperativas por no encontrar una propuesta de valor que les permita seguir como asociados, prácticamente solo se unen cuando existen ferias para gestionar el stand o revisar qué producción exhibirá cada uno.
- En municipios como Galapa, Usiacurí, Luruaco es necesario apoyo para la adecuación o construcción de talleres de producción con las normas adecuadas y con la respetiva creación de un Sistema de Gestión Seguridad y Salud en el Trabajo, esto podría implementarse en unidades productivas con diez empleados en adelante. Todas las organizaciones necesitan desarrollar actividades para apalancar sus costos fijos, que son necesarios para cubrir gastos como compra de equipos, herramientas, sueldos fijos, arriendo, o en el caso de las asociaciones tener liquidez financiera para prestar a sus asociados como capital semilla cuando lo necesiten.
- El proyecto brindó las herramientas y el acompañamiento necesario para que las unidades artesanales beneficiadas pudieran fortalecer su línea de producción y diseño, obteniendo excelentes resultados en el proceso; se elaboraron productos atractivos que generaron un impacto



positivo en Expoartesanías 2018. Se resaltan los productos de Luruaco y Puerto Colombia, quienes lograron una notoria innovación en sus productos. La metodología de co - diseño tuvo éxito en las comunidades atendidas, debido a que generó empatía con los artesanos permitiendo captar su atención y disposición a trabajar en equipo. Hubo muy buena aceptación hacia el proyecto, estimulando la generación de nuevos productos y actitud propositiva frente a cada actividad. Los talleres de Maestro Artesano permitieron disipar las deficiencias técnicas identificadas en cada municipio, logrando mejorar sus habilidades, dando como resultado una mejor práctica productiva.

- Por medio de los talleres de co-diseño se pudo evidenciar una evolución en el proceso de diseño que trabaja cada artesano, siendo más conscientes de los recursos estéticos con los que cuentan y proyectando sus productos con un perfil más comercial, teniendo en cuenta los conceptos trabajados.

A nivel específico en cada uno de los municipios en cuanto a los módulos de diseño y producción se concluye:

- Galapa: Las unidades artesanales se encuentran fortalecidas en el área de producción. Sin embargo se hace necesario el acompañamiento permanente en diseño. Ya que el artesano carece del conocimiento y la visión para entender los mercados donde las artesanías de alta calidad se mueven.
- Suan: La intervención en diseño tuvo un impacto muy positivo en el municipio, ya que le proporcionó a los artesanos herramientas que le permitieron generar nuevos productos.
- Soledad: Las intervenciones estéticas de sus productos carecen de identidad que por medio del diseño se puede mejorar.
- Tubará: Se evidenció un mayor desarrollo en los productos realizados durante las asesorías y los talleres técnicos, producto del continuo acompañamiento realizado a la comunidad.

Las artesanas expresaron lo siguiente:

- Una experiencia maravillosa ya que aprendieron una nueva técnica que contribuirá a la generación de ingresos para sus familias.
- Intercambio de saberes con otra comunidad que trabaja la misma fibra.
- Agradecimiento a la Gobernación del Atlántico y a Artesanías de Colombia por la oportunidad brindada de realizar esta misión técnica con todas las comodidades.
- Exhibición de los productos realizados ante las directivas de Artesanías de Colombia con el fin de que apreciaran los trabajos hechos durante la misión.
- Compromiso de unirse para sacar adelante el taller y elaborar productos con calidad, identidad y alto contenido de diseño.



- Mediante este análisis se determinaron las oportunidades y amenazas para los artesanos de los departamentos de Atlántico, Bolívar, Córdoba y Sucre. El consumidor artesanal será ahora el que podrá comprar las artesanías ya sea como objeto de recuerdo o de regalo, al asistir y adquirirlas en los eventos culturales; representando para el artesano la divulgación de su oficio y la remuneración de haber participado en la demostración cultural.
- La construcción del mapa comercial permitió evidenciar falencias y plantear para mejorar la posición de las artesanías municipales en el mercado. A través de esta herramienta se apoya a la comunidad en el mejoramiento de actitudes comerciales para el mercadeo directo. Buscó también motivar al conocimiento de las festividades municipales realizadas anualmente, divulgar la información de dichos festejos y asegurar el acceso de las artesanías a la ciudadanía.
- Las ferias artesanales que se efectúan a nivel nacional tienen aceptación cada vez más amplia en el mercado nacional, aquellas buscan un acercamiento del hacedor del oficio hacia el comprador final o usuario, ya que al eliminar a los terceros se aumentan las ganancias del artesano. Existe gran desinformación acerca de las ferias y fiestas en la región; por lo cual sólo los habitantes y artesanos del municipio o de sectores aledaños conocen éstos tradicionales eventos. Esto sectoriza la población que podría participar para la exposición y venta de sus productos.
- Entre los 4 departamentos analizados se puede concluir que el departamento con mayor participación de los artesanos y el que apoya con mayores resultados al sector cultural es el departamento del Atlántico. Sin embargo es triste ver que a pesar de tener gran campo en materia artesanal, Sucre es el departamento con menos apoyo a los artesanos, lo cual los desampara y desmotiva en su arte.
- El mapa comercial conlleva a que el artesano adapte su producto al mercado objetivo a penetrar (las ferias y fiestas); al conocer y tener empatía con el segmento objetivo, se mejoran las posibilidades de penetrar el mercado y se obtiene una buena propuesta artesanal para los embajadores de los eventos. Para los organizadores de las fiestas y celebraciones es de interés en el mayor de los casos, la participación de los artesanos al exhibir sus artesanías, ya que esto también llama la atención del público espectador y genera mayor interés en la concurrencia del evento.
- Un producto con buena calidad, diseño y acabado que evoque el estilo y la cultura regional, temática con excelente presentación, representa un gana y gana para el artesano y para el gestor del evento que busca posicionamiento a nivel social. Esta herramienta facilita la comunicación artesano-logística de evento.
- Las herramientas entregadas se dividieron en 24 unidades artesanales de los municipios de Galapa, Usiacurí, Luruaco, Polo Nuevo, Puerto Colombia, Suan, y Soledad con lo cual se espera los artesanos que recibieron estos insumos puedan mejorar su capacidad productiva y acabados finales.



