

A close-up photograph of an elderly woman with long dark hair, wearing a vibrant yellow blouse with intricate blue, red, and green geometric patterns. She is focused on her craft, weaving a basket from long, thin palm leaves. Her hands are weathered and skilled. The background is a blurred outdoor setting with reddish-brown earth.

# EL LEGADO DE NUESTROS MAYORES

› MEMORIAS 2018 ‹

“Programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial para  
Pueblos Indígenas y Comunidades Negras, Afrocolombianas,  
Raizales y Palenqueras - Narp en Colombia”

Apoya:



# CRÉDITOS

## ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A

Ana María Fries

**Gerente general**

Jimena Puyo Posada

**Subgerente desarrollo y fortalecimiento del sector artesanal**

Marisol Pérez Rozo

**Profesional de gestión de la subgerencia de desarrollo y fortalecimiento del sector artesanal**

Camilo Ernesto Rodríguez Villamil

**Especialista oficina asesora de planeación e información**

Angela Galindo / Maestra textil

Iván Camilo Rodríguez / Diseñador Industrial

Nataly Romero / Diseñadora Industrial

Omar Martínez / Diseñador Industrial

Valentina Chaux / Diseñadora Industrial

Santiago Patiño / Administrador de Negocios Internacionales

Paula Enciso / Administradora Pública

Ray Rodríguez / Antropólogo

Yesenia Trejos / Antropóloga

Johana Villada / Diseñadora Industrial

Pablo Borchers / Diseñador Industrial

Sandra Gutierrez / Diseñadora Gráfica

Carlos Cruz / Administrador Público

Laura Vanessa Sierra / Administradora Financiera y de Sistemas

Orlando González / Economista

Diego Díaz / Economista

**Asesores Equipo Central**

Graciela García / Diseñadora

Sandra Gómez / Diseñadora Industrial

Mauro Aparicio / Diseñador Industrial

Wilmer López / Diseñador Industrial

Alejandra Bedoya / Diseñadora Industrial

Doryeth Jimenez / Diseñadora Industrial

Angelica González / Diseñadora Industrial

Juan Camilo Cárdenas / Diseñador Gráfico

Fabio Ríos / Diseñador Industrial

Monica González / Profesional en Relaciones Intls.

Laura Marcela Acero / Administradora de Comercio Intl.

Malca Salgado / Contadora Pública

Andrés Huertas / Administrador Público

Maria Camila Díaz / Ingeniera Industrial

Angela Viviana González / Administradora de Empresas

Carlos Andrés Giraldo / Administrador de Negocios

Internacionales

Laura Alejandra Mendoza / Antropóloga

Rafael Díaz / Sociólogo

Nicolas Escobar / Antropólogo

Camilo Calderón / Antropólogo

Alejandra Cárdenas / Antropóloga

Susana Chicunque / Trabajadora Social

Laura Mendez / Antropóloga

**Asesores equipos regionales**

Yesenia Trejos

Ray Rodríguez

**Compilación y edición**

Nataly Romero

Juan Camilo Cárdenas

**Diseño y Diagramación**

Iván Ortiz

Equipo Línea étnica

de Artesanías de Colombia

**Fotografía**

## MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE COLOMBIA

Ivan Duque Márquez

**Presidente de la República**

Jose Manuel Restrepo

**Ministro de Comercio Industria y Turismo**

Saul Pineda Hoyos

**Viceministro de Desarrollo Empresarial**

Ligia Rodriguez

**Secretaria General**

Sandra Gisella Acero Walteros

**Directora de Mipymes**

Doris Gonzales

**Asesora Grupo Inclusión Social**

**Supervisora Técnica del Programa**

Nixon A. Fandiño

**Asesor Grupo Inclusión Social**

**Gerente Técnico del programa**



# TABLA DE CONTENIDO

<b>01</b>	Agradecimientos .....	<b>5</b>	<b>08</b>	Encuentros Regionales .....	<b>93</b>
<b>02</b>	Presentaciones .....	<b>7</b>		Encuentros Regionales de Economías Propias de los Pueblos Indígenas	
	Presentación MinCIT			Encuentros de Saberes de Comunidades Indígenas: “La Palabra y el Saber”	
	Presentación Artesanías de Colombia			Encuentros Empresariales de Herencias Negras, Afrocolombianas, Raizales y Palenqueras de Colombia - NARP	
<b>03</b>	Introducción .....	<b>10</b>		Encuentros de Saberes NARP.	
<b>04</b>	Grupos Artesanales Vinculados .....	<b>11</b>		Negros, Afrocolombianos, Raizales y Palenqueros de Colombia: “la raíz, la herencia, la identidad”	
<b>05</b>	Componentes para el Fortalecimiento de Grupos Artesanales .....	<b>70</b>			
	Diseño y Desarrollo de Producto				
	Fortalecimiento Técnico				
	Desarrollo Socio Organizativo				
	Gestión para la Formalización Empresarial				
<b>06</b>	Componentes para la Ejecución del Programa .....	<b>79</b>	<b>09</b>	5to. Encuentro Nacional de Economías Propias de los Pueblos Indígenas de Colombia .....	<b>107</b>
	Divulgación y Comunicación			Rueda Nacional de Negocios Étnica	
	Gestión y Articulación			Encuentro Nacional de Saberes	
	COL-COL, Maestros Ancestrales, Evento MinCIT			Galería de Saberes	
	Seguimiento y Monitoreo				
	Logística y Exhibición				
<b>07</b>	Fases del Programa .....	<b>87</b>	<b>10</b>	Participación en Eventos Internacionales .....	<b>114</b>
	Apertura Territorial			19ª Feria Internacional Fenearte	
	Diagnóstico Diferencial			New World Crafts	
	Implementación de Planes de Mejora			V Feria Tricontinental de Artesanías	
	Activación de Mercados		<b>11</b>	Casos de Éxito .....	<b>119</b>

# 01 | AGRADECIMIENTOS

Este trabajo fue posible gracias al trabajo, la creatividad y las aspiraciones de cada uno de los artesanos y artesanas que hicieron parte de este proyecto, por ello agradecemos a cada comunidad su recibimiento y dedicación, buenos deseos, recorridos guiados, rituales de protección, besos en la frente, muestras musicales, regalos artesanales, oraciones, abrazos, cafés; pero sobre todo, la confianza depositada, las palabras compartidas y la sabiduría de los mayores.

A cada líder y lideresa, agradecemos que nos hayan enseñado el camino humano de entender otras formas de ver, de comunicarnos, de concebir realidades distintas, de ponernos a prueba. Agradecemos por el enseñarnos a escuchar, a construir conjuntamente, a darle contenido a nuestras profesiones con aspectos tan invaluable como el amor por la vida, por el agua, por la tierra misma.

Agradecemos al Ministerio de Comercio Industria y Turismo, especialmente al Equipo de Inclusión Productiva, y a la Dirección de Mipymes del Viceministerio de Desarrollo Empresarial, por el interés, el compromiso y la atención constante para llevar a cabo este proyecto.

A todas las entidades del orden nacional y regional que con sus fundamentales aportes facilitaron la realización de los Encuentros Regionales de Economías Propias en las ciudades de Pereira, Medellín, Cali, Neiva, Bucaramanga, Barranquilla, y Cartagena; a los invitados e invitadas externas que hicieron parte de los Encuentros de Saberes Indígenas y de los Encuentros de Herencias NARP, por expresar y compartir con las comunidades desde sus diferentes oficios, reivindicaciones y quehaceres.

Todo nuestro agradecimiento a los y las asesoras regionales del Equipo de Etnias, que sin perder nunca el horizonte del

fortalecimiento productivo, se encargaron de potenciar el rescate y las autonomías, la comercialización digna, y el diseño respetuoso de manera integral.

Se queda en nosotros y nosotras los riachuelos que cruzamos, las mulas que cabalgamos, los puentes que cruzamos, los caminos recorridos. Serán para siempre parte de nuestra experiencia y aprendizaje.

**Equipo Central Interdisciplinario**  
**Línea de atención étnica**  
**Artesanías de Colombia**

# 02 | PRESENTACIONES

Bajo una perspectiva de desarrollo productivo incluyente, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo viene implementado desde la vigencia 2014 el Programa de Fortalecimiento Productivo y Empresarial para Pueblos Indígenas de Colombia, el cual se celebra su Quinto Aniversario.

A lo largo de 5 años se han fortalecido las economías propias de comunidades indígenas con procesos de asistencia técnica integral bajo un enfoque diferencial. En este lapso se desarrollaron 129 proyectos agroindustriales y artesanales en los que participaron 45 etnias indígenas ubicadas en 26 departamentos en las que se vieron vinculados al menos 6.600 beneficiarios.

Las comunidades participantes lograron incrementos de productividad superiores al 15%, y quedaron vinculadas en procesos de formalización mediante la gestión de registros Invima, registros de marca, y procesos de creación y/o actualización de registro mercantil.

En el componente de acceso a nuevos mercados se realizaron 29 eventos de tipo regional y 4 de tipo nacional, logrando resultados comerciales que superan los 2.800 millones de pesos en ventas y expectativas de negocios futuros de un 19% aproximadamente. Adicionalmente, hubo participación en escenarios comerciales en Italia, México, Ecuador, Brasil, Guatemala y España.

Se destaca que para esta quinta versión del programa, por primera vez se integran algunas comunidades Afrocolombianas y del pueblo Rrom. El balance final es positivo, pues se demuestra que sí es posible desarrollar

acciones afirmativas y diferenciales acordes a las necesidades de los grupos étnicos; y que su integración a sistemas económicos regionales desde una perspectiva de desarrollo productivo incluyente contribuye a su buen vivir y pervivencia.

El presente documento refleja el proceso desarrollado en vigencia 2018 así como los resultados obtenidos por el Programa durante sus 5 años de ejecución.

**Nixon Fandiño**  
**Grupo Inclusión Social y Productiva**  
**Gerente Técnico del Programa**  
**Dirección de Mipymes**  
**Viceministerio de Desarrollo Empresarial**  
**Ministerio de Comercio, Industria y Turismo**



El objetivo del programa es aunar esfuerzos para promover el fortalecimiento de la actividad artesanal de los pueblos indígenas y afrocolombianos a nivel nacional; potenciando las economías propias como alternativa productiva para impulsar la apertura de nuevos mercados.

Los medios que brindamos para dicho impulso se basan en el fortalecimiento del sector artesanal, en la asistencia técnica especializada para el desarrollo de unidades productivas étnicas, en la mejora de la productividad de los proyectos empresariales, y en el empoderamiento del papel de las mujeres artesanas como agentes claves para el desarrollo local.

Por ello, para la ejecución de la actual vigencia, contamos con una cobertura de 54 grupos étnicos; 37 comunidades pertenecientes a pueblos indígenas (16 fortalecidas y 21 nuevas) y 17 comunidades Negras, Afrocolombianas, Raizales y Palenqueras - NARP.

El programa espera seguir beneficiando las comunidades, empoderándolas y aumentando su productividad con base en la conservación del valioso acervo cultural y tradicional de las mismas.

**Diana Marisol Pérez Roza**  
**Profesional de Gestión de la Subgerencia**  
**de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal**  
**Artesanías de Colombia**

# 03 | INTRODUCCIÓN

El “Programa de fortalecimiento productivo y empresarial para pueblos indígenas en Colombia” cumple cinco años. Y con ellos, hemos de celebrar el trabajo junto a 45 pueblos indígenas, en 26 departamentos, con 129 procesos productivos que han emprendido colectiva y comunitariamente en torno a la actividad artesanal y agroindustrial.

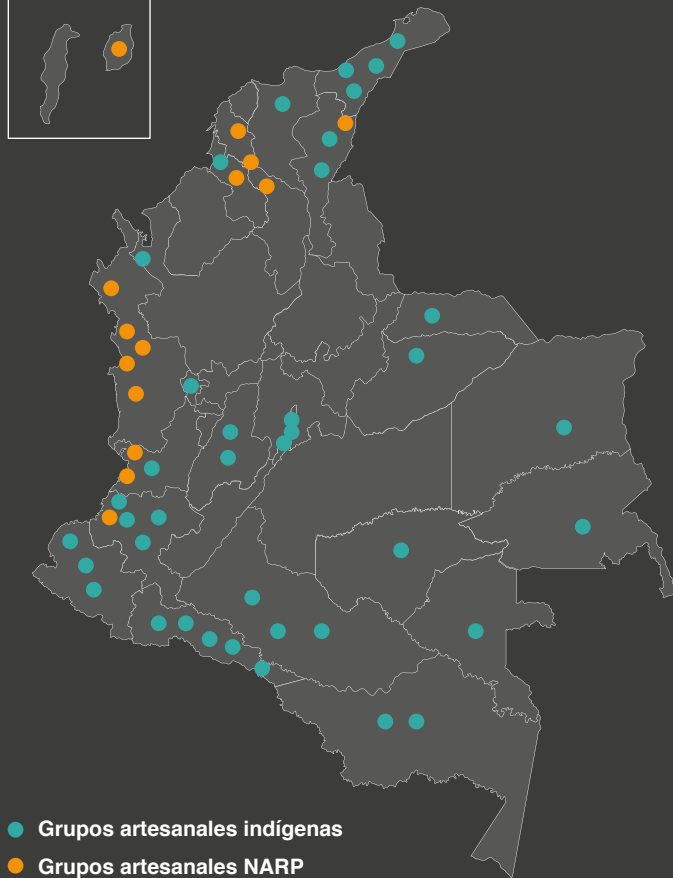
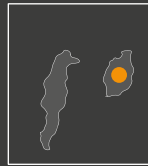
La estrategia principal del programa es el fortalecimiento integral de los componentes de diseño, producción, desarrollo humano, y comercialización artesanal con base en las necesidades y las prioridades de cada una de las comunidades vinculadas y beneficiadas. Es así que todas las acciones propenden por el rescate y la protección de los saberes culturales y la identidad transmitidos en el legado de los mayores.

Siempre es un reto traducir las necesidades de las comunidades en términos de fortalecimiento productivo, pero éste aumentó para 2018 en particular, al vincular por primera vez a las comunidades Negras, Afrocolombianas, Raizales y Palenqueras -NARP- al programa junto con algunos grupos Rrom de nuestro país. Como resultado, este año aprendimos de la riqueza que existe en las expresiones artísticas y socioculturales de 17 comunidades pertenecientes a los pueblos negros y 37 comunidades de los pueblos indígenas; desde San Andrés y La Guajira, pasando por Bolívar, Cesar, Magdalena, Sucre, Antioquia, Chocó, Arauca, Casanare, Vaupés, Guainía, Vichada, Guaviare, Amazonas, hasta el Valle del Cauca, el Cauca, Putumayo, y Nariño, compartimos con los pueblos étnicos, la palabra, la escritura, el arte y las realidades distintas.

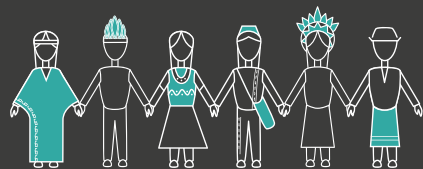
Las ventas totales para el programa de etnias para esta vigencia, fueron de \$1.704.109.560. De los cuales \$1.356.645.370 corresponden a la línea artesanal indígena; \$237.909.590 son resultado de la línea artesanal NARP; \$18.344.000 de la línea Rrom; y \$91.210.600 corresponden a la línea agroindustrial.

Estos resultados reflejan la cobertura de los grupos artesanales vinculados, los componentes y fases del programa desarrollados, los espacios de intercambio de saberes logrados, y los escenarios de comercio digno implementados; así como en la conmemoración de nuestro Quinto Encuentro Nacional de Economías Propias que evidenciaron los casos de éxito que hoy son ejemplo y referente para el emprendimiento justo.

**04 | GRUPOS  
ARTESANALES  
VINCULADOS**



- Grupos artesanales indígenas
- Grupos artesanales NARP (Negros, Afrocolombianos, Raizales y Palenqueros)



## GRUPOS ARTESANALES INDÍGENAS

**ACIVA**  
Buenaventura, Valle  
Del Cauca  
Etnia: Eperara Siapidara/  
Inga/ Wounaan

**AIPIAA**  
Manuare, La Guajira  
Etnia: Wayúu

**ALPA MAMA**  
Mocoa, Putumayo  
Etnia: Inga Kamentsa

**ARTESANÍAS YAJA**  
Belalcázar, Cauca  
Etnia: Nasa-Páez

**ARTESANÍA YUKPA**  
Becerril, Cesar  
Etnia: Yukpa

**ARTESANOS CURARTE**  
Sibundoy, Putumayo  
Etnia: Inga Kamentsa

**ARTE ZENÚ**  
San Antonio De  
Palmito, Sucre  
Etnia: Zenú

**ASOPICUMBES**  
Cumbal, Nariño  
Etnia: Pastos

**AWADURKUNA**  
Alto Fragua, Caquetá  
Etnia: Inga

**DAIRE PARA CAURE**  
Nazareth, Amazonas  
Etnia: Tikuna

**ESPIRAL MISAK ASOCIADOS**  
Silvia, Cauca  
Etnia: Misak

**ESTRELLA EINALI**  
Maicao, La Guajira  
Etnia: Wayúu

**KAMOC**  
Mocoa, Putumayo  
Etnia: Kamentsa Biya

**KANSUY**

Silvia, Cauca  
Etnia: Misak

**KATZASU**  
Orito, Putumayo  
Etnia: Awa

**KIDUA**  
Bogotá D.c, Bogotá D.c  
Etnia: Embera Katio

**KIO**  
San Jose Del Guaviare,  
Guaviare  
Etnia: Nukak/Jiw

**KUNSAMU**  
Fundación, Magdalena  
Etnia: Arhuaco

**KURMA KAÍ**  
Pueblo Rico, Risaralda  
Etnia: Embera Chamí

**MATORA**  
Chaparral, Tolima  
Etnia: Pijao

**MAMASU**  
Copey, Cesar  
Etnia: Ette Ennaka

**MORICHITO**  
Cravo Norte, Casanare  
Etnia: Sáliba

**MUTECYPA**  
Córdoba, Nariño  
Etnia: Pastos

**NIGA**  
Solano, Caquetá  
Etnia: Uitoto

**PAIREPA**  
Milán, Caquetá  
Etnia: Koreguaje

**POLINES**  
Antioquia, Uraba  
Etnia: Embera Katio

**PUERTO GOLONDRINA**  
Mítú, Vaupes  
Etnia: Cubeo

**PUREIDO**  
Cumaribo, Vichada  
Etnia: Piaroa

**SACHA**

Mocoa, Putumayo  
Etnia: Inga

**SUMAG**  
Mocoa, Putumayo  
Etnia: Inga

**TEJIENDO SABERES**  
Popayán, Cauca  
Etnia: Kokonuko

**TEJIDOS CHIVARA**  
Saravena, Arauca  
Etnia: U'Wa

**UMA**  
Rio Blanco, Tolima  
Etnia: Pijao

**WAJAPÜ**  
Maicao, La Guajira  
Etnia: Wayúu

**WHÄRKI**  
Bogotá D.c, Bogotá D.c  
Etnia: Wounaan

**WOLUNKA**  
Uribia, La Guajira  
Etnia: Wayúu

**ZARYCANHA**  
Inírida, Guanía  
Etnia: Curripaco

## GRUPOS ARTESANALES NARP - Negros, Afrocolombianos, Raizales y Palenqueros.

**AFROPATÍA**  
Maria La Baja, Bolívar  
Narp

**ARDEHIGUE**  
Higuerón, Sucre  
Narp

**ARTEGUA**  
Valledupar, Cesar  
Narp

**ARTESANOS UNIDOS DE BOLIVAR**  
Cartagena, Bolivar  
Narp

**ASOARCHI**  
Valledupar, Cesar  
Narp

**ASOMIPIVA**  
Villa Conto, Chocó  
Narp

**CREA MAS NUQUÍ**  
Nuquí, Chocó  
Narp

**DAH FIWI MACHÉ**  
San Andres Islas, San  
Andres  
Narp

**ECOMANGLAR**  
Buenaventura, Valle  
Del Cauca  
Narp

**EL TUNO**  
Buenaventura, Valle  
Del Cauca  
Narp

**MAKANIÁ**  
San Basilio De Palenque,  
Bolívar  
Narp

**MASSÁI**  
Quibdó, Chocó  
Narp

**OQUEGUA**  
Bahía Solano, Chocó  
Narp

**PRODARTE**  
Buenaventura, Valle  
Del Cauca  
Narp

**RONCO**  
Barú, Bolívar  
Narp

**SUEÑO DE ORO**  
Villa Conto, Chocó  
Narp

**TEJEDORAS DE MAMPUJÁN**  
Maria La Baja, Bolívar  
Narp





Grupos Artesanales  
**INDÍGENAS**

*Artesana del Resguardo Inga de Condagua tejiendo jigra  
Foto: Nataly Romero*





BUENAVENTURA, VALLE DEL CAUCA

ETNIA: EPERARA SIAPIDAARA / INGA / WOUNAAN

ACIVA es un grupo pluriétnico conformado por las etnias Eperera Siapidara, Inga y Wounaan, debido a la organización interna que se tiene con la representación de estos tres pueblos indígenas en el territorio.

Estos pueblos están asentados en el municipio de Buenaventura, Valle del Cauca, y es parte de la Asociación de cabildos indígenas del Valle del Cauca, regional Pacífico, establecida en el año de 1999. La actividad artesanal se ha desarrollado en su mayoría por mujeres con gran interés por fortalecer y rescatar procesos productivos artesanales tradicionales. Se logró identificar durante esta vigencia, oficios como cestería, trabajo de madera, tejeduría en werregue y bisutería en chaquira, cuyos procesos de transformación y manejo de la técnica es de excelente calidad.

Las veredas ubicadas en el Kilometro 23 de la ruta de Buenaventura, como Córdoba, La Gloria, Chonara, Ukueuja, son algunas de las comunidades beneficiadas por el grupo ACIVA; que manifiesta el trabajo de técnicas ancestrales entre pueblos hermanos.

Es por ello, que productos como los jarrones con simbología Wounaan, los canastos cuatro tetas de los Eperera, y la bisutería con la simbología Inga, son la multiplicidad de saberes y conocimientos, en un solo espacio. Los retos por el programa, consistieron en nunca dejar de reconocer las diferencias al interior del grupo, pero siempre mostrar el camino comunitario de emprender como una sola organización.

*"En resumen, todo esto es una experiencia (...)  
A mis compañeras les digo,  
tenemos que innovar para emprender".*  
Dilma Elena Chamapuro Chocho,  
artesana grupo ACIVA.



#### RESULTADOS

Productividad: 25%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Neiva, Bucaramanga, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 23

Ventas: \$6.005.000



MANUARE, LA GUAJIRA  
ETNIA: WAYÚU

Las artesanas de Aipiaa se dedican a la elaboración de mochilas, chinchorros y manillas. Son reconocidas por la tejeduría de sus mochilas tradicionales de diferentes tamaños y diversos colores. Al ser una comunidad de seguimiento en el programa, el grupo ha mostrado un avance notorio frente al fortalecimiento productivo; en términos de diseño, las artesanas se han encargado de estandarizar la producción, de rescatar las técnicas y simbología propias de los Wayúu, y de potenciar la más alta calidad en sus productos.

El crecimiento comercial en Aipiaa es incalculable, las artesanas han logrado ampliar su agenda de clientes que se reflejan en compromisos y ganancias con cada uno de ellos; han desarrollado nuevas líneas y colecciones, posicionándose dentro del mercado artesanal a nivel nacional.

Por otro lado, Aipiaa ahondó en la importancia de los elementos asociados a las condiciones medio ambientales, como indispensables para la comprensión de la cultura Wayúu, dada la necesidad que estos mismos tienen dentro de la historia de su supervivencia. El acercamiento a la identificación y el análisis de las formas organizativas de su estructura social, que devienen de la distribución de castas o clanes que están representados a través de distintos animales, ha llevado al grupo a consolidarse dentro de estos ejercicios autónomos de agrupación.

*“El territorio hace parte del pensamiento propio de la cultura y de la simbología que representa lo que es una comunidad, y que se materializa en las artesanías”.*

Adriana Ipuana Bonivento,  
artesana grupo Aipiaa.



#### RESULTADOS

Productividad: 34%

Líneas de producto desarrolladas:  
2 líneas comerciales y 1 línea  
emblemática.

Participación en eventos: Barranquilla y  
Bogotá

Beneficiarios atendidos: 16

Ventas: \$9.456.000



# ▶ ALPA MAMA

MOCOA, PUTUMAYO  
ETNIA: INGA CAMENTSÁ

Se cumplieron las expectativas que teníamos como grupo, dice la joven lideresa Paola Chindoy; darnos a conocer, atender pedidos, cumplir con la productividad, tener contactos de clientes fijos, vender, posicionarnos; todo ha sido un gran sacrificio que vale la pena, continúa. Y es que Alpa Mama, dentro de los grupos sobresalientes, definitivamente es un ejemplo a seguir.

El valor de cada una de sus artesanías, y no solamente en términos monetarios, vive en el discurso de cada uno de los miembros de la organización; acción que manifiesta la apropiación Inga Camentsa latente en cada chaquiras tejida, y en cada chumbe hilado.

Los ingresos para las madres de familia, ya que todas las mujeres tejedoras de Alpa Mama son madres, representan un gran sustento económico. Para esta vigencia, donde el grupo lleva un proceso de seguimiento, las capacitaciones giraron en torno a la sostenibilidad aún sin acompañamiento directo de Artesanías de Colombia. Por ello, ampliar el panorama de la competencia en los encuentros regionales y el encuentro nacional, fue una muestra y una exigencia de mejorar cada día más con el producto. Alpa Mama se retroalimenta, evalúa errores y cualidades, y toma decisiones para proyectarse comunitariamente. Este proceso es la perfecta metáfora del colibrí, volar hacia atrás para observar qué se ha recolectado.

## RESULTADOS

Productividad: 43.7%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Neiva, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 21

Ventas: \$10.377.000

*“Nos trazamos metas y vamos escalando (...) considero que vamos por buen camino”.*

Paola Margarita Chindoy,  
artesana grupo Alpa Mama.



# ARTESANÍAS YAJA

BELALCÁZAR, CAUCA  
ETNIA: NASA PÁEZ

La historia Páez cuenta que el municipio de Tierra Adentro era un lugar oculto a los ojos de los españoles; por ello su nombre, y que en él los indígenas se escondían entre las rocas para atacar sorpresivamente a los colonos. Hoy en día, son esos petroglifos los que se retratan en la tejeduría de Artesanías Yaja. El orgullo de ser Páez, también conocidos como Nasa, es un arraigado sentimiento comunitario que se respira en las veredas de Belalcázar.

Durante 2018, Artesanías Yaja tuvo notables avances en todos los componentes del programa. Frente al diseño, fue visible el impacto de la estandarización y la calidad de los productos; pues el grupo mostraba algunas fallas en estos ejercicios. De igual manera, se indagó junto al componente de Desarrollo humano, sobre la simbología y las representaciones ancestrales de la historia Nasa que abundan en el territorio. Y la comercialización, siendo el más grande de los retos dentro del grupo, ha nacido desde la concientización del valor de cada cuetandera, hasta el precio justo del trabajo y el esfuerzo individual y grupal.

Los chumbes, las mochilas y los sombreros, al igual que el huso que se utiliza para hilar finamente la lana de oveja son la síntesis del pensamiento plasmado en el tejido. El grupo, en palabras de Florinda Chávez, se encargará de seguir mostrando su arte y la riqueza de sus productos para que reconozcan e identifiquen la escritura Páez dentro de ellos.



*“Agradecemos a los mayores por su bondad (...) y a la juventud, que es el futuro, les digo que debemos seguir fortaleciendo y trabajando por la cultura”.*

Florinda Chávez Poche,  
artesana grupo Artesanías Yaja.

## RESULTADOS

Productividad: 25%  
Líneas de producto desarrolladas:  
2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.  
Participación en eventos: Pereira, Medellín, Bogotá.  
Beneficiarios atendidos: 35  
Ventas: \$19.046.000



# ► ARTESANÍAS YUKPA

BECCERRIL, CESAR

ETNIA: YUKPA

En el municipio de Becerril, más exactamente en el interior de la serranía del Perijá, está ubicada la comunidad indígena Yukpa. Allí, el grupo artesanal vinculado al programa, se caracteriza por la elaboración de mochilas elaboradas en fique con un proceso de tinturado con semillas y plantas de la zona, además de flechas y/o paletillas.

La comunidad Yukpa tuvo su primera experiencia en el reconocimiento de su oficio artesanal con la vigencia del programa en el 2017, aún se encuentra en proceso de rescate de su simbología y oficio, debido a que no perciben lo artesanal como un componente de generación de ingresos estable. Los Yukpa son reconocidos por la paletilla o flecha, que es elaborada con fines de cacería y defensa personal.

En diseño, se explicó a través de la experimentación en los tiempos de tinte, las diferentes tonalidades que se pueden obtener de un mismo color usando hoja de bija, que además puede ser combinado con el uso de vinagre blanco para obtener colores más brillantes y vivos. Se plantea la búsqueda de nuevas tinturas naturales locales que puedan ampliar las paletas de colores.

Cada artesano realiza propuestas del manejo gráfico a aplicar en los productos, teniendo prevalencia las líneas tradicionales, los diseños escalonados, el manejo de tramos de color combinado, triángulos y representaciones de pipas y abanicos, información esencial para el planteamiento de nuevas líneas de producto. La implementación para aumento en la productividad, se realizó en la transmisión de saberes de técnicas enfocadas al color, obteniendo un 20% de aumento en la productividad.

*"Nos los transmitieron nuestros padres, nuestros abuelos, y por eso los transmitimos nosotros a diario, nuestros conocimientos".*

Edilberto Jiménez Caballero, artesano Yukpa



## RESULTADOS

Productividad: 20%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Bucaramanga, Bogotá y Muestra Comercial en MinCIT.

Beneficiarios atendidos: 13

Ventas: \$2.280.000

# ► ARTESANOS CURARTE

SIBUNDOY, PUTUMAYO  
ETNIA: CAMENTSÁ

En las veredas de La Menta, el Sagrado Corazón de Jesús, Tamabioy, y San José de la Hidráulica, en el municipio de Sibundoy, Putumayo, está el grupo artesanal Curarte. Una organización llena de color en su ambiente, de música-medicina, y de jóvenes y mayores que conviven en armonía Camentsa. Curación, Cultura y Arte son los pilares de cada miembro del grupo; los sueños, las epifanías del remedio sagrado, y la simbología propia, se ven reflejados en cada producto artesanal que salen de las manos de mujeres y hombres dispuestos a dar a conocer toda la riqueza cultural que existe en el valle de Sibundoy. Para ellos, las máscaras talladas en madera y posteriormente enchapadas en chaquira, simboliza todo el universo de ser <<cabënga>>.

El grupo, en ésta su primera vigencia, se ha fortalecido económica y culturalmente. En Diseño, se concertó y se propendió por la autonomía para la elaboración de nuevos productos. Las combinaciones de colores, el mejoramiento de los terminados, y la calidad, proyectan una perfecta combinación de la tradición y las técnicas novedosas.

En la parte social el grupo está radicalmente fortalecido, pues aún con años de experiencia, algunos de los miembros empezaron a tomar con toda la seriedad el campo artesanal como un campo potente de sustento.

En el componente comercial fue clara la incidencia, muestra de ello es la participación activa de ferias aún no adscritas a Artesanías de Colombia. Las preguntas fueron claras, concisas, y Curarte está firme ante el impulso y la motivación de continuar.

## RESULTADOS

Productividad: 35%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Neiva, Bucaramanga, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 26

Ventas: \$39.024.000

*“Gracias al conocimiento que los mayores nos han compartido, nosotros como jóvenes seguiremos el legado con mucho compromiso y responsabilidad (...) y seguiremos transmitiendo a las futuras generaciones”.*

Teresa Jacanamejoy, artesana grupo Curarte





# ► ARTE ZENÚ

SAN ANTONIO DE PALMITO, SUCRE  
ETNIA: ZENÚ

De Sincelejo a San Antonio de Palmito, sólo hay un corto recorrido de veinte minutos en moto-taxi. Sin embargo, la riqueza cultural y ambiental que se siente en el recorrido, es una muestra de la gran carga histórica que se mantiene viva gracias al trabajo manual de las mujeres artesanas. El legado del pueblo Zenú al mundo es el sombrero vueltiao tejido a mano en caña flecha.

En este primer año de trabajo con Arte Zenú evidenció que estaba en toda la capacidad de representar las Artesanías de Colombia en la V Feria Tricontinental de Artesanías en Tenerife, España. Esta experiencia llenó de emoción, por ser la primera ocasión que viajaba fuera del país a Diana Ciprian. Los resultados de Arte Zenú se ven reflejados en sus altas ventas durante los eventos comerciales tanto regionales, nacionales, como internacionales.

Frente al diseño, el bolso tinajera fue y es un éxito total; así como los tapetes y los juegos de individuales, productos que permanecieron por poco tiempo en las ferias.

El beneficio económico que representa estos espacios de mercado e intercambio cultural para la comunidad, ha sido positivo y se proyecta como un motor para continuar emprendiendo dentro del campo artesanal. Así mismo, otras mujeres se vieron interesadas en contribuir al grupo y participar como artesanas para ampliar la labor y el impacto del pueblo Zenú.

## RESULTADOS

Productividad: 50%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Medellín, Barranquilla, Bogotá, Tenerife (España).

Beneficiarios atendidos: 21

Ventas: \$21.870.600

*“La unión de las mujeres fue el reencuentro de las tejedoras de caña de flecha”.*

Diana Ciprian Medina,  
artesana grupo Arte Zenú.



# ▶ ASOPICUMBES

CUMBAL, NARIÑO  
ETNIA: PASTO

Desde la capital nariñense, por la ruta que desemboca al país hermano de Ecuador, a cuatro horas de camino, está Cumbal. En la vereda Tasmag trabaja diariamente la asociación de artesanas y artesanos de Cumbal. La agrupación interna, que cada día es más fuerte en torno a la comercialización y productividad, ha mostrado un desarrollo impecable durante su primera vigencia.

La líder artesana Blanca Tarapues, dice que los tres componentes de fortalecimiento tuvieron gran éxito por su trabajo interdisciplinar; de la mano del diseño, se innovó en las paletas de color de los productos (pero se plantea explorar más colores que los básicos) en las líneas nuevas de bolsos, carteras, chalinas y chalecos-ruanas. La simbología, que nunca dejará de estar impregnada en cada artesanía que nace de las manos artesanas, es clara y representativa del pueblo Pastos de sur de Nariño.

En el componente social, la transmisión de saberes se hizo alrededor de la Laguna de la Bolsa, con el fin de mojar la palabra, pues es la laguna sagrada, un centro para compartir tradiciones, saberes y conocimientos. También se realizaron capacitaciones en torno al fortalecimiento con responsabilidades, roles y tareas claras para consolidar su propio espacio de comercio.

Por otro lado, la productividad y la comercialización motivó al grupo para ejecutar sus propios portales en redes sociales como vitrinas virtuales; actividad que se ve nutrida en cada evento comercial nacional o regional. El Sol de los Pastos, el que tiene los cuatro puntos cardinales, es el que seguirá mostrando el camino del emprendimiento y la perseverancia.

*"Nos vamos contentas y agradecidas, todo esto ha sido maravilloso, el encuentro fue muy lindo".*  
Blanca Tarapues, artesana de Asopicumbes.



## RESULTADOS

Productividad: 30%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Medellín, Bucaramanga, Bogotá, Muestra Comercial en MinCIT.

Beneficiarios atendidos: 13

Ventas: \$15.777.0000



# ▶ AWADURKUNA

ALTO FRAGUA, CAQUETÁ  
ETNIA: INGA

<<Awadurkuna>> en Inga, significa mujeres tejedoras. Y es que este grupo de mujeres, que habitan el resguardo indígena Inga de Yurayako, ubicado en el municipio San José del Fragua, Caquetá, se han dedicado a la elaboración de bisutería en chaquiras tejedorías de chumbes como elementos representativos de su pueblo. La comunidad, es un ejemplo de transmisión de saberes, pues cuenta con un semillero de niños entre 12 a 15 años que se encuentran en proceso de afianzamiento identitario. Lo anterior, evidencia su deseo por que las nuevas generaciones apropien los conocimientos en torno a la elaboración de la cultura material propia, proceso que se fortaleció gracias al acompañamiento del programa en la actual vigencia.

Su buen manejo de las técnicas y oficios tradicionales, llevó a plasmar la simbología propia como primer elemento de rescate en el componente social y de diseño. El desarrollo de nuevas líneas, basadas en este fortalecimiento, constituyó el ejercicio de conciencia sobre la tradición Inga.

De esa manera, surgió la necesidad de aprovechar los conocimientos que aún permanecen vivos como el de las abuelas -guardianas de los tejidos tradicionales- con las plantas de la región; así como la urgencia de aprovechar los recursos disponibles con los que cuentan en el Parque Nacional Natural de Alto Fragua; fuente importante de semillas, fibras y materiales para tintes naturales.

En diseño, se trabajó la calidad y la importancia de incluir la tradición propia en las piezas. Se sembró la responsabilidad y el compromiso en el grupo para hacer crecer el proceso, y con ello creció la expectativa por participar en las ferias regionales y la feria nacional.

*“Al participar fuera del territorio, uno conoce más artesanías, aquí hay mucha diversidad de diferentes pueblos indígenas (...) es bueno conocer de otros pueblos hermanos”.*  
Luz Dary Salazar, artesana grupo Awadurkuna.



## RESULTADOS

Productividad: 30%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Neiva, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 32

Ventas: \$2.214.600

# ► DAIRE PARA CAURE

NAZARETH, AMAZONAS  
ETNIA: TIKUNA

Entre los resguardos indígenas al margen del río Amazonas, encontramos el de Nazareth, perteneciente a la etnia Tikuna. Daire Para significa el lengua materna, el tigre; mientras que Caure, son los pájaros. Entre esta combinación de palabras, se encuentra el lugar sagrado para los Tikuna; donde convive la tierra protegida por los felinos, y los cielos entonados por las aves.

Esta resulta ser la segunda vigencia del grupo, quienes se sienten satisfechos por los resultados del programa, pero también por las capacidades y habilidades que demostraron durante todo el proceso. La transmisión de saberes, según su líder Joao Sacarías, fue el elemento más enriquecedor al interior de la organización; pues entre las mujeres artesanas, y durante el compartir de las comidas, se enseñaron técnicas de tejeduría de tipitis o sebulan; de la cestería de guarumá en fibra de chambira -más conocida como Cumare-; de la bisutería con semillas tradicionales; y de los tintes naturales sangre de grado que dan colores llenos de vida aplicados sobre los canastos.

Todas estas costumbres originarias, son las que hacen ricas las tradiciones orales y culturales; como la recreación de la celebración de la pelazón y los iconos referentes a los clanes materializados en las artesanías.

## RESULTADOS

Productividad: 15%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Neiva, Bogotá, Muestra Comercial en MinCIT.

Beneficiarios atendidos: 35

Ventas: \$11.361.000

*“Esto es una esperanza muy grande, conocer gente que le anima a ver más allá, que hacen más artesanías (...) esto nos sirve para ver más lejos con las mamás, artesanas que se animan a trabajar”.*

Joao Ernesto Sacarías,  
artesano comunidad Nazareth.





# ► ESPIRAL MISAK ASOCIADOS

SILVIA, CAUCA  
ETNIA: MISAK

Al llegar a Silvia se siente el cambio de ambiente, se respira un aire más puro. La sensación de comunidad se hace evidente al pisar el territorio guambiano; los rebosos morados y los sombreros tradicionales identifican al pueblo Misak del Cauca.

El producto emblemático son las mochilas tradicionales tejidas en lana de oveja, los colores impregnados no sólo son los crudos que muestran la realidad del territorio; son las aguas azules, la sangre roja y la tierra negra que muestran la historia de Mama Manela que luchó por la resistencia y la pervivencia del pueblo Misak.

La experiencia de Espiral Misak, con años de esfuerzo comercial y sociocultural, ha posicionado al grupo como uno de los más ejemplares dentro de la perseverancia y el emprendimiento étnico. Es Espiral, un referente para los mismos componentes del programa que se dedican al fortalecimiento productivo; tanto así, que en el ámbito del diseño, Espiral Misak obtuvo completo éxito en su línea de mochilas tradicionales durante 2017. En 2018, la innovación no se detuvo, y respetando siempre su esencia espiritual, se realizaron imbricaciones entre las tendencias y lo propio.

Frente a los avances comerciales y de desarrollo humano, Espiral Misak sigue fortaleciéndose gracias a su participación en ferias internacionales en el año 2017, y asistencia activa en ferias regionales y nacionales durante todo este año. Así como la cultura, las mujeres artesanas siguen creando tejidos basados en los aprendizajes del pasado, para proyectarse al futuro.

## RESULTADOS

Productividad: 25%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Medellín, Neiva, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 33

Ventas: \$37.979.000

*“Desde siempre y para siempre  
con lo nuestro”.*

Gloria Calambás,  
artesana grupo Espiral Misak.





# ▶ ESTRELLA EINALII

MAICAO, LA GUAJIRA  
ETNIA: WAYÚU

La Estrella es una ranchería ubicada aproximadamente a media hora de Maicao en La Guajira; el grupo actualmente está conformado por 26 mujeres y 4 hombres dispuestos a potenciar su colectivo artesanal. En la ranchería, como lo enseña el mandato Wayúu, la tejeduría hace parte fundamental de las experiencias y realidades de la cosmovisión originaria. Sin embargo, en La Estrella se ha visto disminuido el interés por el oficio, y por ende, el proceso de rescate y fortalecimiento cultural, se convirtió en la prioridad del programa.

Gracias a la dirección de las maestras artesanas, se logró incentivar la dedicación hacia el oficio y su respectiva enseñanza. El avance, visto desde el desarrollo humano, tuvo consistencia y voluntad durante la vigencia; pero es necesario nutrir y llenar de contenido el proceso para que no desfallezca sin intervención institucional.

Desde el diseño se trabajó en la estandarización, la simbología, el manejo de colores, entre otros, con el horizonte claro del rescate identitario materializado en cada producto artesanal. De la misma manera, se llevaron a cabo talleres en torno al costeo y la comercialización de las artesanías, pues la ranchería mostraba algunas fallas frente a la apertura del mercado justo.

Estas situaciones lograron mediar desde los escenarios y las plataformas generadas por el programa, y por el impulso positivo que asumió la comunidad desde el compromiso con el proceso hasta la producción comunitaria y bien ejecutada.

*“Incluso los colores que hacen parte de la naturaleza, tienen un profundo significado en las mochilas y hamacas”.*

Adeinis María Boscán,  
artesana del grupo Estrella Einalii.

## RESULTADOS

Productividad: 37%  
Líneas de producto desarrolladas:  
2 líneas comerciales y 1 línea  
emblemática.  
Participación en eventos: Neiva y  
Bogotá.  
Beneficiarios atendidos: 37  
Ventas: \$13.418.000







MOCOA, PUTUMAYO  
ETNIA: CAMENTSÁ BIYA

El trabajo en grupo para KAMOC, en resumidas cuentas, fue excelente. Desde el diseño los cinturones tejidos en chaquiras, los chumbes tejidos en guanga, los collares con los colibrís autóctonos, los contenedores que representan la simbología Camentsa, como el maíz, las alas y el Sol, son los que alientan al grupo de artesanos para dar a conocer cada vez más lo que el pueblo Camentsa Biyá tiene en su historia.