## 10. LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Al hacer levantamiento de información para mapa comercial:

- No se pudo obtener información en algunos números de la alcaldía que proporcionaba la página web o Legal App ya que no atendieron el teléfono o el número estaba errado. Al igual que muchas páginas mostrar errores 404 o su información era escasa y desactualizada.
- Algunas alcaldías no mostraron interés en brindar la información, y negaban saber acerca de la actividad. Muchas de las fiestas y celebraciones fueron nombradas sin tener en cuenta que ya tenían años sin realizarse, otras fiestas patronales se repitieron y sólo al momento de llamar se confirmó que era el mismo evento llamado de varias formas. Algunos eventos eran descritos en municipios como lugar ejecución cuando en verdad ocurrían en corregimientos, éste error entorpeció el proceso de búsqueda online, pero se solucionó al contactar con el organizador.
- No atienden en algunas entidades y en algunos casos se reusaron dar la información por no estar en sus funciones hacerlo o por desconocimiento. Esto sucedió reiteradamente en el departamento de Sucre, y en general hasta antes de nombrar a la empresa, los funcionarios fueron cerrados a la hora de brindar datos sobre eventos y fechas. El formato contaba con fiestas que no suministraban la información de donde se realizaban (municipio o corregimiento), muchas de éstas eran fiestas poco conocidas y fue difícil averiguar su procedencia.
- En lo concerniente a las fechas para el 2019 y datos del organizador se tuvo que llamar incontables veces durante muchos días para obtener respuestas desconcertantes o insuficientes. Se presentaron casos donde la zona y tipo de evento no brindaba información en lo absoluto al buscarlo vía web, sólo después de llamar y solicitar contactos a funcionarios que si cooperaron, los cuales nos redirigían a otros, se obtuvo lo buscado desde un principio.
- Se evidenció escaso dinamismo de las unidades productivas para crear, diseñar, investigar, generar nuevos productos, buscar nuevas materias primas, revisar tendencias y analizar la competencia y el comportamiento de los clientes que compra los productos.



## 11. RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS

Es muy importante que el proyecto tenga continuidad para que el trabajo que se ha venido desarrollando no se pierda con el tiempo y si poder obtener muchos más resultados positivos.

- Se debe clasificar los emprendimientos en principiantes, avanzados o en estado de maduración del modelo de negocio y construir una propuesta donde se fortalezcan sus buenas prácticas y se realicen talleres puntuales en marketing, branding, innovación de productos por medio del *design thinking*.
- Es necesario continuar con una asesoría especial en transformación digital de la empresa artesana con énfasis en desarrollar indicadores o metas que permitan identificar el éxito o fracaso de sus estrategias digitales.
- Se puede promover el inicio de una red mundial que permita conectar artesanos de otros países para que compartan sus experiencias y si es posible realicen intercambios de transferencia de conocimientos y habilidades.
- En nuevos proyectos, el *módulo de diseño* debe iniciarse con mayor anticipación y contar con más tiempo para minimizar inconvenientes en la producción de prototipos. Se recomienda analizar la caracterización del oficio para establecer los tiempos de entrega factibles cumplir. La mayoría de los artesanos suelen trabajar en talleres hechizos que carecen a veces de condiciones mínimas para realizar esta labor.
- Considerar anticipos de pago debido a que muchos artesanos viven de pedidos y no cuentan con una base dinero extra para la compra de materiales, envío y el financiamiento de una producción.
- Se sugiere brindar asesorías de diseño permanentes a unidades productivas que han realizado el módulo de diseño en años anteriores para darle continuidad a su proceso, con el fin de monitorear su evolución y apoyarlos en temas de diseño donde puedan elaborar productos con mayor riqueza estética, en todo caso en meses diferentes a noviembre y diciembre. En esta época los artesanos no están muy dispuestos a participar ya que tienen compromisos adquiridos con ferias y clientes de fin de año