Frente a los cambios ocurridos en el componente social durante este año, hubo ciertas prevenciones ante el proceso organizativo interno; sin embargo, en términos generales, el desarrollo humano en esta segunda vigencia, le apostó a la autonomía cultural que trabaja diariamente por consolidar a diez mujeres y dos hombres, como el referente artesanal de la capital del Putumayo. Los obstáculos superados que deja este año, no resultan ser más que aprendizajes en un proceso que ha sufrido el desplazamiento de miles de damnificados que dejó el derrumbe de Mocoa. En el componente comercial, el sentido que se le dio a la contabilidad, a los inventarios, y al valor mismo de cada producto, fue el auge para garantizar la continuación del proceso aún sin intervención institucional.

KAMOC no desfallece ante las atrocidades y los impedimentos; al contrario, son la mejor expresión de supervivencia, emprendimiento y liderazgo en todos los niveles sociales, culturales y económicos. Su legado es continuar con la tradición colorida reflejada en cada una de sus chaquiras.

#### RESULTADOS

Productividad: 39.5%  
Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.  
Participación en eventos: Pereira y Bogotá  
Beneficiarios atendidos: 18  
Ventas: \$6.252.000

*“Nosotros sí sabemos qué es dolor y qué es perder, y porque nos interesa salir adelante, y mostrarnos al mundo, es que hacemos todo esto”.*

Flor Delia Pujimuy Santacruz,  
artesana grupo Kamoc.





SILVIA, CAUCA  
ETNIA: MISAK

Para el pueblo guambiano asentado en la vereda El Tranal, el objetivo prioritario en cuanto a la preservación cultural, es construir un proyecto de vida con miras a la conservación de sus shures y shuras (abuelos y abuelas). La transmisión de saberes es constante, hay una fuerte y arraigada identidad por su cultura y por su territorio; actividad que se ve reflejada en las enseñanzas compartidas a niños y niñas de la zona. Los jóvenes están en un grupo en donde se les enseña liderazgo y se les impulsa a conocer los saberes de sus mayores; además, son líderes en el territorio e incentivan a turistas a recorrer el entorno.

La experiencia de Kansuy durante este año se manifiesta en el desarrollo comercial y el posicionamiento cultural de su simbología escrita en los petroglifos de las montañas. El rescate cultural resultó en el uso de tintes naturales ya desaparecidos, en la utilización de técnicas combinadas, y en la hermandad de las mujeres tejedoras y de los ceramistas hombres.

En el componente comercial, se compartió el trato justo y digno de la producción con enfoque étnico; desde la valoración del costeo que reconoce un trabajo ancestral, hasta la posible disposición para crear una Asociación propia, Kansuy pone en práctica todo lo aprendido en los espacios comerciales y de intercambio de saberes.

## RESULTADOS

Productividad: 27.7%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Pereira, Bucaramanga, Bogotá, Muestra Comercial en MinCIT.

Beneficiarios atendidos: 29

Ventas: \$14.156.500

*“Es bonito aprender y conocer el tejido (...) este es un recurso que como mujeres también podemos sacar adelante (...) volver a retomar lo que alguna vez estuvimos perdiendo, todo lo propio; pues si entre todas transmitimos los saberes, fortalecemos las nuevas generaciones”.*

Diana Ullune Calambás, artesana grupo Kansuy.



# ► KATZASU

ORITO, PUTUMAYO  
ETNIA: AWA

El proceso con el programa étnico de Artesanías de Colombia, se basó en la recuperación de lo que se hace y se construye en el pueblo. El rescate se dio a través de indagaciones con los mayores; las bateas, los canastos y los collares con semillas, son algunos de los productos de este desarrollo colectivo. En Orito, el avance traspasó los cabildos y resguardos, llegando a siete municipios y a 40 comunidades. Generando una fuente fundamental de sustento para cientos de familias y de artesanos de todas las edades.

La transmisión de saberes ha llevado a que los niños, niñas, jóvenes, hombres y mujeres, con grandes habilidades artesanales, estén presentes con sus productos en los eventos comerciales regionales y nacionales. En esa misma vía, la contabilidad, el costeo y la organización tesorera, fueron los principales retos y tareas que el componente comercial y Katza-su asumieron de la mano.

En el componente de diseño, se mejoró las líneas de producto tradicionales desde la calidad y la estandarización. Los collares ancestrales son un ejemplo para ello, pues los terminados son pulcros en su realización; al igual que las bateas hechas en su totalidad a mano. El pueblo Awa representa los cuatro mundos físicos y espirituales en sus canastos, dichos simbolismos se proyectan como la pervivencia del ser indígena putumayense.

## RESULTADOS

Productividad: 41.6%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Neiva, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 20

Ventas: \$1.273.000

*“El éxito de las grandes cosas depende del trabajo con amor”.*

María Edilma Guanga Ortiz,  
artesana grupo Katzasu.





Inicialmente en Bogotá, ahora este grupo ha regresado a su territorio de origen en el municipio de Bagado, Chocó, después de pasar aproximadamente 5 años en la capital, tras su desplazamiento a causa del conflicto. Este año contó con un permanente acompañamiento y fortalecimiento alrededor de los tres componentes del programa. Actualmente el grupo está conformado en su mayoría por mujeres, con quienes se trabajó temáticas de referentes culturales, codiseño y fijación de precios, buscando así, darles herramientas que promover la participación en eventos regionales y nacionales.

Esta comunidad está conformada principalmente por dos familias, y el oficio tradicional es la tejeduría en chaquiras, la cual la hacen en red más no en telar. Quienes se encargan de elaborar estos productos son las mujeres. Los más representativos son los collares, las okamas, y las pecheras propias del pueblo Embera Katío.

Uno de los aspectos más importantes a resaltar de esta comunidad es el manejo del idioma. La mayoría conserva el uso de su lengua nativa, sólo unos pocos hombres hablan español y aún así les cuesta hablarlo. Las mujeres por otra parte no lo hablan casi aunque sí lo entienden. Esto costó un desafío para el programa mismo; pero aún así, los resultados fueron positivos en términos comerciales, sociales y de diseño.

## RESULTADOS

Productividad: 25%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Neiva, Bogotá, Muestra Comercial en MinCIT.

Beneficiarios atendidos: 40

Ventas: \$3.715.900

*“Estuvo muy bien el proyecto, a las mujeres nos gustaron los talleres”.*

Marleny Bitucay Gueracama,  
artesana grupo Kidua.





SAN JOSE DEL GUAVIARE, GUAVIARE  
ETNIA: JIW

Desde San José del Guaviare hasta el resguardo Sector Libertad, donde se asienta la comunidad de Barrancón y el grupo artesanal KIO Artesanías, están los tejedores y las tejedoras de Cumare que representan al departamento del Guaviare. La espesa selva que abunda en el territorio, es el fiel reflejo de toda la riqueza ambiental y de fauna y flora que el pueblo Jiw siempre ha defendido.

En palabras del artesano Herminson Castañeda, encargado de la logística del grupo KIO -que es la forma en la que llaman a los caracoles de la zona- posiciona al grupo desde el éxito y la perseverancia. Pues para ellos, resulta digno de orgullo asistir a eventos comerciales regionales y nacionales. El perfeccionamiento de los contenedores, las manillas, las mochilas, y la cestería desde el diseño, se manifiesta en tejidos de cumare de calidad, en los colores tradicionales salidos de semillas de la región, y los formatos utilitarios y decorativos de la madera chachicamo.

Dentro de la transmisión de saberes que se llevó a cabo con KIO, el tubo de fuego <<Guarumá>> hecho en el bejuco que lleva el mismo nombre, y que sirve para cargar flechas o equipaje liviano, es el elemento principal de fortalecimiento en rescate y preservación cultural.

## RESULTADOS

Productividad: 25%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Neiva, Bogotá, Muestra Comercial en MinCIT.

Beneficiarios atendidos: 25

Ventas: \$1.821.000

*“Queremos capacitarnos más para continuar con el fortalecimiento y el apoyo”.*  
Herminson Castañeda Beltrán,  
artesano del grupo Kio.





En el gran municipio de Fundación, por la vereda del 50, a ocho horas de camino, se ubica la comunidad arhuaca de Windiwa. Este año, la comunidad se vincula por primera vez al programa; sin embargo, algunas artesanas -entre ellas su líder Judith Torres- han tenido una larga trayectoria en el mercado nacional e internacional.

Es tanto así que Kunsamu participó activamente de la Feria New World Crafts en el país hermano de Guatemala en el mes de Septiembre de 2018, gracias a su amplia actividad productiva que ha posicionado al pueblo arhuaco como un símbolo material de la culturas colombianas.

Los avances en diseño, la combinación de colores y el fortalecimiento de la simbología, fueron los pilares para la ejecución del componente que le apunta al rescate sociocultural; como en todo proceso, los limitantes económicos y físicos en ocasiones entorpecen el pleno desarrollo de la planificación. Para Kunsamu, el reto fue asumir las nuevas líneas de producto con la materia prima del entorno sin perder la esencia dentro de la innovación.

Para el componente de desarrollo humano, la organización está consciente de los aprendizajes que deja el trabajo en equipo; cosa que no es ajena para ninguna de sus tejedoras. Las mochilas que representan pensamientos, se tradujeron en un grupo consolidado con un gran objetivo: seguir posicionando la riqueza <<iku>>, la del ser indígena. En esa misma vía, las capacitaciones de comercialización, se vieron encaminadas en construir un fondo comunitario que garantice futuros campos de emprendimiento, aún sin intervenciones institucionales.

## RESULTADOS

Productividad: 30%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Medellín, Neiva, Barranquilla, Bogotá y Antigua (Guatemala).

Beneficiarios atendidos: 22

Ventas: \$37.075.840

*“La palabra del mayor también está en constante comunicación con nuestras danzas, música y plantas. Está en nuestra memoria”.*  
Judith Marina Torres, artesana del grupo Kunsamu.





# ► KURMA KAÍ

PUEBLO RICO, RISARALDA  
ETNIA: EMBERA CHAMÍ

La experiencia que ha vivido la Asociación Kurma Kaí ha sido positiva desde su apertura hasta los resultados comerciales de las ferias nacionales. Desde el diseño, la población Embera Chamí de Puerto Leticia ha decidido asumir una actitud emprendedora que innova desde la tradición; por ello, sus productos contienen el sustrato de lo ancestral en las artesanías que producen.

La asociación es un triunfo para el pueblo que habita Puerto Leticia, constituidos oficialmente con estatutos legales, han incursionado en la escena comercial local, regional y nacional. Vale destacar el avance en la consolidación de paletas de color que, mantenido el vibrante colorido que caracteriza al pueblo Embera Chamí, permiten al grupo llamar la atención por su manejo.

Para Kurma Kaí, que en Embera Chamí traduce <<Tejer unidad>>, el aprendizaje también está en haber compartido los saberes y conocimientos con los hermanos de otros pueblos, lo cual no puede cuantificarse y trasciende toda lógica indicativa. La asociación sigue dispuesta a seguir creciendo, a fortalecer sus exhibiciones y su organización que hoy está orgullosa de todo el trabajo realizado.

## RESULTADOS

Productividad: 33.3%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Pereira, Neiva, Bucaramanga y Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 33

Ventas: \$22.057.000

*“Admirar la naturaleza, y las tradiciones indígenas de Puerto Leticia, es un arte”.*

Hilber Hiupa,  
artesano del grupo Kurma Kaí.



# ▶ MATORA

CHAPARRAL, TOLIMA  
ETNIA: PIJAO

La comunidad Matora, es una agrupación perteneciente a la etnia Pijao; su producción artesanal está basada en productos como mochilas, sombreros, chales, tejeduría en crochet, sopladeras, totumas, alpargatas, entre otros. Todos estos productos son tejidos con fique, y su uso cotidiano las ha posicionado en varios eventos de carácter regional, como un grupo potencial y con proyecciones a largo plazo.

Matora es una comunidad en seguimiento para esta vigencia del programa. Cuentan con líneas de productos ya definidos, pero en palabras de su líder artesana Melva Tabares, siempre es posible innovar y posicionarse con otros públicos.

Gracias a la transmisión de saberes que se llevó a cabo con el grupo, se identificaron oficios perdidos como la talla en madera, la alfarería, la tejeduría en palma de cumare, y la fabricación de cinchas y lazos.

Los resultados fueron maravillosos, según la líder de Matora; las capacitaciones, los talleres, y los aprendizajes, mostraron que nunca se termina de aprender, y que cada día se enriquece más el saber de las artes, y del calor humano. Este año, a diferencia del proceso anterior, todas las artesanas estaban firmemente convencidas del esfuerzo y los retos que debían asumir comunitariamente. Por ello, hoy los Pijaos de Chaparral, son una muestra de emprendimiento y constancia.

## RESULTADOS

Productividad: 50%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Pereira, Neiva, Bucaramanga, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 24

Ventas: \$4.584.000

*"Hay que ponerle más empeño, y salir adelante".*

Melva Tabares, artesana de la comunidad Matora de Maito.





# ► MAMASU

COPEY, CESAR  
ETNIA: ETTE ENNAKA

Los Ette Ennaka son un pueblo indígena habitante de la costa Caribe colombiana, que se caracterizó históricamente por su persistente resistencia guerrera a la colonización española y un posterior proceso de auto-invisibilización que usaron como estrategia de supervivencia a través de los años. En las últimas décadas, ante un contexto más favorable para su pervivencia física y cultural, reaparecieron abiertamente como pueblo indígena.

La implementación para el aumento de la productividad consistió en identificar posibles falencias en el proceso de tejeduría de mochilas, en el cual se identificó que el proceso de lavado y secado de materia prima tiene todavía mucho margen de mejora, ya que se realiza sin tener mucho control sobre el mismo. Sin embargo, los resultados superaron las expectativas, pues no sólo aumentó la productividad, sino también, se fortaleció un grupo que por primera vez se reúne en torno a la actividad artesanal.

En la actualidad, el grupo Itti Takke, que habita en el municipio del Copey, en el departamento del Cesar; está conformado por 31 indígenas de la etnia Ette Ennaka que están siendo acompañados en la indagación de oficios diferentes a la tejeduría y la exploración de símbolos que puedan ser integrados a sus artesanías. La comunidad de Itti Take tiene como producto emblemático las mochilas tradicionales en algodón, donde representan el cuerpo femenino: cargadera como la cabeza, cordones como brazos y borla en la base como ombligo que apunta al territorio.

## RESULTADOS

Productividad: 25%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y una línea emblemática.

Participación en eventos: Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 22

Ventas: \$900.000

*“Como mujer artesana indígena, en la cotidianidad, en la costumbre, nosotras entendemos que los saberes los salvaguardamos, pues nacemos con la luz y con el conocimiento”.*

Luz Mila Duque, artesana del grupo Mamasu





# ► MORICHITO

HATO COROZAL, CASANARE  
ETNIA: SÁLIBA

La comunidad de Morichito se encuentra ubicada en el resguardo de Caño Mochuelo, en el departamento de Casanare. Actualmente esta comunidad del pueblo Sáliba, trabaja el oficio de tejeduría en moriche, alfarería y talla en madera; los productos más representativos del grupo, como los cachicamos, los pájaros, las canoas, las materas con diversos rostros, el sebukan, y el manar hecho en tiritas, son los resultados artesanales de años y años de práctica en el oficio y el trabajo manual.

Para Morichito, especialmente para su líder artesano, uno de los más grandes avances es el relacionamiento con el público en eventos comerciales; la motivación y la sensibilidad con la que trabaja el grupo, se ve en los resultados organizativos que adquieren mayor fuerza dentro de la comunidad que no se había reunido en torno al quehacer artesanal.

El diseño, involucró otros insumos para nutrir la calidad; las piezas de madera están ahora enceradas y la alfarería innovó en sus líneas de producto. La comercialización, según el artesano Humberto Ponare, fue un elemento de aprendizaje para valorar los costos y tomar decisiones en la participación de las ferias. Las responsabilidades, los roles, y el sobresaliente liderazgo de Disney Granados, ha tenido incidencia y se ve reflejado en negocios mayoristas con clientes interesados en las materas multifacéticas, que representan un gran sustento para núcleos familiares del resguardo.

## RESULTADOS

Productividad: 20%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Bucaramanga, Bogotá, Muestra Comercial en MinCIT.

Beneficiarios atendidos: 31

Ventas: \$4.532.500

*“No hay cosa más bonita que trabajar en grupo, porque es orientarse entre compañeros”.*

Disney Granados Tumay,  
artesano de la comunidad Morichito.



# ► MUTECYPA

CÓRDOBA, NARIÑO  
ETNIA: PASTO

Al interior del departamento de Nariño, concretamente en el sur limitante con Ecuador, está el Resguardo de Males, el resguardo que le da vida al municipio de Córdoba. El pueblo Pastos se dedica a la tejeduría en guanga, croché, y teñidos naturales de mochilas y ruanas que contienen la simbología propia de la comunidad. Es el Sol de los Pastos, el Mono y la Perdiz - aquella fuerza que viene del aire como corriente negra y blanca que históricamente se ha disputado el territorio, dando como resultado los climas cálidos y fríos que conviven en Nariño- los referentes identitarios que nutren la cultura indígena del sur colombiano.

El programa ha fortalecido, en palabras de Claudia Ramírez, el rescate de la cultura; tanto de la tejeduría, como del tejido social. Junto a MUTECYPA, se ha llegado a indagar sobre los alimentos tradicionales para posicionar representaciones culturales que se conversan alrededor de la tulpa. En diseño, se ha propendido por llevar la simetría y la estandarización de calidad de los productos. En el componente social, se ha unificado a la comunidad mediante el diálogo, la reflexión y la pedagogía comunitaria. Y las estrategias comerciales, se han encaminado en valorar el trabajo artesanal de cada integrante, llevando así un control juicioso del comercio que se emprende en el grupo.

## RESULTADOS

Productividad: 40%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Pereira, Bucaramanga, Bogotá

Beneficiarios atendidos: 20

Ventas: \$19.004.000

*“Alrededor de la tulpa, hacemos el diálogo, y la palabra, es la escritura (...) Construimos con hilos de sabiduría”.*

Claudia Ramírez,  
artesana del grupo Mutecypa







SOLANO, CAQUETÁ

ETNIA: UITOTO

NIGA, en Uitoto, significa tejidos. Y es que no existe mejor palabra para describir al grupo emergente de la comunidad de Ismuina del municipio de Solano, Caquetá, que la representación fiel de lo que es la organización, y la artesanía comunitaria.

Para NIGA, el apoyo en todos los componentes del programa, fueron fundamentales a la hora de emprender grupalmente; sin embargo, las estrategias comerciales aprehendidas durante esta vigencia, llevó a la asociación “El canasto de la abundancia” a la que se adscribe el grupo, a consolidarse oficial y formalmente. Por ello, los talleres de manejo de libros contables, de inventario, de creación de estatutos, entre otros, fueron los más interiorizados por los beneficiarios del grupo.

Los cargueros fueron el elemento innovador en los canastos en términos de diseño durante esta vigencia; reconociendo la dispendiosa labor que conlleva la elaboración de un solo producto, las barreras de lo estético y lo utilitario, se fundieron para incrementar la productividad y el comercio.

En esa misma vía, es de admirar el ejercicio de transmisión de saberes de la comunidad, que se realiza todas las tardes en la escuela de Ismuina. Allí, son las maestras quienes enseñan a los niños y niñas sobre el tejido, sobre el uso de la materia prima, y sobre la identidad cultural ancestral. ¿Por qué se hace un canasto? ¿Por qué se teje? ¿Qué significan las tres vueltas en cada tejido? Éstas preguntas, que no agotan las respuestas, son el centro de fortalecimiento de cada uno de los niveles espirituales que nutren el ramaje de la identidad desde todas las generaciones.

## RESULTADOS

Productividad: 20%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Medellín, Neiva, Bogotá, Muestra Comercial en MinCIT.

Beneficiarios atendidos: 21

Ventas: \$14.730.000

*“Mediante la tejeduría, mediante su elaboración, también se va tejiendo la vida de cada uno, se va reflejando la identidad propia como pueblo Uitoto”.*

Yuri Tatiana Ordoñez, artesana del grupo Niga





# ► PAIREPA

MILÁN, CAQUETÁ  
ETNIA: KOREGUAJE

Para Artesanías Koreguaje Pairepa, en especial para su líder artesano, Leonidas Gutiérrez, el programa ha sido un proceso positivo en todas sus etapas; el grupo se ha sentido por primera vez muy beneficiado en el fortalecimiento y en la organización comunitaria, con aspiraciones de surgir desde sus actividades y oficios artesanales.

Desde el diseño se aprendió a combinar técnicas tradicionales con líneas de innovación, se han rescatado los tejidos más finos que habían perdido campo dentro de su pueblo. Además, Artesanías Pairepa, se atrevió a resaltar sus colores y tamaños con flecos y semillas naturales. Las jigras, los sonajeros, las manillas, los collares, y los contenedores en palma de cumare, son el trabajo artesanal que los Koreguaje de Milán desean seguir potenciando gracias al gusto de los artesanos por lo novedoso.

En el componente social, el grupo se sintió motivado gracias a la comunicación y los puentes que se fomentaron al interior; dicho proceso dio frutos en la comercialización justa y digna dentro de escenarios de mercado con gran competencia. El costeo del producto es ya un fuerte de la comunidad que no flaquea en cuanto al reconocimiento económico de su trabajo.



*“Los mayores deberían sentirse contentos porque han rescatado la cultura, porque se revive lo que habíamos olvidado hace un tiempo”.*

Leonidas Gutiérrez Pizarro,  
representante del grupo Pairepa.

## RESULTADOS

Productividad: 20%  
Líneas de producto desarrolladas:  
2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.  
Participación en eventos: Pereira, Medellín, Neiva, Bogotá, Muestra Comercial en MinCIT.  
Beneficiarios atendidos: 44  
Ventas: \$36.444.600

# ► POLINES

CHIGORODÓ, ANTIOQUIA  
ETNIA: EMBERA KATÍO

Para Polines, la primera vigencia, es decir en el año 2017, fue un proceso lleno de aprendizajes en liderazgos y responsabilidades; por ello este año, se ha iniciado con la voluntad de remendar algunos desaciertos frente a la organización para potenciar las habilidades culturales, artesanales y económicas que desbordan el trabajo de los integrantes de la comunidad de Polines. El componente de desarrollo humano, asumió el reto junto al grupo, de motivar a las artesanas para seguir emprendiendo y posicionándose desde la tejeduría de chaquiras y desde todos los productos que de ahí devienen.

Las mujeres del grupo se muestran satisfechas ante los resultados de este año; por un lado, los reconocimientos económicos, de insumos, herramientas, y materia prima, fueron un impulso para que la comunidad se sintiera motivada e interesada por un proceso que saben que es más que monetario, pero también es una gran fuente de subsistencia.

Desde el componente comercial, se ha fortalecido el fondo común juicioso y claro ante la comunidad; para evitar inconvenientes con las y los artesanos de Polines. Frente al componente de diseño, el grupo estuvo dedicado a construir paletas de colores, líneas de producto como chalecos y nuevos diseños en la bisutería. Las normas de exhibición han sido también interiorizadas expresando durante los eventos regionales y nacionales stands limpios y de calidad.

## RESULTADOS

Productividad: 33.30%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Medellín, Barranquilla, Bogotá. Beneficiarios atendidos: 63

Ventas: \$18.418.000

*“Son los sabedores los que conocen todo, hasta de donde salimos (...) Nosotros los Embera Katío estamos hechos de bálsamo y kipara”.*

**Blanca Inés Bailarín,**  
artesana de la comunidad Polines.





# ► PUERTO GOLONDRINA

MITÚ, VAUPÉS  
ETNIA: CUBEO

Dentro del selvático departamento del Vaupés, específicamente en su capital Mitú, habita el pueblo Cubeo y la comunidad de Puerto Golondrina. Este grupo artesanal, que continúa en su segunda vigencia en el programa, ha manifestado su crecimiento en todos los ámbitos que componen las Economías Propias.

Por un lado, las capacitaciones con los asesores de diseño, fueron bastante significativas en torno a la combinación de técnicas tradicionales, las aplicaciones ancestrales, y la innovación de las líneas de producto. Puerto Golondrina, dice que su mejor avance es mejorar en la calidad del producto, encaminados a fortalecerse cultural y económicamente.

Desde el componente social, se apoyó en la organización del grupo para consolidarse de manera conjunta. Siendo ésta su segunda vigencia, Puerto Golondrina, se siente motivado para continuar con el emprendimiento, la autogestión y la autonomía. La comunidad es receptiva y cuidadosa con sus niños, a quienes enseñan gracias a la transmisión de saberes, el oficio de la alfarería y la cestería. El manejo del barro, la tejeduría en yaré, la tejeduría en yarumá, la extracción de materia prima, entre otros, son los saberes transmitidos interna e intergeneracionalmente.

Desde el componente comercial se ha posicionado la comunidad con pedidos mayoristas; de las representaciones de animales que realizan los niños y niñas de Mitú, se aspiran a grandes alianzas con clientes nacionales e internacionales. Puerto Golondrina, es uno de los mejores ejemplos de perseverancia, constancia y firmeza.

## RESULTADOS

Productividad: 66%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Bucaramanga, Bogotá, Muestra Comercial en MinCIT. Beneficiarios atendidos: 20

Ventas: \$5.713.000

*"Agradecemos a los maestros artesanos, porque los niños aprendieron la historia, los cuentos y lo tradicional".*

Luz Mary Martinez,  
artesana de la comunidad Puerto Golondrina.





# ► PUREIDO

CUMARIBO, VICHADA  
ETNIA: PIAROA

Pureido, el grupo artesanal que habita al interior del municipio más grande de Colombia Cumaribo, Vichada, más exactamente en la comunidad de San Luis de Zama, es hoy ejemplo de liderazgo colectivo y comunitario; pues no sólo gracias a las responsabilidades exigentes que ha asumido Juan Rodríguez como artesano líder, sino también, por la misma experiencia que tiene la organización, se ha logrado impulsar un referente de perseverancia y trabajo de calidad. La comunidad de San Luis de Zama, hace parte de las 16 comunidades indígenas que habitan dentro del Resguardo Unificado Selva Mataven.

El grupo Pureido se caracteriza por su fuerte desarrollo artesanal, en el que todos los miembros de la comunidad de alguna u otra manera participan dentro de la cadena de valor de los oficios en cestería en técnica de rollo en bejuco mamure y piragua, técnica en tafetán en palma urú, estructuras en varitas de seje, talla en madera y trabajo en totumo. Siendo la artesanía uno de los primeros ejes económicos e identitarios de este pueblo Piaroa.

La comunidad de San Luis de Zama junto con el Programa trabajó en el fortalecimiento de la labor artesanal con la exploración de técnicas tradicionales, y especialmente logró un alto desarrollo en temas comerciales como el manejo de costos, divisas, desarrollo e implementación de catálogo de productos y manejo de canales digitales de comunicación, para entrar en mercados especializados.

## RESULTADOS

Productividad: 15%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Medellín, Bogotá, Muestra Comercial en MinCIT.

Beneficiarios atendidos: 41

Ventas: \$22.263.000

*“Hay que seguir trabajando, todos tenemos debilidades, pero de esas debilidades hay que aprender para fortalecerse”.*

**Juan Rodríguez Fuentes,**  
artesano del grupo Pureido.



# ► SACHA

YUNGUILLO, PUTUMAYO  
ETNIA: INGA

Los productos más representativos del grupo Sacha son las jigras de fibra natural Pita, y la bisutería en chaquira. Dentro de la amalgama de símbolos que reúne la cosmovisión del pueblo Inga, está el hombre serpiente, de donde viene Sacha, que además de ser un personaje, es un lugar sagrado donde la comunidad, en especial los abuelos, toman yagé o remedio. Sacha, es la piedra sagrada con forma de serpiente para los Inga de Mocoa.

Según su líder artesana, Diana Rocío Chindoy, la experiencia con el programa estuvo llena de aprendizaje espiritual; pues fueron los ancestros quienes guiaron el camino del fortalecimiento de los saberes. A pesar de algunos altibajos dentro del grupo, la comunidad se empoderó de la unidad productiva alrededor del tejido, y decidió darse a conocer a través de sus artesanías.

Desde el ámbito comercial, se realizó la actividad de feria desarrollada en las comunidades; esto con el objetivo de identificar habilidades en ventas, apropiación cultural, negociación, y manejo de los diversos productos artesanales según los clientes.

Es la primera vez que Sacha se reúne para darse la oportunidad de observar y reunirse con otras técnicas de pueblos hermanos. Esto permitió que desde la parte social, se visualizara para la realización de talleres de transmisión de saberes, donde se compartió el conocimiento y la espiritualidad de los mayores. En diseño, se asesoró en la combinación de colores y perfeccionamiento de la técnica artesanal, a partir de elementos naturales como los tintes, abundantes en sus territorios.

## RESULTADOS

Productividad: 50%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Neiva, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 13

Ventas: \$2.806.000

*“Gracias a mi comunidad por creer en mi representación (...) hoy tengo la oportunidad de mostrar tanta riqueza Inga”.*

Diana Rocío Chindoy, artesana del grupo Sacha.





# ► SÚMAG

MOCOA, PUTUMAYO  
ETNIA: INGA

Súmag, que traduce en Inga lindo, hermoso o bello, se posiciona en el mercado desde las semillas del territorio; chochos, achiras, cascabeles, lágrimas de San Pedro, entre otras, son algunas muestras de lo que el territorio mocoano produce para sus habitantes. Desafortunadamente, Mocoa sufrió en el año 2017 una de las más grandes catástrofes naturales que desplazó a la comunidad a las veredas más alejadas. El proceso este año, en su inicio, fue bastante difícil en la organización debido al desplazamiento, de hecho, la líder artesana Sandra Peña, relata que el comienzo se dio con lágrimas; pues el esfuerzo de unos que impulsaban a los otros, resultó agotador en la vigencia anterior.

Este año, con el optimismo en las manos y el corazón, Súmag decidió caminar nuevamente al lado del programa de la línea artesanal étnica. El diseño, el desarrollo humano, y la comercialización, en palabras de Sandra, resumen el ejercicio profesional íntegro y mancomunado que abre ventanas y puertas de oportunidades laborales y culturales.

Musurrunakuna, que es la comunidad a la que pertenece el grupo artesanal, se está reconstruyendo en todos los aspectos. La transmisión de saberes se dio alrededor de la tejeduría de las mochilas; los jóvenes están aprendiendo a tejer las atarrayas.

Todo este proceso demuestra la unión, la resiliencia, el sacrificio, y los sueños de los artesanos que suplen las necesidades de cientos de familias. En los artículos expuestos en cada evento comercial, están las familias, los niños y jóvenes que propenden por una edificación Inga dispuesta a recargarse de innovación.

*"Todo lo que haces con amor, te sale bien (...)  
en todo lo que hagas impregna tu sello personal".*  
Sandra Patricia Peña Jamioy,  
artesana del grupo Súmag.



## RESULTADOS

Productividad: 45.8%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Neiva, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 19

Ventas: \$2.306.000

# ► TEJIENDO SABERES

POPAYÁN, CAUCA  
ETNIA: KOKONUKO

La comunidad hace parte de la Asociación Genaro Sánchez ubicada en Popayán, Cauca, es una comunidad de seguimiento dentro del Programa, y por ello, sus avances son más claros en términos de la evolución de sus productos.

Los artesanos y sabedores han considerado que una buena forma de recuperar y fortalecer su cultura, es mediante la exploración de los valores, la simbología y los referentes del pueblo indígena Kokonuko, con el objetivo de crear identidad y composición gráfica en sus productos. En este punto, el grupo artesanal ha logrado identificar los principales símbolos, ritos, historias, mitos y leyendas de su comunidad, las cuales ya han sido plasmadas en sus tejidos de lana de ovejo. Las mochilas con el armadillo, el volcán de Puracé, o las montañas de las veredas de Kokonuko, son la manifestación del trabajo práctico como uno narrativo e histórico.

El compromiso, actitud y buena disposición del grupo artesanal por aprender y avanzar en la consolidación del proceso productivo como una forma de sostenibilidad económica, fue y seguirá siendo importante para crecer en los procesos de desarrollo de producto, lineamientos de calidad, producción y comercialización. Por ello, los componentes de Diseño, Social y Comercial, que trabajaron conjuntamente en la ejecución del programa, resaltaron el progreso de las tejedoras que durante la vigencia anterior, se empezaban a reunir y organizar por primera vez.

## RESULTADOS

Productividad: 40%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Pereira, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 33

Ventas: \$745.000

*“Queremos seguir aprendiendo, el año pasado estuvo bien, pero este está mejor porque pondremos en práctica desde ya todo lo que sabemos”.*

María Inés Cortés,  
artesana del grupo Tejiendo Saberes.





# ► TEJIDOS CHIVARA

SARAVENA, ARAUCA

ETNIA: U'WA

Siendo este el segundo año del pueblo U'wa del municipio del resguardo de Chivaraquía en Saravena, Tejidos Chivara ha logrado avanzar en términos de diseño, comercio y organización. Su líder artesano, dice que en los aprendizajes de diseño, se mejoró la calidad, los tintes naturales, y los formatos de los productos; por otro lado, cuenta que las capacitaciones comerciales fueron bastante útiles y gustaron en la comunidad por su carácter lúdico y pedagógico; y finalmente, en desarrollo humano, el grupo expresa emotividad y empatía por el proceso de las maestras, la asistencia de niños de la escuela, y los artesanos tejedores de canastos hechos en bejucos de ratón.

Uno de los rituales que aún se practica en la comunidad es el Cocora, que se realiza en el momento en que la mujer está lista para casarse. Consiste en cubrirse la cara con las hojas de esta planta cuando sale el sol y retirarlas cuando éste se oculta. Se realiza en las Casas de Ayuno o casas de ritual. También hay una casa más grande que las viviendas tradicionales, utilizada para la temporada de baile (en el tiempo de Aya).

Así como ésta practica tradicional, en la comunidad de Chivaraquía, el proceso de enseñanza de los niños y jóvenes es prioritario en términos de preservación cultural e identidad. El pueblo U'wa, colectivamente se reconoce por sus procesos autónomos de transmisión de saberes; el grupo de Tejidos Chivara no es la excepción, pues siendo éste su segundo año en el programa, ha demostrado grandes avances en la generación de espacios artesanales intergeneracionales, donde las abuelas y maestras enseñan a los niños la tejeduría y cestería por medio de la práctica y la observación.

## RESULTADOS

Productividad: 20%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Pereira, Bucaramanga, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 15

Ventas: \$3.259.000

*“Me gustó mucho el aprendizaje, a la comunidad también les gustó todo el proceso”.*

**Orlando Mejía Ramírez,**  
artesano de la comunidad  
Chivaraquía.





RIO BLANCO, TOLIMA  
ETNIA: NASA

En el Resguardo Las Mercedes, ubicado en el municipio de Río Blanco, en el departamento del Tolima, se encuentra UMA; un grupo de mujeres tejedoras que se proyectan desde el quehacer del oficio artesanal, en donde por medio del desarrollo de mochilas, chumbes, ruanas hechas en lana industrial y de oveja, está la representación de su cultura, cada vez más fortalecida pese a los desarraigos territoriales y del entorno.

En este proceso de seguimiento, UMA sigue avanzando en el proceso de transmisión de saberes y de técnicas tradicionales, pues el acompañamiento en varios eslabones de la cadena de valor, ha incrementado su producción, innovación, y diseño.

Así mismo se evidencia que los canales de comercio se han consolidado como puntos de venta y vitrinas virtuales para la comercialización de sus productos. Y la asistencia a encuentros regionales, y al encuentro nacional, le ha dado mayor experiencia al grupo ante los diversos públicos existentes.

Las mujeres se han comprometido a incentivar a los niños y niñas en los talleres de transmisión de saberes, para enriquecer el grupo artesanal, colaborar y aprender de las labores de contabilidad y mercado. Además, en esta vigencia, se hizo fuerte énfasis en la importancia del liderazgo y de la distribución justa de las responsabilidades, para que cada una aporte desde sus habilidades, aspectos de calidad, de manejo de recursos y de enseñanza generacional.

## RESULTADOS

Productividad: 20%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Neiva, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 24

Ventas: \$2.406.000

*“Gracias al desplazamiento del pueblo Nasa, en el Huila y en el Tolima también estamos nosotros, como hermanos de una sola madre”.*

**María Ruth Tombe Trochez,**  
artesana del grupo Uma.





# ▶ WAJAPÜ

MAICAO, LA GUAJIRA  
ETNIA: WAYÚU

Este es el segundo año consecutivo en el programa del grupo Wajapü. Con la misma voluntad con la cual inició la comunidad, las artesanas siguen demostrando un crecimiento potencial en el fortalecimiento no solamente productivo, sino también sociocultural.

Las artesanas han logrado una ardua producción para proveedores fijos contactados durante los eventos comerciales de ambas vigencias, y adelantan un proceso de co-diseño desde la innovación y las tendencias. Este avance les valió su asistencia a la V Feria Tricontinental de Artesanías en Tenerife, España.

Su gran compromiso se ve reflejado en el estado organizativo del grupo, donde son claras las responsabilidades y los roles asumidos su interior; ello sin dejar de lado la autonomía motivada por el rescate de la identidad propia y ancestral, gracias al permanente ejercicio de transmisión de saberes.

Las artesanas de Wajapü ya contemplan la actividad artesanal como fundamental para su pervivencia, reconocen su producto como una oportunidad prioritaria de generación de ingresos. Ya han participado en diferentes plataformas comerciales de gran exigencia y han cumplido satisfactoriamente. Es de esperarse que su proceso incremente en todos los sentidos debido a la actitud con la que cuentan, el compromiso disciplinado, y la experticia en el oficio.



*"Todas conocemos de nuestros derechos y deberes, pero a veces nos cohibimos de empoderarnos. Autodeterminación, yo determino cuál es mi rol y me hago dueña de él".*

Yudelis Sapuana,  
artesana de grupo Wajapü

## RESULTADOS

Productividad: 34%  
Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.  
Participación en eventos: Medellín, Bogotá y Tenerife (España).  
Beneficiarios atendidos: 35  
Ventas: \$102.309.920

Warkhi es un grupo originario del Chocó, donde se encuentra su asentamiento principal, sin embargo por causa del conflicto armado que afectó por muchas décadas al litoral pacífico, un grupo de integrantes fue forzosamente desplazado de su territorio y con pocas alternativas en cabeza de Sarcelinito Piraza -actual gobernador del cabildo- tomaron la decisión de emigrar a la ciudad de Bogotá.

Ya son más de 13 años en los que este grupo de hombres y mujeres con fuerte vocación artesanal perviven en un contexto urbano; a diferencia de muchas otras comunidades en el país, el pueblo Wounaan Nonam ha encontrado en la elaboración y comercialización de sus productos artesanales un ingreso adicional para sus familias. Los productos que elaboran los artesanos son jarrones, bandejas, trompos, manillas, cucharas en madera, brazaletes y platonos; todo en fibra de Werregue propia del Chocó.

Los Artesanos Wounaan quienes residen en Ciudad Bolívar, han modificado sus referentes y su cotidianidad por las dinámicas de la ciudad, vale resaltar que guardan varias de sus tradiciones, particularmente en el oficio de la cestería, por medio de la cual expresan sus saberes y simbología ancestral.

El grupo está conformado en su mayoría por mujeres, quienes desean hacer visible el trabajo que realizan como depositario de conocimientos que aportan a la pervivencia de su pueblo indígena en la ciudad, promoviendo la reproducción de la vida y la cultura.

## RESULTADOS

Productividad: 70%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Pereira, Medellín, Neiva, Bucaramanga, Bogotá, Muestra Comercial en MinCIT.

Beneficiarios atendidos: 31

Ventas: \$64.056.810

*"Agradezco a mi comunidad por darme la oportunidad de representarlos".*  
Arcenio Moya Ortiz, artesano del grupo Wärkhi.





# ▶ WOLUNKA

URIBIA, LA GUAJIRA  
ETNIA: WAYÚU

En esta comunidad, ubicada en la Ranchería Utaithu, a 20 minutos del casco urbano de Uribia, la tejeduría es la actividad económica principal y el oficio mayoritario de las mujeres de la zona. El tejido de punto en crochet para las mochilas, el tejido en telar vertical para los chinchorros, el tapizado en vellón para mantas, y el tejido en sarga para sombreros; son los trabajos emblemáticos y representativos del grupo.

Wolunka es una comunidad que cuenta con gran capacidad de diseño y producción, por ello, sus artesanías demuestran una gran riqueza e identidad cultural del pueblo Wayúu; una muestra de ello es el manejo de colores y kanaas como expresiones propias ancestrales y tradicionales.

Sus avances en el ámbito comercial se vieron reflejados en la apertura de mercados dignos que reconocen el trabajo invertido y la historia que carga cada uno de sus productos.

El nivel que tiene el grupo, en todos los componentes del programa, lo proyecta como un referente de fortalecimiento en mercados regionales y nacionales; a la par, de visualizarse con una gran capacidad para procesos de creación e innovación.

## RESULTADOS

Productividad: 50%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Bucaramanga y Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 18

Ventas: \$10.568.500

*“Cuando nos volvemos majayut, o sea señoritas (...) nos encierran en una casa, y ahí solamente podemos interactuar con nuestra mamá, con nuestra abuela, o con la tía encargada. Ahí ellas nos van enseñando los pensamientos, también nos van enseñando a tejer”.*

Yajaira Beatriz González Jusayu,  
artesana del grupo Wolunka.





# ► ZARYCANHA

INÍRIDA, GUAINÍA

ETNIA: CURRIPACO

Zarycanha traduce en Puinave araña; y es que para este grupo artesanal, la araña es la mejor metáfora de su tejido; pues los grandes formatos de contenedores tejidos en chiqui chiqui con la técnica en rollo, preservan un ambiente y entorno natural desde su elaboración y tinturado, hasta la ancestralidad legada en el oficio.

La comunidad de Porvenir hace parte del Resguardo Indígena Paujil, junto con las comunidades del Limonar y Paujil. Ubicadas en el margen occidental de la ciudad de Puerto Inírida, capital del departamento del Guainía. El grupo de artesanos indígenas de la Comunidad de Porvenir, está conformado en su mayoría por integrantes de la etnia Curripaco, sin embargo, se identificaron personas pertenecientes al Pueblo Puinave y al pueblo Baniva. Suceso que no es de extrañar en la nómada Orinoquía. Además, esto responde a las características pluri-étnicas que se identifican dentro del Resguardo Paujil, al igual de los estrechos lazos que se establecen dentro de estas comunidades indígenas, por ser provenientes de grupos amazónicos.

Es de esta manera, que con apoyo del Programa, el grupo buscó generar una semilla de emprendimiento para su producción artesanal, teniendo como objetivos el mejoramiento de sus parámetros de calidad y el fortalecimiento de su identidad cultural, como claves para el desarrollo creativo y de innovación de diversos productos. A través del apoyo en la obtención de materia prima, el grupo logró realizar ejercicios de experimentación para conseguir nuevos tonos por medio de la inmersión de la fibra en agua. Adicionalmente los artesanos de Zarycanha durante el proceso y especialmente gracias a las actividades de Transmisión de Saberes reafirmaron sus lazos identitarios y referentes simbólicos.

## RESULTADOS

Productividad: 70%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Medellín, Bogotá, Muestra Comercial en MinCIT.

Beneficiarios atendidos: 19

Ventas: \$14.341.000

*“Sigamos adelante con el proyecto, con las artesanías; es el único medio de rebusque para sostener la casa, los hijos (...) Nuestro medio es la artesanía, por eso hay que seguir adelante”.*

Ana Gladys Aponte Garrido,  
artesana del grupo Zarycanha.







Grupos Artesanales  
**NARP**

Negros, afro colombianos, raizales y  
palenqueros.

*Artesana del grupo Massai  
Foto: Iván Rodríguez*

# ► AFROPATÍA

EL PATÍA, CAUCA  
NARP

Para los artesanos afropatianos del Cabuyo, el programa les ha mostrado el camino para mejorar y seguir mejorando. La experiencia de los maestros que trabajan el totumo, dice que la calidad y la técnica es la referencia para que la competencia no se sienta tan agresiva en los eventos comerciales de talante regional y nacional.