- Se recomienda trabajar el módulo de *Maestro Artesano* en niveles de acuerdo a la experticia de la técnica que maneje el artesano, clasificándolos en *principiantes* y *avanzados*, para obtener mayores alcances en cada módulo, esto debido a que año tras años se han vinculado nuevos beneficiarios que tienen un dominio de la técnica menor que los beneficiarios antiguos.
- Se sugiere la previa investigación de las fiestas departamentales para facilitar el proceso de investigación.
- Se sugiere a las administraciones departamentales nutrir sus sitios web con los eventos municipales, contactos directos y eficaces que brinden información certera.
- Se sugiere un cambio en la metodología de este levantamiento de mapa comercial, de tal manera que se contacte con las entidades que proporcionan la información de manera personal, apartando previa cita con ellos. Esto hace que la información sea compilada de una manera más directa y que el proceso de obtención sea menos dispendioso y monótono.
- Se sugiere la previa investigación de las fiestas departamentales para facilitar el proceso de investigación.
- Se sugiere a las administraciones departamentales nutrir sus sitios web con los eventos municipales, contactos directos y eficaces que brinden información certera.
- Se sugiere un cambio en la metodología de este levantamiento de mapa comercial, de tal manera que se contacte con las entidades que proporcionan la información de manera personal, apartando previa cita con ellos. Esto hace que la información sea compilada de una manera más directa y que el proceso de obtención sea menos dispendioso y monótono.
- Se sugiere un cambio en la metodología de este levantamiento de mapa comercial, de tal manera que se contacte con las entidades que proporcionan la información de manera personal, apartando previa cita con ellos. Esto hace que la información sea compilada de una manera más directa y que el proceso de obtención sea menos dispendioso y monótono.
- Siendo la tecnología una forma de vida, la relación con los clientes necesita de un modelo de negocio digital que permita interactuar ágilmente. Por lo tanto, los planes de negocio tuvieron como fin posicionar las marcas de las unidades productivas por medio de las redes sociales, crear correos electrónicos para el envío de promociones y publicidad, gestionar una base de datos de clientes para iniciar seguimiento y fidelización. Resulta crucial también generar un portafolio de productos, y complementarlo con redes como Instagram, una plataforma puramente visual que necesita de unas actividades claves como fotografías de



calidad, publicar contenido regularmente, tener una paleta de colores y usar etiquetas a sus publicaciones.

Con base en el estudio comercial en materia de ferias y fiestas de las artesanías de los departamentos de Atlántico, Bolívar, Córdoba y Sucre:

- • Se debe ampliar la promoción de los eventos departamentales al igual que la participación de las artesanías como símbolo étnico y cultural de la región.
- • Se requiere de mayor patrocinio por parte de las organizaciones gubernamentales hacia la actividad artesanal, a lo que respecta a los departamentos de Bolívar y Sucre; y de manera no tan crítica en Córdoba.
- • Se debe ampliar la divulgación artesanal en los departamentos con el fin de que el interés de los organizadores en incluir las artesanías por su variedad, diseño y acabado aumente. Esto favorece el desarrollo económico, social y cultural, de los artesanos y del caribe colombiano, logrando una mejor calidad de vida para esta población.
- • Se debe trabajar en las páginas web municipales, con el fin de que sean informativas, llamativas y sobretodo con noticias veraces y que confirmen el respaldo de los organizadores. Muchas de ellas no son concretas, ofrecen información ineficiente y no incluyen datos de los eventos distintivos y fiestas culturales realizadas a nivel local.
- En general se necesita fortalecer la actividad artesanal en los departamentos de Sucre, Bolívar y Córdoba. En Atlántico aumentar la participación artesanal en los eventos que aún no abren áreas de comercialización para artesanos. Los artesanos manifiestan su interés en participar y fomentar el amor por la artesanía, igualmente se muestran interesados en organizar de manera efectiva su sector comercial.





## 12. GLOSARIO

**CORREGIMIENTO:** En Colombia se aplica la palabra corregimiento a las poblaciones que no alcanzan el carácter de municipio, siendo su jurisdicción supeditada a un municipio o, en el caso de los corregimientos departamentales, directamente administrados por los departamentos. Los centros de poblamiento se denominan veredas.

**MAPA COMERCIAL:** Herramienta de búsqueda comercial en la que se especifican las fiestas y celebraciones de los departamentos durante el año, en las que pueden participar artesanos.



### 13. BIBLIOGRAFÍA

- WIKIPEDIA. “Corregimientos de Colombia”, disponible en: ([https://es.wikipedia.org/wiki/Corregimientos\\_de\\_Colombia](https://es.wikipedia.org/wiki/Corregimientos_de_Colombia)).
  
- OSTERWALDER. Alexander y Pigneur Yves. Generación de modelos de negocio. Traductor: Vázquez Cao, Lara. Tercera Edición. España: Deusto S.A. Ediciones, 2011.
  
- Mapa de empatía. Empathy maps [en línea]. Disponible en: <https://docs.google.com/drawings/d/13rGGSx9-k0N2x49ki6gRymoDNZd6jK0px6zzgEQ1JI/edit>
  
- Innumerables sitios web.