Los diseños, acabados y técnicas, son una muestra de que el Cabuyo se toma bastante en serio la actividad artesanal. Su crecimiento fue notable, el tinturado natural con achiote, la elaboración de productos cada vez más complejos con el solo uso del totumo como instrumentos musicales, y los elementos decorativos, posiciona hoy al Cabuyo como un gran referente de perseverancia y trabajo de calidad dentro de las comunidades afros del país.

En el nivel organizativo, aún con todos los retos que implica reunir un grupo con diversas proyecciones, se planificó caminar y trabajar conjuntamente con un sólo objetivo: posicionar al Patía desde la historia afro materializada en máscaras coloridas y cargadas de la motivación de adultos y niños que han asistido a ferias con novedosos productos. Es el legado de las cortamates del Valle del Patía, la que se reinventa a diario con las grandes habilidades de las y los artesanos. De esa manera, se engrandece la región con el solo hecho de posicionarse en otros territorios.

Asistir a ferias como Expoartesanías, en palabras del maestro musical y del totumo Guillermo León Gamboa, es ya un triunfo en todo su esplendor por lo que significa participar en la feria más importante a nivel nacional en materia artesanal.

## RESULTADOS

Productividad: 40%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Cali, Cartagena, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 34

Ventas: \$6.786.000

*“Si no hubiera sido por Artesanías de Colombia, el violín negro no existiría. Es nuestra pieza más importante”.*

Guillermo León Gamboa,  
artesano del grupo Afropatía.





# ► ARDEHIGUE

SAN ONOFRE, SUCRE  
NARP

En la vía Cartagena – Medellín, está el Higuerón en la cabecera municipal de San Onofre. Allí, los artesanos dedicados a la talla de las maderas ceiba tolua, colorado y teka, quienes expresan la tradición negra de la costa caribeña, son los que perciben las artesanías como el sustento de sus núcleos familiares.

Aunque la Asociación ya existía gracias al trabajo de las mujeres que tejían en fibra de plátano e iraca, en la experiencia de iniciar el proceso con el programa que abre sus puertas a pueblos NARP, es que la Asociación toma el rumbo de no desfallecer en la consolidación de artesanos dispuestos a subsistir de su trabajo manual.

Los retos que la asociación asumió durante esta vigencia, en materia organizacional fueron arduamente trabajados para generar confianza entre los asociados; hoy se puede decir que dicho esfuerzo rindió frutos; tanto así que la comunidad ha decidido invertir en su propio taller gracias a los reconocimientos económicos del programa.

La transmisión de saberes fortaleció el oficio de la tejeduría y potencializó dicha actividad que en algún momento se vio desplazada por la talla de madera. Hoy, tanto mujeres como hombres, trabajan conjuntamente para que el Higuerón sea reconocido a nivel nacional; y su quehacer, aún dentro de la competitividad de la madera, sea diferenciadora y de calidad.

Los diseños, la comercialización, y el desarrollo humano, se dio a la tarea de trabajar conjuntamente para mantener el ritmo exigente de la productividad que se le atribuye a los grandes talladores del Higuerón.

## RESULTADOS

Productividad: 25%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Medellín, Cartagena, Barranquilla, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 23

Ventas: \$38.259.000

*“Las luchas siempre tienen sus sacrificios, siempre tienen sus recompensas, yo me siento muy contento con todo esto”.*

Carmelo Castillo Ruiz, artesano grupo Ardehigue



# ▶ ARTEGUA

VALLEDUPAR, CESAR  
NARP

En el corregimiento de Guacoche, ubicado en el municipio de Valledupar, el grupo de Mujeres Emprendedoras se dedica a la alfarería tradicional. La gran mayoría de la población de la zona, se autoreconoce como raizal y palenquera, y la organización de los pueblos negros a través de la figura de Asociación, ha involucrado el proceso de estas mujeres artesanas a sus dinámicas de pervivencia identitaria.

Tal cual y su nombre lo dice, esta es una comunidad de mujeres que emprenden por medio de la elaboración de tinajas que han sido compartidas entre generaciones como parte de su legado cultural. La comunidad se encuentra en un proceso de recuperación de sus tradiciones artesanales, debido a la reubicación de su territorio que fue impactado por el conflicto armado colombiano.

Hoy en día trabajan en su organización interna, con responsabilidades y tareas que de a pocos se van fortaleciendo por el bien común y colectivo. Mujeres Emprendedoras ha arrancado el proceso de adquirir habilidades en técnica de calidad, su disposición y voluntad han sido los principales motores para llevar a cabo la apertura de nuevos mercados de co-diseño que le apuntan al respeto y la integridad del valor artesanal.

En términos de comercialización, el grupo ha participado en mercados locales y regionales; y para aumentar su productividad, se ha fortalecido la técnica de pintura sobre cerámica, hecho que obtuvo excelentes resultados económicos y ambientales.

## RESULTADOS

Productividad: 35%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Cartagena.

Beneficiarios atendidos: 35

Ventas: \$225.000

*"Aquí el paisaje de los cardonales se va perdiendo (...) pero siempre quedan los cactus, el pichigüey en especial, que es una muestra de nuestra cultura (...) así somos nosotras".*

Tirsa Elena Bula, artesana del grupo Artegua





# ▶ ARTESANOS UNIDOS DE BOLIVAR

CARTAGENA, BOLIVAR  
NARP

La Asociación Artesanos Unidos de Bolívar se encuentra ubicada en el Departamento de Bolívar, donde el mayor número de beneficiarios reside en Cartagena de Indias. Esta asociación está integrada por una gran variedad de Artesanos dedicados a diversos oficios; de los cuales se pueden resaltar el trabajo en Coco y Bisutería. La asociación tiene más de 40 años, con un promedio de 50 a 100 artesanos asociados. Desde 1978 organiza junto con otras entidades culturales, la Feria Artesanal y cultural del Caribe, encuentro que permite la exhibición de los productos y el establecimiento de contactos directos entre artesanos e inversores.

Dado que cada artesano tiene su propio taller existe una multiplicidad de oficios, entre los más tradicionales encontramos la talla en coco, moda con tela de algodón, y bisutería. De otro lado, entre los oficios que catalogan como arte manual están la elaboración de bolso en zuncho, muñecas palenqueras en porcelanicrón, vaciado en yeso, muñecas de trapo, bolsos, y crochet.

El grupo demostró un gran interés en participar del programa y estuvieron dispuestos a orientar el trabajo a un único oficio.

## RESULTADOS

Productividad: 25%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Cartagena.

Beneficiarios atendidos: 36

Ventas: \$1.956.000

*“En medio de tantas cosas que hacemos, nos une reconocernos como uno solo”.*

Piedad Pérez,  
artesana del grupo Artesanos Unidos de Bolívar.





# ASOARCHI

VALLEDUPAR, CESAR

NARP

ASOARCHI es una asociación con varios años de experiencia en el mercado local, siendo la palma estera su materia prima principal para la elaboración de tapetes, caminos de mesa, individuales, pies de mesa y esteras. Estos oficios, los desarrollan en telar vertical con la técnica de tafetán. Su actividad comercial innovadora, y el carácter diferenciador de sus productos, ha llevado a la asociación a participar de la 19ª Feria Internacional Fenearte Pernambuco, en la ciudad de Recife, Brasil, durante esta vigencia.

El grupo tiene una organización interna estable con roles y responsabilidades definidas. Esta comunidad representa en sus artesanías las historias, mitos y leyendas que caracterizan a Chimichagua y a las comunidades afro de la zona; a ello se deben sus colores llamativos, la carga histórica de cada producto, y las técnicas empleadas de la tradicional. La comunidad ha perfeccionado su discurso de venta; y actualmente cuentan con diversos canales de comercialización en plataformas virtuales, así como con un amplio portafolio de clientes fijos.

De igual manera, las actividades relacionadas con la transmisión de saberes, como las técnicas enfocadas en el rescate de los colores naturales, son una prioridad y un compromiso para el grupo, su esfuerzo se ve remunerado en el aumento de la productividad y en el referente sociocultural que empieza a abrir puertas en todos los niveles del mercado.

Los avances de ASOARCHI en su organización interna, permiten que el fortalecimiento artesanal, por medio de talleres de profundización cultural e identitaria, represente la integridad de cada uno de los componentes del programa.

## RESULTADOS

Productividad: 29%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Medellín, Barranquilla, Cartagena, Bogotá, Muestra Comercial en MinCIT, Pernambuco (Brasil).

Beneficiarios atendidos: 47

Ventas: \$21.271.850

*“Los incentivos materiales son igualmente importantes, porque nuestras artesanías son trabajo, la solución está en equilibrar esa motivación de emprendimiento con los incentivos culturales como hacernos conocer, no acabar nuestra cultura, y avanzar en nuestra historia”.*  
Doris Isabel Díaz, artesana del grupo Asoarchi.





# ▶ ASOMIPIVA

VILLA CONTO, CHOCÓ

NARP

Se encuentran establecidos en el corregimiento de Villa Conto, municipio de Río Quito, departamento del Chocó, a 30 km de Quibdó, ciudad capital. Sus trabajos en damagua, cestería en iraca y talla en madera, son comercializados con fines decorativos y utilitarios. Han participado en ferias nacionales como Expoartesanías y Expoartesano. Sin embargo, no han realizado ejercicios de experimentación con otras fibras, por lo cual su cestería es similar a la que se ve en toda la región del Pacífico; por lo tanto, se consideró importante innovar desde la co-creación para obtener mejores resultados de oferta y demanda, y de posicionamiento socioempresarial.

Las artesanas en todo este proceso, se mostraron activas y mucho más comprometidas que en los inicios, pues gracias al reconocimiento de sus falencias, y al aporte que los tres componentes podían brindarles, mostraron ánimo frente a las proyecciones no solo institucionales, sino autónomas y autogestionadas.

## RESULTADOS

Productividad: 25%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Cali, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 29

Ventas: \$7.978.000

*"Nuestro trabajo habla por nosotros".*  
Ana Clara Palacios, artesana grupo Asomipiva.



# ► CREA MÁS NUQUÍ

NUQUÍ, CHOCÓ  
NARP

Lo aprendido para el grupo que conforma Crea más Nuquí, se ha puesto en práctica desde el inicio hasta la finalización del programa durante esta vigencia. Sus resultados económicos demuestran la exigencia, el compromiso, y la dedicación, con la que los y las artesanas de Nuquí, Chocó, emprenden dentro del campo artesanal. Son sus productos hechos a mano en su totalidad, en madera Oquendo y Macana, los que posicionan el trabajo que emerge del barrio Porvenir y de La Unión.

En términos de diseño, la piel de cocodrilo sobre las canoas, y las tablas de picar ensambladas en las dos maderas que se manejan, son la innovación que el grupo asumió como un reto lleno de positivas proyecciones. Los resultados hablan por sí solos, de hecho, el trabajo para Crea más Nuquí a futuro, deberá basarse en incrementar aún más su productividad, ya que la demanda superó la oferta en las ferias nacionales.

La conexión con las capacitaciones sociales y comerciales, aún cuando fue necesario fortalecer la organización consolidada del grupo de manera insistente, resultó siendo el abrebocas para grandes proyectos colectivos ya que es la primera vez que los artesanos deciden reunirse en torno a su oficio.

## RESULTADOS

Productividad: 40%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Cali, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 19

Ventas: \$16.060.000

*“Esto es algo muy tradicional, viene de los ancestros de nosotros, y me parece que no debemos desfallecer en organizar el grupo”.*

Yency Salas Largacha,  
artesana del grupo Crea Más Nuquí.





# ► DAH FIWI MACHE

SAN ANDRES ISLAS, SAN ANDRES  
NARP

Desde la invitación hasta el final, el calor humano que reside en San Andrés, es el abrazo de recibimiento con el que se cuenta a diario. En el sector centro de Saribey, de la gran isla caribeña, las artesanas dedicadas a la carta pesta de los cuencos hechos en papel, han direccionado sus años de experiencia en liderazgos claros, tareas y roles definidos y emprendimientos colectivos.

El acompañamiento constante al proceso, y la retribución sociocultural permanente de la comunidad, produjo un desarrollo lleno de éxitos, optimismo y amor. Este sentimiento, se traduce en la alegría de participar en la feria más importante de artesanías a nivel nacional, llevando a sus hogares, excelentes resultados económicos y de intercambio de saberes con comunidades hermanas. Nos dice Martha Forbes, con un nudo en la garganta ¡Hasta luego, hasta pronto! ¡Gracias Artesanías de Colombia!

Es la exigencia, el camino a la excelencia. Pues los resultados comerciales desbordan las exhibiciones; y las capacitaciones sociales y comerciales, quedaron impregnadas en todas las participantes del grupo. El manejo de coloridos cuencos, con animales representativos de la isla, e imanes para nevera amigables con el medio ambiente, son algunos de los productos con los que Dah Fiwi Mache, hoy hace conocer su arte de convertir el papel reciclado en artesanías decorativas y utilitarias exclusivas.

## RESULTADOS

Productividad: 35%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Cartagena, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 25

Ventas: \$5.029.000

*“Es bueno escuchar, y aceptar los consejos”.*  
Martha Forbes, artesana del grupo Dah Fiwi Mache.



# ► ECOMANGLAR

BUENAVENTURA, VALLE DEL CAUCA  
NARP

Los habitantes del Territorio Colectivo de las comunidades de La Plata, en Bahía Málaga, son un grupo autoreconocido como negro, con más de trescientos años de tradición y presencia en el municipio de Buenaventura, departamento del Valle del Cauca.

El programa en términos generales, y en palabras del líder artesano José Daniel Mosquera, ha sido completamente exitoso; pues se ha logrado despertar y motivar a través de las artes y las artesanías, que representan una gran oportunidad de vida, a los miembros de las cuatro comunidades. En los objetivos mismos del grupo, se le apuesta a la conservación y transformación de productos maderables y no maderables, para posicionar el conocimiento tradicional negro que habita en Buenaventura.

En esa misma vía, los productos de Ecomanglar en talla en madera y cestería en bejuco y palma de matamba, como su nombre lo indica, respetan el medio ambiente y el entorno; para los artesanos, el territorio es el medio para subsistir, y por ello, son respetuosos con el uso de sus maderas. Han participado en eventos comerciales con muchos tintes socioculturales, en otras palabras, los aprendizajes que dejan los espacios de mercado, también reconocen el papel del intercambio cultural entre pueblos hermanos.

Se espera que la continuación del proceso siga con tanto poder - ya que hasta ahora empieza-, pues augura enormes proyecciones artesanales y empresariales. Las escalas micro y medianas en materia artesanal, serán defendidas por Ecomanglar para que su arte nunca sea industrializado ni dañino con el entorno, por ello los límites de la extracción son claros.

## RESULTADOS

Productividad: 50%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Cali, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 19

Ventas: \$3.599.000

*“Como líder quiero que sigamos construyendo la puerta que acabamos de abrir (...) los beneficios que se han tenido en este proceso no son solo económicos, los beneficios son el resalte artesanal de las oportunidades de vida”.*

José Daniel Mosquera, líder del grupo Ecomanglar.





# ▶ EL TUNO

EL PATÍA, CAUCA

NARP

El Tuno, una vereda del Patía que queda aproximadamente a treinta minutos del casco urbano del Bordo, es una comunidad con historia y presente artístico. La mayoría de su población, si no es que es toda, tiene en la sangre el don de la música. Las mujeres cantadoras, los niños violinistas, las orquestas como el Son del Tuno, son solo algunos de los ejemplos de la diversidad musical que se encuentra en el territorio. Fue allí, en el taller de artesanías y reuniones musicales, que se dio inicio a todo el proceso que involucra por primera vez a las comunidades NARP.

Los beneficiarios del Tuno, autoreconocidos como negros, elaboran elementos decorativos en totumo crudo. La comunidad trabajó en la asistencia, el apoyo y asesoría en la exploración de referentes culturales, representaciones propias y simbología tradicional. Entre jóvenes líderes, mujeres mayores, madres y adultos, se desarrolló el proceso de llevar el entorno de las históricas cortamates y las hojas de la Tuna, a las artesanías decorativas y utilitarias que posicionan la cultura afropatiana del Cauca.

Es la primera vez que el grupo se reúne para capacitarse en torno a la actividad artesanal, por ello, los talleres se desarrollaron desde el fortalecimiento comercial y social desde una base organizativa emergente, desde el diseño abarcaron la exploración e innovación de las líneas de producto logrando un avance en el proceso.

## RESULTADOS

Productividad: 25%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Cali.

Beneficiarios atendidos: 33

Ventas: \$171.000

*“Aquí vive la tradición de las artesanías y la música”.*

Miller Llanos Daza,  
artesano del grupo El Tuno.



## ► MAKANIÁ

SAN BASILIO DE PALENQUE, BOLÍVAR  
NARP

San Basilio ejerce una fuerte influencia en toda la región Caribe colombiana y simboliza la lucha de las comunidades afros y palenqueras por la abolición de la esclavitud, la reivindicación étnica, la convivencia y el reconocimiento de la diversidad cultural de la nación.

El grupo de Makaniá se formalizó en el 2012 durante la implementación de un proyecto del SENA. Sin embargo, al inicio del programa, el modelo organizativo que caracterizaría a la comunidad, sería la de artesanos independientes, ya que cada uno manejaba su propio taller y su oficio de forma autónoma, sin interés de agrupación o división de labores. Hoy en día, la organización sólida fomentada por el componente social, da como resultado un trabajo articulado entre los miembros.

La población artesanal en San Basilio de Palenque dedica su labor, principalmente a la elaboración de instrumentos musicales y a la talla en madera, adicionalmente hay grupos de artesanos diestros en la elaboración de esteras, elementos decorativos en totumo, y mochilas en fibras vegetales.

La elaboración de objetos musicales de percusión, oficio de los luthiers, es uno de los principales elementos representativos de la cultura palenquera; de la mano del componente de diseño, se logró reconocer dos tipos de tambores como lo son el alegre y el llamador, y otros tipos características similares pero de menor tamaño. Por ello, la comercialización de souvenirs también fue un punto a favor para los artesanos que no siempre tienen salidas económicas rápidas con sus instrumentos.

### RESULTADOS

Productividad: 20%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Cartagena.

Beneficiarios atendidos: 21

Ventas: \$135.000

*"Somos el pedazo de África que no olvida".*

Bernardino Perez Miranda,  
artesano del grupo Makaniá





## ► MASSAI

QUIBDÓ, CHOCÓ  
NARP

La historia del Chocó está ligada a la minería del oro y del platino. La abundante presencia de los esclavos en la Costa Pacífica y especialmente en la región del Chocó, obedece a la riqueza en recursos naturales preciosos, específicamente el oro, recurso indispensable para las economías monetarias de los periodos de la historia esclavista.

Massai, que en su nombre reivindica a un pueblo del continente africano, es un grupo relativamente nuevo que por mucho tiempo ha desarrollado sus productos principalmente en torno a las festividades, como la fiesta de San Pacho. La asociación de artesanas Massai de Quibdó, se encuentra conformada por 17 mujeres y 2 hombres, que dedican su actividad entre la confección de Caches (Traje de gala utilizado en las festividades de la región), trajes de novia, y otros elementos de vestuario a solicitud de clientes locales. Además, algunas mujeres han desarrollado varias líneas de productos de bisutería como collares, tocados, moñas, turbantes, carteras, y otros, aprovechando los retazos resultantes de su actividad principal de costura. También trabajan el tejido en crochet con hilos terlenka, coral, encerado, y lana.

Aunque los espacios de transmisión de saberes artesanales no eran concretos, el grupo expresa que han aprendido a tejer y a trabajar con las telas, bisutería y diversas decoraciones, de manera conjunta, y que en esa misma vía, han ido mejorando las técnicas al compartirlas con las otras y los otros compañeros. Algunos de los elementos que hacen referencia concreta a contexto cultural a través del quehacer artesanal, son las pinturas que están en las telas de los disfraces alegóricos de hombres y mujeres afro chocoanos.

### RESULTADOS

Productividad: 25%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales

y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Cartagena.

Beneficiarios atendidos: 21

Ventas: \$640.000



*“Gracias a las capacitaciones de Artesanías de Colombia, y a todo su trabajo, hoy nos estamos dando a conocer con lo que sabemos hacer”.*

**Rosa Elena Mosquera López,**  
artesana del grupo Massai.

# ▶ OQUEGUA

BAHÍA SOLANO, CHOCÓ  
NARP

Oquegua, el grupo de artesanos dedicados a la talla manual de madera Oquendo, Choiba, y Guayacán, ubicados en la comunidad El Valle en el corregimiento de Bahía Solano, se autoreconocen como negros, con histórica presencia en el territorio.

Dentro de los oficios más fuertes se identifican la talla en madera, la cestería en bejuco, y la bisutería con semillas. El proceso artesanal, en su comienzo, fue bastante complejo a la hora de la organización; pues algunos miembros focalizados en Oquegua, no sentían pleno interés por hacer de las artesanías un sustento económico sostenible. A lo largo del proceso, el grupo demostró que era posible gestionar, ejecutar, y participar de escenarios comerciales con sus productos. De los avances más significativos, está el campo del diseño; donde el posicionamiento de productos con clara influencia africana, se vieron cortos ante su gran acogida en las ferias. Las grandes máscaras decorativas combinadas con bateas, fueron un rotundo éxito dentro de los escalafones que avanzan los artesanos de Oquegua

La comunidad, después de toda la experiencia de este año, también tiene la expectativa de mejorar su calidad de vida por medio del desarrollo de sus productos, su comercialización y la ampliación a nuevos mercados.

*“El trabajo a veces es difícil, uno se queda solo, pero hay que creer, porque solo teniendo fé es que salimos adelante”*

Luis Fernando Asprilla,  
artesano del grupo Oquegua



## RESULTADOS

Productividad: 40%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Cali, Barranquilla, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 35

Ventas: \$7.540.000



# ► PRODARTE

BUENAVENTURA, VALLE DEL CAUCA  
NARP

El avance en el proyecto artesanal, que ha pasado de ser una motivación individual a un sentimiento colectivo, para Prodarte las artesanías representan el sustento del diario vivir. Hace tres años, el líder artesano Jesús Antonio Rodríguez, inició como estudiante luthier de instrumentos propios de la región; ese momento fue decisivo para que este joven líder buscara capacitaciones con otros artesanos interesados en emprender a través de la construcción de sus marimbas, máscaras y souvenirs utilitarios como servilleteros, portavasos, llaveros, entre otros. Ésta es la primera ocasión que Prodarte se reúne para salir a eventos comerciales regionales y nacionales. Su emoción se percibe a metros de distancia; pues el intercambio cultural y el calor humano entre comunidades hermanas, hace de esta experiencia un recuerdo tan robusto como sus maderas de Pino, Guadua y Chonta.

En diseño, las sillas plegables, las bandejas triples, y los porta calientes, son los productos de innovación que Prodarte asumió como retos. Con estos últimos, llegan las recomendaciones de crear cada vez más diseños entre los miembros del grupo, que se proyectan como una organización estable y consolidada.

Los saberes que se quieren seguir transmitiendo de la cultura afrocolombiana y negra de Buenaventura, gracias a Prodarte que desea enseñar a niños y niñas en su comunidad, ha llegado a ser referente de progreso en la ciudad del bello e histórico puerto.

## RESULTADOS

Productividad: 35%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Cali, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 30

Ventas: \$5.256.000

*“Hay que creer en el proyecto, esto no es pasajero, hay que tener una visión hacia el futuro (...) como la gallina, trabajando de grano en grano”.*  
Jesús Antonio Rodríguez, artesano grupo Prodarte.





BARÚ, BOLÍVAR  
NARP

La Asociación de Artesanos Unidos de Barú, recientemente formalizada por el programa, hoy se ve motivada por continuar con el proceso que le apuesta al fortalecimiento productivo. El grupo, que lleva años de experiencia en la organización artesanal, se vincula por primera vez en la apertura de la cobertura a pueblos negros del programa.

La música, dentro de los encuentros regionales de saberes, fue un tema bastante nutrido por esta asociación, pues cada miembro se siente parte del sabor único de la ancestralidad africana y caribeña. En Diseño, el componente le apostó a los productos utilitarios como las bandejas en madera y los decorativos como las Maria Mulatas y los peces de mar con su colorido natural de la isla. Son las Maria Mulata sin ojos (caladas en madera y tinturadas de un solo tono) el producto emblemático y representativo de Barú, ya que es el símbolo exclusivo del canto de Cartagena.

En el componente social, el trabajo en grupo fue el enfoque con el que se incentivó al grupo para continuar con el oficio adquirido y empírico del que se han apropiado. La madera ya no es ajena a niños y jóvenes que cada día se muestran más interesados en emprender y perseverar desde la autogestión y el trabajo con las manos.

La comercialización traspasó el aprendizaje cuantitativo, y llegó hasta la identificación de clientes y personalidades que se acercan interesados en el producto. Enseñanza que la organización de Barú ha aprovechado al máximo, pues ya registra altas ventas en este corto tiempo.

## RESULTADOS

Productividad: 25%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Bucaramanga, Cartagena, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 30

Ventas: \$6.582.000

*“Estoy agradecido por el producto, con todos aquellos que nos apoyaron, por el buen trabajo que se hizo (...) todo fue un éxito total”.*

Henry Heberto Vargas, artesano del grupo Ronco.





# ► SUEÑO DE ORO

VILLA CONTO, CHOCÓ  
NARP

La artesanas y artesanos del grupo Sueño de Oro, que trabajan la damagua y la cestería en iraca, han enseñado al programa, de manera profunda el relacionamiento con grupos afros y negros; pues toda la riqueza cultural que yace en el territorio y en las manos de los beneficiarios, son el gran punto de partida para reconocer otras formas de percibir las realidades, los espacios y momentos culturales, y el emprendimiento de sectores desplazados pero resilientes. El oficio fuerte de esta comunidad artesanal, es el trabajo en damagua, con el cual desarrollan flores decorativas; tienen gran potencial a nivel organizativo, de diseño y comercialización, por lo que se puede percibir como un ejemplo de optimismo y practicidad.

Aunque la Asociación se conformó en el 2008, registrada ante la Cámara de Comercio de Quibdó, carecía de un proceso organizativo consolidado. Actualmente, el sentido de pertenencia de sus miembros, y el recalque permanente del ser negro con orgullo, ha llevado a que el grupo sienta sus bases firmes y con aspiraciones colectivas a largo plazo.

Uno de los objetivos del componente comercial, con Sueños de Oro, fue buscar espacios de promoción de sus productos a nivel local y regional, y propender por una formalización interna de los procesos contables y comerciales por medio del uso de formatos para documentar toda su información empresarial.

## RESULTADOS

Productividad: 25%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Medellín, Cartagena, Encuentro Nacional.

Beneficiarios atendidos: 26

Ventas: \$20.967.000

*“Nosotros siempre podemos dar más, eso es lo que nos hace emprendedores”.*

Floriselda Mosquera,  
artesana del grupo Sueño de Oro.



## ► TEJEDORAS DE MAMPUJÁN

MARIA LA BAJA, BOLÍVAR  
NARP

Las ya reconocidas tejedoras de Mampuján, dejaron los tapices que relatan los fuertes momentos de desplazamiento, por terapias tejidas y bordadas de historias alegres que las motiva a emprender con su colorido oficio.

Con la experiencia adquirida, y en la medida que se va aprendiendo, se van desarrollando nuevos conocimientos, dice Gledys López. Estas vivencias para las tejedoras, se han nutrido de relatos y testimonios llenos de optimismo y perseverancia ante las difíciles situaciones sociales que las llevaron a bordar y a tejer.

El grupo es consciente de todos los esfuerzos que debe asumir para salir a escenarios comerciales, y aún con algunos obstáculos económicos y laborales, se ha empoderado activamente ante la insistencia de entrar al mercado con productos únicos y exclusivos que cuentan sus historias.

En diseño, el trabajo estuvo encaminado a tejer productos en formatos más pequeños, con funciones utilitarias -sin nunca perder la esencia- pero mejorando cada día. Las cartucheras, monederos, entre otros, fueron la experimentación para abastecer la demanda comercial. Se trabajó interdisciplinariamente con el fin de potenciar todo lo narrativo que construyen las mujeres. Tener herramientas de trabajo, materia prima, y rubros destinados al fortalecimiento, han facilitado el oficio que las tejedoras no dejarán de impulsar, pues son sus tapices los encargados de hablar por ellas, por sus cuentos de infancia, y por la memoria misma que no se pierde.

### RESULTADOS

Productividad: 60%

Líneas de producto desarrolladas: 2 líneas comerciales y 1 línea emblemática.

Participación en eventos: Cartagena, Barranquilla, Bogotá.

Beneficiarios atendidos: 23

Ventas: \$2.995.000

*“Nosotras tenemos un compromiso (...) anteriormente hemos tenido apoyo, pero ahora queremos continuar comprometidas para que todos los proyectos lleguen al final, y no dejar las telas sin cortar”.*

Gledys López Maza,  
artesana del grupo Tejedoras de Mampuján.





# 05 | COMPONENTES PARA EL FORTALECIMIENTO DE GRUPOS ARTESANALES

# DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTO CON ÉNFASIS EN RESCATE

La línea étnica de Artesanías de Colombia, cuenta con un grupo de asesores dedicados exclusivamente al fortalecimiento del componente de diseño en las comunidades beneficiarias. Este es el encargado de realzar y exaltar el manejo de las técnicas que tienen las comunidades. Este componente busca fomentar el desarrollo creativo de los grupos artesanales, de manera que estos se sientan identificados con la labor que realizan, al mismo tiempo que se transforma para entrar en el mercado, buscando idealmente el punto de equilibrio donde se sientan cómodos dentro del comercio. Los productos deben contar con identidad propia, y los asesores en zona siempre están atentos a las particularidades de materia prima, simbología e historias para su aprovechamiento.

Este componente es responsable de mejorar el aspecto técnico de las labores artesanales, buscando el perfeccionamiento de la calidad para que se logre un posicionamiento de los productos. A medida que pasa el tiempo, se exige más en cuanto a los determinantes de calidad, la transmisión de saberes, mejoramiento de acabados, procesamiento de la materia prima, entre otros. Estos encuentros en comunidad se desarrollan siguiendo los parámetros establecidos, para que cada asesor en zona desarrolle sus talleres; por ejemplo, de teoría del color, co-creación, líneas de productos y otros, articulados con los demás componentes del proyecto.

Uno de estos trabajos que se implementa de forma conjunta es la compilación de simbología que se desarrolla en asocio con los asesores sociales, para lograr una precisión en los conceptos que se manejan en cada producto, la historia que se cuenta en cada pieza, en cada artesanía.



*Taller de desarrollo de producto en Polines, comunidad Embera Katio.  
Foto: Iván Rodríguez*



# CO-DISEÑO

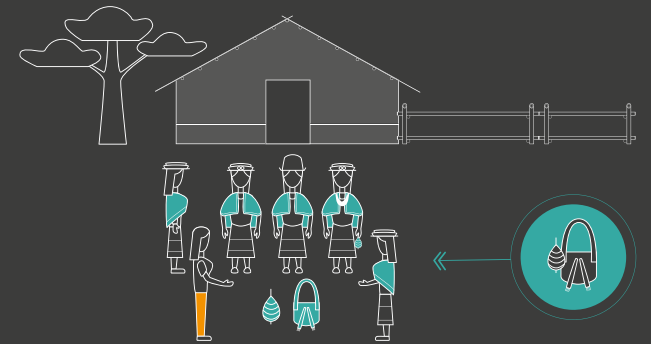
## CASO DE ÉXITO

### Desarrollo de Mochila Mama Manela con Espiral Misak Asociados

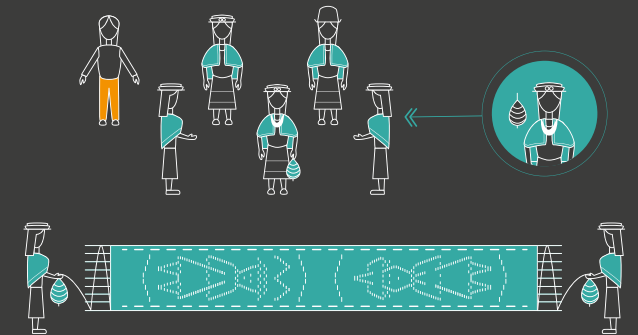
El co-diseño es la metodología insignia de la Línea Étnica de Artesanías de Colombia, que promueve diálogos entre asesores y comunidades que incentivan el desarrollo de producto desde los saberes y técnicas tradicionales. Esto con el propósito de exaltar y conservar su identidad, para proponer líneas de producto de innovación acordes a las tendencias de los mercados.

La mochila Mama Manela acá expuesta, representa un caso de éxito a partir del co-diseño, puesto que en 2015 las mujeres Misak del Resguardo Guambía, Cauca, desarrollaron este producto desde la recuperación de simbología. El dibujo en la cincha o gaza de la mochila se inspira en la historia relatada por los mayores acerca de la cacica Mama Manela, una figura que representa la cosmogonía del pueblo Misak. Este producto no solo enaltece la identidad y técnicas propias, también representa una mejora en la capacidad productiva, al plantearse un tejido monocromático que les permite optimizar los tiempos de elaboración. Hoy en día la Mama Manela se sigue produciendo de forma autónoma y ha logrado posicionar la mochila Misak en el mercado.

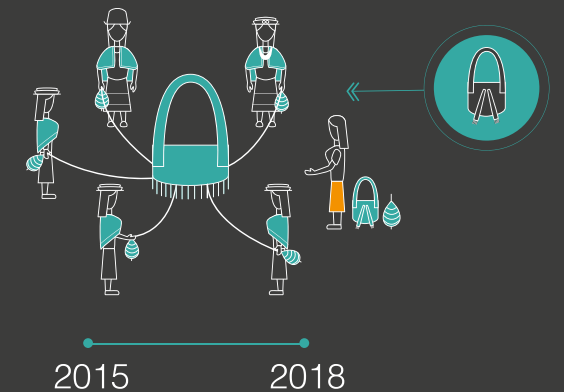
#### 1. ESCUCHAR, OBSERVAR, PREGUNTAR



#### 2. CO-CREAR



#### 3. CONSENSUAR



*“Con nuestras mochilas estamos plasmado nuestro conocimiento, nuestra historia. El resultado está en el diálogo y la concertación de nuestra cosmovisión con la diseñadora, para saber cómo podemos elaborar el producto”.*

María Cecilia Tombe,  
artesana del grupo Espiral Misak Asociados.



### **Mochila Mama Manela**

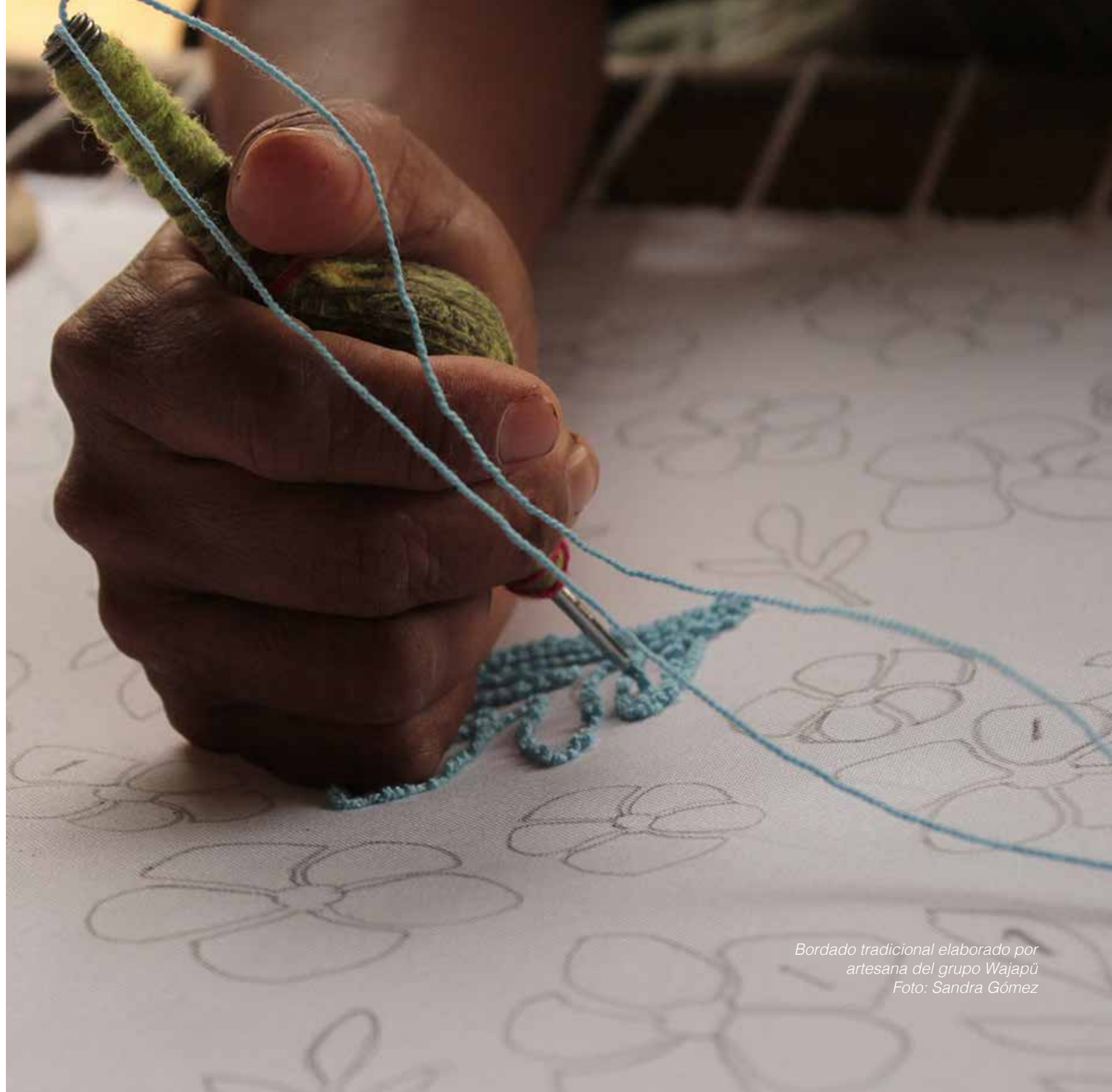
Etnia: Misak  
Materia Prima: Lana de ovejo  
Técnica: Tejido de punto  
Ubicación: Silvia, Cauca  
Diseñadora Guía: Ángela Galindo



# FORTALECIMIENTO DE LOS OFICIOS Y TÉCNICAS ARTESANALES

Dentro de lo anteriormente descrito, en el componente de Diseño también se propende por fortalecer tanto los oficios como las técnicas artesanales de cada comunidad. Este ejercicio parte de la integración de saberes propios tradicionales, el enfoque de rescate cultural, y la organización que promueve y consolida el equipo social. Por ello, dentro del fortalecimiento, la imbricación de disciplinas de trabajo diferenciado, y la posterior aplicación y ejecución de técnicas que pudieron ser reemplazadas, es que se encuentra el camino exitoso de co-crear con cada pueblo indígena o afrodescendiente artesanal, que ve este oficio generacional como primer sustento económico.

Además, como su nombre lo indica, este componente da prioridad a las técnicas que tienen su origen en la ancestralidad, para que de esa manera, se excave en los oficios del pasado y los artesanos puedan remontarse a la tradición manual del quehacer artesanal. El fortalecimiento, se da con el trabajo conjunto de los sabedores de cada comunidad -aquellos en los que pervive la tradición- y los asesores diseñadores que dan rienda suelta para indagar y explorar sobre costumbres que tal vez han sido olvidadas o reemplazadas por otras técnicas.



*Bordado tradicional elaborado por  
artesana del grupo Wajapü  
Foto: Sandra Gómez*

# DESARROLLO SOCIO ORGANIZATIVO

El programa provee el acompañamiento a las comunidades por medio del desarrollo de actividades para el fortalecimiento en capacidades de desarrollo humano y sociorganizativo, como son: liderazgo y participación en los procesos organizacionales, distribución de tareas y responsabilidades, habilidades de comunicación y resolución de conflictos, asociatividad, afianzamiento productivo y otros temas que cada comunidad requiere según sus particularidades. Partiendo de las mismas realidades y necesidades de las comunidades, se identifican oportunidades de cambio y transformación que propenden a la mejora de la situación organizacional y económica, apuntando a la calidad de vida de los grupos beneficiarios.

Durante este año la Transmisión de Saberes tomó gran relevancia en las acciones en campo y en las agendas académicas de los encuentros regionales. En campo, mediante la colaboración de maestros artesanos locales, se fortalecieron los oficios artesanales que se encuentran en detrimento o que hayan sido olvidados por una u otra razón. En los Encuentros de Saberes de las comunidades indígenas, el dialogo giró en torno a la relación entre “La palabra y el saber”, y para las comunidades NARP en “La herencia, la raíz y la identidad”; los resultados de estos encuentros se encuentran plasmados en el primer magazín Namuy.

Las proyecciones de este componente son claras, seguir apuntando al fortalecimiento y al rescate de la identidad de los pueblos indígenas, NARP y Room del país, para visibilizar sus obras y que se siga valorando la herencia ancestral que poseemos como Nación.





# TRANSMISIÓN DE SABERES

## CASO DE ÉXITO

### Aplicación de engobes con Puerto Golondrina

La transmisión de saberes es un proceso que permite regresar a los conocimientos tradicionales y ancestrales de quienes han hecho parte de la historia de las comunidades. Al transmitir los saberes ancestrales se fortalece la cultura propia para las generaciones más jóvenes y se salvaguarda la identidad a partir de las prácticas étnicas.

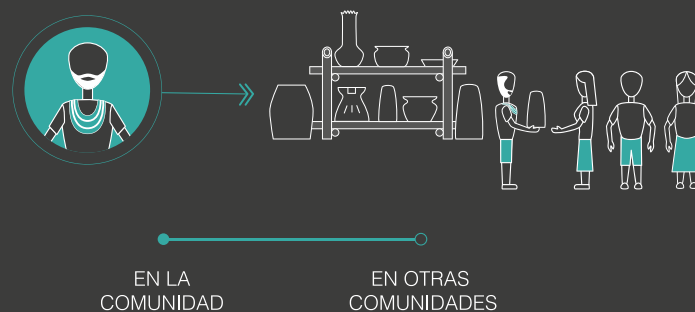
La comunidad Puerto Golondrina, ubicada en el Vaupés, logró volver a implementar las técnicas propias de aplicación de engobes a través del proceso de Transmisión de Saberes, en donde se recuperaron conocimientos asociados a la simbología Cubeo y a la decoración de la alfarería tradicional.

### 1. IDENTIFICAR NECESIDAD O PROBLEMÁTICA

Se identificó que la aplicación de los engobes (pinturas decorativas) había perdido calidad con el paso del tiempo.



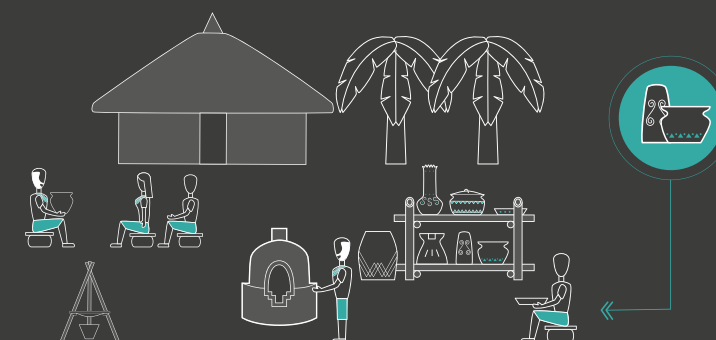
### 2. SELECCIONAR EL MAESTRO ARTESANO



### 3. REALIZAR TRANSMISIÓN DE SABERES



### 4. REPLICAR EJERCICIO



*"Agradecemos a los maestros artesanos, porque los niños aprendieron la historia, los cuentos y lo tradicional".*

Luz Mary Martínez,  
artesana comunidad Puerto Golondrina.



**Olla Tradicional Cubeo**

Etnia: Cubeo  
Materia Prima: Arcilla Roja  
Técnica: Rollo  
Ubicación: Mitú, Vaupés



# GESTIÓN PARA LA FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL

El componente comercial del proyecto se encarga de fortalecer los procesos desde dos ejes de: Comercialización y Mercadeo de las comunidades, y Gestión para Formalización empresarial como grupo organizativo. Entre las actividades desarrolladas por este componente destacan la búsqueda de nuevos canales de comercialización, además del acompañamiento a las comunidades con intención hacia la formalización empresarial.

En cuanto a la labor de gestión del componente comercial una de las tareas que se llevan a cabo es un análisis comercial de las plazas donde se realizarán los eventos comerciales como las ferias regionales, haciendo un estudio macro de la situación de la ciudad anfitriona, al mismo tiempo que se hacen estudios micro de los centros comerciales y los posibles compradores.

Otras actividades que hacen parte de los eventos comerciales son las ruedas de negocios, en las cuales se invitan clientes potenciales para negocios a largo plazo, para asegurar la sostenibilidad de la comercialización, y para que no quede reducido a los eventos específicos.

Las ventas totales para el Programa, sin contar los negocios proyectados con algunos grupos artesanales, fueron de **\$1.704.109.560**. De los cuales \$1.356.645.370 corresponden a la línea artesanal indígena; \$237.909.590 son resultado de la línea artesanal NARP; \$18.344.000 de la línea Rrom; y \$91.210.600 corresponden a la línea agroindustrial.



Taller de fortalecimiento en capacidades de negociación con el grupo artesanal Pureido.  
Foto: Nataly Romero

# 06 | COMPONENTES PARA LA EJECUCIÓN DEL PROGRAMA



# COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN

En el marco del Programa, el componente de Divulgación y Comunicación tiene como propósito acompañar a las comunidades que han constituido una unidad productiva en el desarrollo de su concepto de marca desde su identidad como pueblo étnico, junto con las particularidades del grupo artesanal específico. Esto permite incentivar su valor de acuerdo a sus saberes culturales, y unificar el discurso para generar mayor impacto en el cliente.

Para cumplir con este objetivo, durante esta vigencia por primera vez se realizaron actividades de fortalecimiento para iniciar y consolidar la marca de los grupos artesanales vinculados en el mercado. En esta estrategia se incluyó la apertura de canales de comunicación, como redes sociales y la consolidación de herramientas de comercialización, como lo es el catálogo. Esta nueva estrategia permite consolidar el desempeño comercial de la comunidad y el posicionamiento y recordación del grupo en sus clientes objetivo, apuntando a que las actividades planteadas logren realizarse autonomamente por los artesanos.

Además, el componente también divulga el impacto y los resultados comerciales del Programa en medios de comunicación y plataformas institucionales. Este año, la estrategia de comunicación estuvo encaminada en hacer un reconocimiento y homenajear el legado de los mayores; pues la incidencia, influencia, e impacto que tienen sobre las identidades culturales ancestrales, los convierte en una de las primeras fuentes de sabiduría, conocimiento y experiencia.





# GESTIÓN Y ARTICULACIÓN

*“Desde la gestión y la articulación se incentiva a que más personas conozcan el programa. Llegamos a otros espacios y hacemos alianzas”.*

Johana Villada, líder del componente de Gestión y Articulación.

Este componente propende por una articulación integral entre todos los componentes del programa a nivel interno; a la par que busca gestionarse junto a escenarios externos que involucren tanto a los grupos artesanales como a invitados, alianzas, y organizaciones ajenas al programa. Todo esto con el fin de nutrir el proceso y darle mayor profundidad al trabajo logrado con las comunidades.

Es por este mismo camino, que el componente logró consolidar escenarios con invitados tanto para los encuentros regionales de saberes, como para los eventos comerciales. Así mismo, logró gestionar la participación del programa en otros proyectos de carácter privado, público y mixto.



*Encuentro de Saberes en articulación con estudiantes de la UIS y la UDI en Bucaramanga  
Foto: Iván Rodríguez*



## ► COL-COL Encuentro de “Artesanos Tejedores de Paz”

Este encuentro, coordinado por APC, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Artesanías de Colombia S.A., y el Programa Colombia Transforma; tuvo como objetivo aportar a la construcción de paz en Colombia a través del fortalecimiento de capacidades en organizaciones artesanales, orientadas a la implementación del emprendimiento artesanal en contextos de confrontación y conflicto armado, y dispuestas al fortalecimiento de su tejido social mejorando sus condiciones económicas que contribuyen a la construcción de escenarios de paz en el país.

Durante el encuentro se contribuyó al fortalecimiento empresarial y asociativo de los negocios artesanales de los territorios afectados por el conflicto armado; se desarrollaron espacios de transferencia mutua de conocimientos que pudieron ser incorporados en las prácticas organizacionales; y se estableció un plan de trabajo de acciones para el aprovechamiento de las oportunidades institucionales de las entidades aliadas del Col-Col.

El encuentro se llevó a cabo desde del 25 al 29 de Junio del presente año, en la ciudad de Medellín, Antioquia. Y el seguimiento a las actividades y resultados de esta primera jornada, se realizó en la ciudad de Pasto, Nariño durante el mes de Octubre.



Col-Col Artesanos tejedores de Paz en Medellín  
Foto: APC Colombia



## ► MAESTROS ANCESTRALES

### Alianza con Revista Fucsia

En esta segunda edición de Maestros Ancestrales, realizada por la revista FUCSIA en convenio con Artesanías de Colombia, y otros entes nacionales interesados en posicionar el saber y el legado ancestral desde la moda y las técnicas del diseño, algunas comunidades beneficiadas por el programa de los pueblos Camentsa e Inga, hicieron parte de la inspiración de la pasarela BCapital, que abrió sus puertas para que los mismos maestros desfilaran con sus atuendos tradicionales ante cientos de personas.

Esta pasarela contó con un trabajo previo donde se entrelazaron los saberes artesanales y las propuestas creativas de diseñadores como María Luisa Ortíz y Diego Guarznizo, esto con el fin de co-crear moda con historia del origen, rindiendo un homenaje a las comunidades artesanales y a la mujer colombiana. Es así, que la protección de tradiciones culturales, y las técnicas de tejeduría con chaquiras y en telar, se materializó ante un público interesado en conocer el legado, pero sobre todo, con la responsabilidad desde el diseño de respetar la tradición de los pueblos originarios en todo su esplendor.

El relacionamiento entre artesanos y diseñadores trascendió las pasarelas de Maestros Ancestrales 2018. Meses después, algunos grupos artesanales han forjado lazos comerciales con empresas como Wonder For People, manteniendo la elaboración de los tejidos en telar vertical y chaquiras aplicados en vestidos, collares o zapatos presentados en pasarela, significando un aporte al sustento que brinda la actividad artesanal a las comunidades indígenas.



*Desfile en BCapital. Bogotá  
Foto: Artesanías de Colombia*



## ► MINCIT

### Evento de Amor y Amistad

El día 28 de septiembre, gracias a la articulación entre el equipo de la Línea Étnica de Artesanías de Colombia, e Área de Inclusión Social de MIPYMES y Recursos Humanos de Ministerio de Comercio Industria y Turismo, se llevó a cabo la primera actividad comercial en las instalaciones de esta entidad ministerial para dar cuenta de los procesos y avances más significativos dentro de esta vigencia. Este evento representó ventas por la suma de \$15'.360.000, impactando en la economía local de grupos étnicos artesanales y agroindustriales que exhibieron sus productos en un escenario nunca antes explorado en el programa.

Esta exitosa jornada generó gran acogida por parte del público que transitó por los pasillos de la muestra comercial, dejándose fascinar por las artesanías y productos agro, iniciativas de comunidades Eperara Siapidara, Arhuaco, Camentsa, Wounaan y grupos Afrocolombianos; fue el espacio ideal para sensibilizar a funcionarios del sector público y explorar la incursión comercial de artesanía en escenarios inusuales.



*Evento de amor y amistad en instalaciones del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.  
Foto: Iván Rodríguez*



## SEGUIMIENTO Y MONITOREO

Esta estrategia transversal desde la misma coordinación del programa, es un proceso administrativo y de veeduría a todas las actividades del proceso; no hace parte de un componente en específico, sino le da lugar a la articulación de cada uno de los elementos, estrategias y acciones desde el seguimiento de la ejecución y el monitoreo en todo su desarrollo.

El fundamento es el control de todos los indicadores que debe tener el programa, y el buen funcionamiento de sus bases. Bajo el plan operativo, y los entregables que deben ejecutar cada uno de los asesores, se mide la mismísima administración pública del país. Con la estrategia, nos damos cuenta que el programa es viable, autosostenible y consolidado en sus metas.

El trabajo que suele percibirse tras bambalinas, resulta esencial para que el programa tenga en su ejecución, excelentes resultados.



*Registro de actividades con el grupo Asoarchi en Chimichagua, Valledupar.  
Foto: Sandra Gómez*



# LOGÍSTICA Y EXHIBICIÓN

Es la estrategia que le da el impulso a la parte de las ventas en sitio de los encuentros regionales y el encuentro nacional. Apoya al componente comercial desde la correcta exhibición y presentación de los productos; y va asociado desde el diseño del stand de exhibición hasta la gestión y planificación misma de los eventos comerciales. Este componente alimenta las muestras de los productos, y le agrega un valor diferenciador a los artesanos indígenas, NARP y Rrom que suelen ser marginados de espacios del diseño y la moda de élite.

Gracias a los talleres de exhibición y comercialización durante los encuentros de saberes, se mejora la dignidad del vendedor, pues se enaltece su producto y su trabajo artesanal como uno valioso y lleno de orgullo.



*Instalación de Encuentro Regional de Economías Propias en Bucaramanga  
Foto: Iván Rodríguez*

# 07 | FASES DEL PROGRAMA



# APERTURA TERRITORIAL

La primera fase del Programa estuvo fundamentada en la realización de reuniones de socialización del proceso con las autoridades indígenas o de los consejos comunitarios, y los líderes artesanos interesados en participar en el Programa. Durante estas reuniones se comunicó el objetivo del convenio, sus alcances y etapas, así mismo, se concertó la metodología de trabajo para cada una de las comunidades a partir del reconocimiento de los intereses productivos de cada una de ellas para maximizar los beneficios percibidos por cada una de las unidades productivas.

Durante las aperturas, donde ya se concebía la focalización de un grupo con 20 a 30 personas, se resaltaron los compromisos y acuerdos tanto del programa como de cada organización emergente, o en seguimiento. Es así, que se abrieron 54 procesos artesanales a lo largo del país, incluyendo los nuevos grupos Negros, Afrocolombianos, Raizales y Palenqueros. Por cada grupo artesanal, se escogió en la apertura al Líder Artesano que sería el puente entre el programa y los beneficiarios.



*Apertura con el grupo artesanal Pairepa  
Foto: Iván Rodríguez*



# DIAGNÓSTICO DIFERENCIAL

El proceso diagnóstico se desarrolló con las 54 comunidades participantes del programa y se centró en los componentes básicos para dar una lectura integral a la cadena de valor. Estos componentes fueron: 1) Diseño y desarrollo de productos con énfasis en rescate; 2) Fortalecimiento de los oficios y técnicas artesanales; 3) Gestión para la formalización empresarial; 4) Desarrollo humano y socio organizativo.

Cada uno de estos puntos de análisis desarrolla un papel relevante en la actividad artesanal, al conocer su estado y sus principales puntos a mejorar, la unidad productiva puede así, realizar acciones para fortalecer su desarrollo; por ello, durante la apertura y la realización del diagnóstico diferencial se realiza un Plan de Mejora con las actividades y recomendaciones que se emplearán en las actividades de mejoramiento.

El proceso de diagnóstico se realizó teniendo en cuenta un enfoque diferencial, el cual reconoce la diversidad de modos de vida, lenguas, tradiciones, saberes y oficios tradicionales que emergen de las comunidades atendidas. De estos análisis del estado inicial se concluyó que en su mayoría, las iniciativas empresariales requerían de un énfasis en el fortalecimiento de la cadena productiva y en desarrollo de producto, haciendo necesario un fuerte acompañamiento desde la parte socio-organizativa y de producción, con el fin de impulsar la consolidación de los grupos artesanales.

De forma complementaria, las comunidades fueron apoyadas en la exploración de diversidad de mercados a nivel local, regional, nacional o internacional, con el objetivo de ampliar los canales de comercialización y la consolidación de sus marcas.



Actividad de diagnóstico diferencial con grupo artesanal Pairepa.  
Foto: Iván Rodríguez



# IMPLEMENTACIÓN DE PLANES DE MEJORA

En esta fase se llevaron a cabo las actividades contempladas en los planes de mejora desde los componentes de la cadena de valor de la actividad artesanal. Las asesorías se dividieron en los mismos cuatro componentes del programa, para así dar profundidad al diseño, al comercio, y a la organización social.

Con la mejora de la diversidad de oferta de productos, calidad, servicio al cliente y organización interna para la producción, se logró fortalecer las comunidades a diversos niveles, dinamizando cambios estructurales que permiten la generación de proyectos de vida comunitarios, teniendo como centro la preservación de las tradiciones y la cultura material de los pueblos.

Gracias a que las asesorías se realizan directamente en las comunidades, enmarcadas en los patrones culturales propios, como la lengua y los ritos, esta metodología permite a las comunidades ser las gestoras de sus propios avances, propiciando formas de autogestión y organización, que no sólo tienen implicaciones en el sector artesanal, sino que les abren puertas a encadenar otros procesos sociales y productivos.

El fortalecer las formas propias de liderazgo de las comunidades, ha mostrado diversos beneficios para el encadenamiento productivo entre los integrantes de la comunidad, ya que el liderazgo y la coordinación es apropiada por toda la comunidad, y se promueve el empoderamiento comunitario.



*Actividad de co-diseño con grupo artesanal Wayúu de la comunidad Utaithu  
Foto: Sandra Gómez*



# ACTIVACIÓN DE MERCADOS

Para las comunidades es fundamental encontrar espacios en los que sus artesanías, además de su uso indumentario o decorativo, puedan ser reconocidas como el trabajo de manos no anónimas y objetos de transmisión cultural e identitaria. Esta fase tenía como objetivo fortalecer los procesos encaminados para dinamizar la economía local, promoviendo la actividad comercial artesanal a través de la identificación de oportunidades de mercado y acompañamiento en su ejecución y el fortalecimiento de las capacidades empresariales, organizativas y comerciales.

Los resultados incluyeron diagnósticos comerciales por comunidad, la identificación de mercados potenciales y el registro de participación de la comunidad en uno o varios espacios comerciales, así como el registro de los talleres realizados para fortalecer las capacidades empresariales, organizativas y comerciales.

Como parte de los Encuentros Regionales se llevaron a cabo cinco eventos comerciales dirigidos a los pueblos indígenas, dos eventos comerciales para comunidades NARP, y un evento comercial nacional para las comunidades étnicas indígenas, NARP y Rrom; en los cuales los grupos vinculados al programa tuvieron la oportunidad de dar a conocer sus productos y evaluar otros mercados.



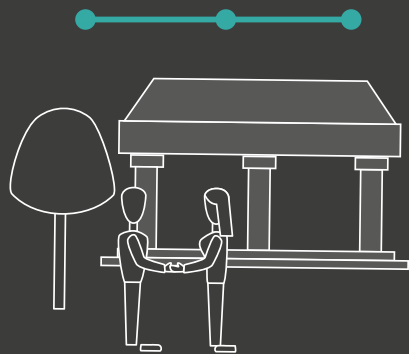
*Rueda de negocios en Encuentro Nacional de Economías Propias en Bogotá.  
Foto: Nataly Romero*



## ANTES

### 1. Avanzada Institucional

ORGANIZACIONES  
Académicas Públicas Privadas



### 2. Planeación del Encuentro

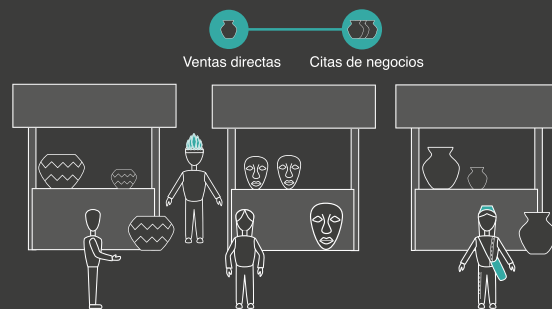


## DURANTE

### 1. Agenda Académica



### 2. Exhibición Comercial

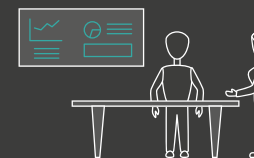


### 3. Rueda de Negocios

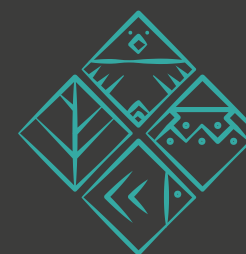
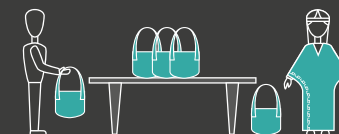


## DESPUÉS

### 1. Consolidado General



### 2. Cierre de negocios y seguimiento a compromisos



Encuentro Nacional de  
**ECONOMÍAS PROPIAS**  
de los Pueblos Indígenas de Colombia

# 08 | ENCUENTROS REGIONALES



# ENCUENTROS REGIONALES DE ECONOMÍAS PROPIAS

## de los Pueblos Indígenas de Colombia

En estas jornadas de integración cultural, y de intercambio de ideas y comercio, se generan los escenarios para poner en práctica todo lo aprendido y adquirido. Los Encuentros Regionales de Economías Propias, son el momento para conocer, identificar y resaltar las labores de los artesanos y sus productos. Para ello, las jornadas se dividen en tres momentos básicos; El Encuentro de Saberes, El evento comercial o Feria; y la Rueda de Negocios.

A cada uno de estos momentos, se atribuye el carácter diferenciador del mercado con enfoque étnico; pues se incentiva a que los artesanos se reconozcan entre sí y compartan sus experiencias desde la palabra. Además, se realizan talleres encaminados al fortalecimiento comercial y la exhibición.

Por otro lado, durante las ferias, a cada proceso artesanal, se le garantiza un espacio digno para que exponga sus productos a los clientes y ciudades en las que se participa. Y finalmente, se genera una rueda de negocios con comerciantes y/o proveedores interesados en las artesanías étnicas.

Para esta vigencia se realizaron 5 Encuentros Regionales de Economías Propias para los Pueblos Indígenas en las ciudades de Pereira, Medellín, Neiva, Barranquilla y Bucaramanga.



*Evento inaugural en Expoartesano 2018,  
Medellín.  
Foto: Iván Rodríguez*



## PEREIRA

Mayo 31 a Junio 3 de 2018

*“Nuestra responsabilidad desde el hogar, es transmitir el saber para que los jóvenes se empoderen de su identidad como líderes y fomenten el rescate del saber”*

Claudia Ramírez,  
líder artesana grupo Mutecypa.

La ciudad de Pereira nos recibió con los brazos abiertos en el Centro Comercial Pereira Plaza desde el 01 de Junio al 03 del mismo mes. Fueron tres días con gran demanda comercial y de mercado. Pues las 30 comunidades que hicieron presencia y participaron activamente de la feria, obtuvieron un gran resultado de \$59.704.000 en ventas reales en sitio. Además, de las proyecciones y expectativas de negocio a 6 meses por \$970.503.000; y 20 empresas compradoras invitadas previo al evento comercial. De esa manera, se inició con el mejor de los augurios ante las altas expectativas que desbordaba el Primer Encuentro Regional de Economías Propias del 2018; la ruta fue en ascenso gracias al maravilloso comienzo cuantitativo y cualitativo.



*Artesana del grupo Yaja, participante del Encuentro Regional de Economías Propias en Pereira  
Foto: Iván Rodríguez*



## ► MEDELLIN

Junio 28 a Julio 8 de 2018

*“En la comunidad está todo plasmado, porque usted puede salir de su territorio pero puede seguir hablando de su comunidad porque ahí están las bases, pues es muy importante hablar de la lengua y la cultura”.*

Arcenio Moya,  
artesano del grupo Warkhi.

En Plaza Mayor Medellín, en el marco de la feria Expoartesano 2018, se llevó a cabo el Segundo Encuentro Regional de Economías Propias del programa. Con la participación de 30 comunidades indígenas de procesos artesanales y agroindustriales, y 4 comunidades pertenecientes a los grupos NARP, del 29 de Junio al 08 de Julio, se notificaron ventas reales en sitio por la suma de \$215.909.600. También, se realizaron expectativas de negocio a 6 meses por \$1.659.541.200, y se contó con la presencia de 60 empresas compradoras. Este evento comercial, resultó ser el segundo mayor en ventas de toda la vigencia.



Blanca Bailarín del grupo artesanal Polines en Evento comercial en Medellín  
Foto: Iván Rodríguez



*“El territorio es la base de todo (...) se siembra y se cosecha; pero también genera autonomía identidad y protección. En el territorio se teje la palabra”.*

Paola Margarita Chindoy,  
Artesana grupo Alpa Mama.

San Pedro Plaza, nombre que lleva el reconocido centro comercial de la ciudad de Neiva, fue el testigo del Tercer Encuentro Regional de Economías Propias. Los 30 procesos agroindustriales y artesanales que participaron de este encuentro, registraron altas ventas reales en sitio por el valor de \$40.556.400 y expectativas de negocio a seis meses de \$907.651.440. Las 15 empresas compradoras invitadas, que participaron activamente del evento comercial, se llevaron gratos recuerdos y proveedores de origen para sus respectivos emprendimientos.



*Artesanas del pueblo indígena Misak en el Encuentro Regional de Economías Propias en Neiva.  
Foto: Iván Rodríguez*



## ► BARRANQUILLA

Agosto 23 al 26 de 2018

*“Los cuentos que tienen los mayores son la esencia de la cultura, por eso debemos escuchar sus historias”.*

Alexander Villafania,  
integrante grupo agroindustrial.

En el marco de la feria gastronómica Sabor Barranquilla, más exactamente en el centro de convenciones Puerta de Oro, las Economías Propias lograron hacer presencia con su Cuarto Encuentro Regional para pueblos indígenas. Con una alta demanda artesanal y agroindustrial durante el 23 al 26 de Agosto, en la arenosa se generaron ventas reales en sitio por \$54.537.000 y proyecciones de negocios a seis meses por \$1.085.989.500. La participación de 23 comunidades indígenas y 7 comunidades pertenecientes a los pueblos NARP con procesos tanto artesanales como industriales, atrajeron la atención de 30 empresas compradoras que no dudaron de hacer su paso por la isla de las artesanías entre tanta oferta gastronómica.



*Participante del Encuentro  
comercial en Barranquilla  
Foto: Nataly Romero*



# ► BUCARAMANGA

Octubre 20 al 23 de 2018

*“Uno no hace artesanías como un trabajo, sino que es la actividad de todos; esto va en la sangre, va fluyendo”.*

Artesano participante del Evento en Bucaramanga.

En el Centro Cultural del Oriente, y en el marco de la Feria Bonita 2018 en la ciudad de Bucaramanga, se llevó a cabo el Quinto Encuentro Regional de Economías Propias de los Pueblos Indígenas de Colombia. Con unas ventas reales en sitio 32.056.500, la participación de 29 procesos artesanales y agroindustriales indígenas, y 1 proceso artesanal perteneciente a las comunidades NARP, Bucaramanga resultó ser uno de los escenarios ideales para la asistencia de 12 empresas compradoras, con expectativas de negocios a seis meses de \$729.540.000



*Artesana del grupo artesanal Jeketu Kay, invitada al Encuentro Regional de Economías Propias en Bucaramanga  
Foto: Iván Rodríguez*



# ENCUENTROS DE SABERES DE COMUNIDADES INDÍGENAS

## “La Palabra y El Saber”

Los Encuentros de Saberes para comunidades indígenas, en esta vigencia tuvieron como objetivo el flexionar en torno a la transmisión de saberes en los distintos niveles que constituyen los conocimientos de los pueblos indígenas, con el fin de tejer múltiples perspectivas a partir de las experiencias generadas dentro de los procesos productivos propios.

Las economías propias basadas en las artesanías, hacen parte de la búsqueda de las comunidades indígenas por generar un sustento económico, a la vez que conjugan en un producto un sentido de vida. En estos espacios propios, generamos el diálogo compartido desde los Encuentros de Saberes; en los que nos centramos en diversos temas desde las siguientes mesas de trabajo: Mayores, Cotidianidad, Territorio, Mujeres, y Simbología.

### **Retomando la palabra de nuestros mayores**

“Ya sea en el sur, o en el Chocó, o la Sierra, o el Cauca, todos estamos en un solo pensar, bajo lo que hicieron nuestros mayores” Carlos Mutumbajoy.

“Hacer amanecer la palabra” Pablo Neicase.

### **La transmisión de saberes en el quehacer de la cotidianidad**

“Enseñamos a diario los conocimientos de los ancestros, para que en cada generación siempre se vea reflejada la cultura, para que no olviden de sus orígenes” Saday Rosado.

“Nuestro producto artesanal no lo necesitamos ahora. Lo necesitamos para el pasado, el presente y el futuro” Alveiro Nasequia.

### **Dejando huella en nuestro territorio**

“La tierra y el territorios son diferentes, la tierra es el lugar del vivimos; en el territorio está la cosmovisión, los usos y

costumbres y las demás formas de organización para el desarrollo de nuestra comunidad” Edward Tombe

“La verdad está en el territorio, está dentro de cada una de nuestras chagras” Francia Calambás.

### **Sabedoras de muchas lunas**

“Somos escritoras de la cultura ancestral” Enda Mueses.

“Soy mujer artesana indígena y todas nosotras entendemos que los saberes los salvaguardamos (...) No olvidamos las tradiciones. Es nuestra responsabilidad” Luz Mila Duque.

### **La simbología que nos une**

“Cuando salí del territorio reconocí a los otros por su simbología, por eso debemos visibilizarnos, mostrar nuestras riquezas” Doris Jajoy.

“La simbología es la identidad de cada pueblo, nos hemos identificado por lo propio” Luz Marina Tuchá.



Encuentro de Saberes en Bucaramanga  
Foto: Iván Rodríguez



# ENCUENTROS EMPRESARIALES DE HERENCIAS NARP

Negras, Afrocolombianas, Raizales y  
Palenqueras de Colombia

Siendo la primera vez en los cinco años del programa, en la que se vinculan y se amplía la cobertura para comunidades Negras, Afrocolombianas, Raizales, y Palenqueras de Colombia - NARP, es grato relatar las maravillosas experiencias que se vivieron junto a 17 grupos artesanales que habitan diversos departamentos de nuestro país.

Con un aproximado de ventas reales en sitio de \$56.576.740 de procesos artesanales y agroindustriales durante los dos Encuentros Empresariales de Herencias NARP realizados en las ciudades de Cali y Cartagena; fueron 46 los procesos productivos beneficiados, invitados y acompañados con asesorías puntuales, los que hicieron parte pro-activa de los ejercicios, retos y actividades que se construyeron durante la actual vigencia. A todos ellos no resta más que agradecer el compromiso y el esfuerzo que realizaron, pues dar a conocer los iconos representativos, los universos llenos de colores y de texturas, y las historias ancestrales, fueron los pilares para prepararnos mejor con cada evento.





*"Hay que soltarse el pelo y lucirlo, porque somos negras".Fori Evedilde Villalobos.*

Siendo la ciudad de la salsa, el escenario para llevar a cabo el primer Encuentro empresarial de Herencias Negras, Afrocolombianas, Raizales y Palenqueras de Colombia - NARP, durante el 12 al 15 de Julio, 30 comunidades de los grupos afrodescendientes emprendieron junto al equipo su primera experiencia ferial y de intercambio de saberes, en el programa. Con ventas reales en sitio de \$32.214.000 y unas expectativas de negocios a 6 meses de \$188.472.000, Cali nos abrió el rumbo para reconocer e identificar el público que se siente atraído por la riqueza cultural, artesanal y agroindustrial de los pueblos negros del país. Por ello, 10 empresas compradoras hicieron presencia en el centro comercial Palmetto Plaza para vislumbrar y quedar absortos ante tantas expresiones socioeconómicas y de marcada identidad.



*Artesano del Grupo Prodarte, participante del Encuentro regional realizado en Cali.  
Foto: Nataly Romero*



## ► CARTAGENA

Octubre 31 a Noviembre 3 de 2018

*“Vamos a hablar de la grandeza que nosotros tenemos, de lo que nos ha hecho grandes a nosotros como negros”.*  
Miguel Angel Obeso.

En la Casa de Cooperación Española, en todo el centro histórico de la ciudad amurallada, 33 procesos artesanales y agroindustriales reportaron ventas reales en sitio por un valor de \$24.362.70, perteneciendo a esta cifra \$17.713.840 solo para la línea artesanal. Por ello, se incentivó con un ambiente festivo, musical y alegre a los turistas, compradores, y habitantes para que se acercaran a conocer los oficios ancestrales y tradicionales propios de los pueblos negros; la joyería, la cestería, los dulces palenqueros, entre otros, dieron color a la jornada que se desarrolló desde el 31 de Octubre al 03 de Noviembre del presente año.

*Artesana del Grupo Guacoche, participante del Encuentro regional realizado en Cartagena*  
Foto: Nataly Romero



# ENCUENTROS DE SABERES NARP

Negros, Afrocolombianos, Raizales y Palenqueros de Colombia

## “La Raíz, La Herencia, La Identidad”

Los Encuentros de Saberes NARP planteados para esta vigencia tuvieron como objetivo el reflexionar en torno a la diversas expresiones culturales, sociales y artísticas de los distintos niveles que constituyen los conocimientos y saberes de los pueblos Negros, Afrocolombianos, Raizales y Palenqueros - NARP, con el fin de tejer múltiples perspectivas a partir de las experiencias generadas y compartidas en los procesos productivos propios.

En la exploración de las características de la identidad cultural de los pueblos negros, las y los beneficiarios lograron conjugar sus herencias con sus productos artesanales en un solo sentido de vida. En los espacios generados para el diálogo compartido desde los Encuentros de Herencias NARP; nos centramos en diversos temas desde las siguientes expresiones socioculturales puestas sobre la mesa: Música, Danza, Literatura, Cocina Tradicional, Artes y Artesanías.

### **Música**

“Para nosotros la musica es el alma, la vida, es la esencia, es una forma de comunicarnos”. Kelly Bowie .

“Yo recuerdo muy bien al señor Batata (...) me decía su nombre tocando el tambor”. Jair Caicedo.

### **Danza**

“La danza es característica de nuestra identidad, denota gozo y alegría”. Rosa Elena Mosquera.

“Cuando nosotros bailamos y escuchamos esos instrumentos, de una vez sabemos si hay un negro”. Henry Heberto Vargas.

### **Literatura**

“Dicen desde muchas culturas, que los negros son mensajeros de los dioses”. Flavia Rentería.

“La historia negra está llena de mujeres líderes que lucharon por garantizar la supervivencia de nuestra raza”. Juana Francisca Álvarez.

### **Cocina Tradicional**

“Cocinar es un arte aunado a la espiritualidad, benditos sean los ancestros que muestran la realidad. Cuando se hace la comida, se hace con amor. Es una brecha que se una, con las manos y el corazón”. Ingrid Natalia Bazán.

### **Artes y Artesanías**

“Como hecho de paz, reconocemos la posibilidad de crear y construir con las manos lo que nos identifica, lo que nos une, y lo reproducimos simbólicamente como mensajeros de paz”. Moises Zabaleta Mercado.

“La artesanía debe darse por inspiración divina de los ancestros, ya que la artesanía debe ser una muestra de la cultura y de la historia”. Bayron Asprilla.





Artesanas y visitantes en Encuentro regional realizado en Cartagena  
Foto: Nataly Romero

**09 | 5TO. ENCUENTRO  
NACIONAL DE ECONOMÍAS  
PROPIAS DE LOS PUEBLOS  
INDÍGENAS DE COLOMBIA**



mbio años



Evento inaugural en Encuentro Nacional de Economías Propias  
Foto: Iván Rodríguez

# 5TO. ENCUENTRO NACIONAL DE ECONOMÍAS PROPIAS

## de los Pueblos Indígenas de Colombia

El Quinto Encuentro Nacional de Economías Propias de los Pueblos Indígenas de Colombia, con la participación de representantes de procesos artesanales Negros, Afrocolombianos, Raizales y Palenqueros - NARP, delegados de comunidades RROM, procesos agroindustriales indígenas y NARP, se llevó a cabo del 03 al 18 de Diciembre del 2018 en el Centro Internacional de Negocios y Exposiciones de Bogotá - CORFERIAS.

Con cuatro momentos esenciales en el desarrollo de este acontecimiento, se dio cabida al Encuentro Nacional de Saberes de Comunidades Étnicas, al Evento Nacional de Economías Propias, a la Rueda Nacional de Negocios Étnica, y a la Galería “El legado de Nuestros Mayores”. Los resultados que se muestran a continuación, son el resumen del esfuerzo y el trabajo constante de quienes trabajan hombro a hombro por el emprendimiento y la economía comunitaria.

Con la participación de 134 representantes indígenas, NARP y Rrom, de procesos artesanales y agroindustriales, la feria más importante del país, nos dejó grandes resultados económicos, comerciales, y de contactos empresariales. Las exceptivas se superaron con creces, pues la meta planteada al inicio del programa, se vio desbordada por más del doble de resultados cuantitativos.

El consolidado definitivo para el Quinto Encuentro Nacional en 2018, fue de \$728.934.500 de solo ventas en sitio. Correspondiendo \$562.744.400 a la línea artesanal indígena; \$105.330.000 a la línea artesanal NARP; \$18.344.000 a la línea Rrom; y \$42.516.100 a la línea agro de productos tanto indígenas como NARP.

### **RUEDA NACIONAL DE NEGOCIOS ÉTNICA**

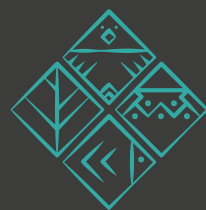
En el marco del Programa, la rueda nacional de negocios es impulsada tanto por el MinCIT como por el componente

comercial. El objetivo de la rueda es visibilizar a las comunidades étnicas participantes y estimular sus actividades comerciales, generando apertura de nuevos mercados bajo condiciones de comercio justo.

El 11 y 12 de diciembre del presente año, se realizó la Rueda de Negocios Étnica en el marco del Quinto Encuentro Nacional de Economías Propias y Expoartesánias; bajo la metodología Speed Networking, que consiste en un formato de rueda de negocios a través del contacto rápido, se realizaron conversaciones puntuales y decisivas para cerrar negocios, solicitar cotizaciones, o continuar con más citas con otros proveedores.

Se contó con la participación de 35 clientes nacionales y extranjeros, y se obtuvieron 246 citas de negocio, generando expectativas de negocios a 6 meses por más de \$2.226 millones. Cabe resaltar que se lograron cerrar negocios en sitio por \$36.392.000



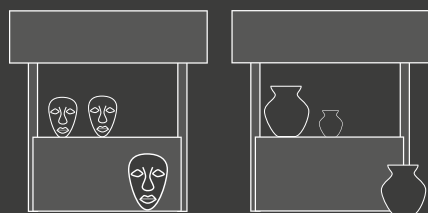


5to Encuentro Nacional de  
**ECONOMÍAS  
PROPIAS**  
de los Pueblos Indígenas de Colombia

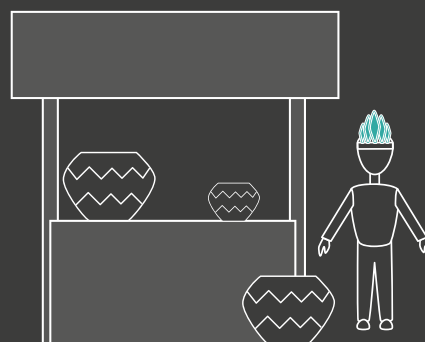
**5**  
años



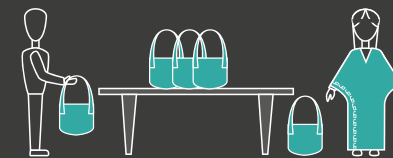
**246**  
CITAS DE  
NEGOCIOS



**38**  
TIENDAS  
NACIONALES Y  
EXTRANJERAS



**\$ 728.934.500**  
**VENTAS  
EN SITIO**



**\$ 2.226**  
EXPECTATIVA DE  
NEGOCIOS A 6 MESES



**\$ 36.392.000**  
**NEGOCIOS  
CERRADOS EN SITIO**

# ► ENCuentro NACIONAL DE SABERES

Para esta ocasión el Encuentro Nacional buscó generar un diálogo multicultural en torno a las buenas prácticas que promueven la transmisión de saberes en las comunidades étnicas de Colombia, basado en las reflexiones generadas a lo largo de los encuentros de saberes regionales de este año.

Para cumplir con dicho objetivo, el Encuentro de Saberes fue una jornada con dos momentos esenciales. En primer lugar, contamos con la participación del ilustrador y biólogo Confucio Hernández Makuritofe, con el productor y cineasta Wilfrid Massamba, con la diseñadora y cantante Lía Samantha Lozano, y con la artesana y lideresa Cecilia Acosta. Junto a ellos, compartimos un espacio de reflexión, diálogo y encuentros de saberes, de la mano de los grupos étnicos de Colombia. Desde sus saberes y conocimientos ancestrales y tradicionales, y en torno a las acciones y prácticas que promueven en sus profesiones, dimos paso al conversatorio que congeniaba múltiples miradas culturales indígenas y africanas.

Después de esto, y retomando las mesas de trabajo de los encuentros regionales (mujeres, simbología, cotidianidad, territorio, mayores, danza, música, literatura, artesanías y cocina tradicional), llevamos a los grupos a dibujaran personajes que recrearan la transmisión de saberes en su diario vivir. Las propuestas ilustradas de esta jornada, venían acompañadas de un pequeño texto que describía las características más importantes de una persona que lleva la historia cultural al interior de su pueblo.

## LA PROPUESTA DIBUJADA

### Gwaty Saga

Tejedora de sueños para Gwaty Saga, el día está triste; las matas de café no tienen cerezas, el cielo llora a cántaros, el sol no resplandece. Para Gwaty, todo esto responde a que su comunidad no está transmitiendo el saber cultural y ancestral que ella ha cargado durante toda su vida. Por ello, se le ocurre invitar a niños y jóvenes alrededor de su cosmovisión; a través del baile, la danza, los cantos y la tejeduría, invita a los niños a la escuela, donde su proceso con el idioma materno, se fortalece.

Ahora, son los más jóvenes los que llevan la historia viva de su origen en los hombros, y nace de la motivación por dar a conocer lo que son y lo que seguirán siendo.







# ► GALERÍA DE SABERES

“El Legado de Nuestros Mayores”

Colombia como Nación pluriétnica y multicultural es portadora de una diversidad de saberes que trascienden de lo material a lo intangible. Este es el legado que inspira a pueblos originarios a mantener viva su herencia ancestral y a consolidar sus Economías Propias.

Durante Expoartesánías, como exposición permanente y celebrando los cinco años del programa de Economías Propias, el equipo central construyó una muestra artesanal a partir de casos exitosos de transmisión de saberes y de creación de productos tradicionales exitosos y de calidad. Siendo la tulpita de la comunidad de Puerto Golondrina, el centro de la exposición, la galería facilitaba un acercamiento más íntimo con la historia detrás de los productos, contemplando en todo su esplendor el proceso de compartir las técnicas ancestrales desde los maestros artesanos, junto a las paletas de colores propias, los diversos formatos, y la estética del origen.



*Espacio institucional del Programa en el marco de Expoartesánías 2018  
Foto: Nataly Romero*



# 10 | PARTICIPACIÓN EN EVENTOS INTERNACIONALES

# EVENTOS INTERNACIONALES

Con las ferias regionales y nacionales no se acaba la extensión del programa. Este año, tuvimos la fortuna de asistir a tres ferias de talante internacional con seis procesos artesanales indígenas, y un proceso artesanal NARP. Viajamos hasta Recife en el país hermano y carnavalero de Brasil en la 19ª Feria Internacional Fenearte Pernambuco; también estuvimos en la Feria New World Crafts en Centro América, más exactamente en la ciudad de Antigua, Guatemala; y logramos cruzar el océano Atlántico para llegar al otro lado del mundo, aterrizando en la ciudad de Santa Cruz de Tenerife, España, en la V Feria Tricontinental de Artesanías.

La participación de estas tres ferias, dejaron resultados de ventas reales en sitio de \$38.952.190, dándole a los artesanos la oportunidad de abrir nuevas puertas con otros y diferentes horizontes, algunos contactos internacionales con mercados universales, y la certeza de que su trabajo manual extrapola los límites y las fronteras del mundo.





# ► 19ª FERIA INTL. FENEARTE

Pernambuco, Brasil

*“Nunca me imaginé que fuéramos a salir del país  
gracias al trabajo que hacemos”*

Juana de Dios Díaz Vega,  
artesana del grupo Asoarchi.

Del 04 al 15 de Julio del presente año, se llevó a cabo en la ciudad de Recife, Brasil, la 19ª Feria Internacional Fenearte Pernambuco. Una feria reconocida por su gran exposición religiosa y espiritual, representada en las artesanías y en las exposiciones permanentes del arte popular de artistas brasileños.

Como beneficiarios que hacen y han hecho parte del programa, participaron los procesos indígenas de San Francisco (Camentsa de San Francisco, Putumayo) y de Narakjmanta (Ette enakka de Santa Marta, Magdalena); y participó el proceso NARP de ASOARCHI, que habita en el municipio de Chimichagua, Cesar.

Con esta oferta de tejeduría en palma de estera, tejeduría en algodón, y bisutería en chaquira, los representantes de las artesanías de Colombia obtuvieron un gran resultado comercial de \$14.486.950.



Walter Chindoy del grupo Artesanos San Francisco y  
Martha Jimenez, artesana Ette Enaka de Nara Kajmanta  
participantes en feria de Pernambuco  
Foto: Omar Martínez



## ▶ NEW WORLD CRAFTS

### Antigua, Guatemala

*“Somos un ejemplo de superación, de liderazgo, y trabajo. Este año estuve compartiendo nuestros saberes, esos que están escritos en nuestras mochilas, en la feria de nuestro país hermano de Guatemala”*  
Judith Marina Torres,  
artesana del grupo Kunsamu.

New World Crafts es la feria de artículos de decoración para el hogar, regalos y accesorios personales hechos a mano más importante de Guatemala y Centroamérica. Durante la vigencia 2018, los grupos artesanales Kunsamu y Coarwas participaron en New World Crafts en Antigua, Guatemala.

Obteniendo 44 citas de negocio con 22 compradores internacionales, se generó ventas in situ por valor de \$1.700.000 y una expectativa de negocios a 6 meses por \$95.076.000

Durante la rueda de negocios, las comunidades interactuaron con marcas reconocidas a nivel internacional, entre las que se encuentra: Love Travels Import, Flint & Kent, Hospitality & Butler, Bluma Project, Queiwi, Laura Siegel.

Dentro de los aspectos a fortalecer dentro de la formalización empresarial, se encuentra que las comunidades aún no manejan precios de exportación o cambio de divisas, lo que dificulta el proceso de negociación con clientes internacionales. Aún así, la experiencia para los representantes, no dejó de estar llena de aprendizajes, intercambios culturales, y fortalecimiento de las economías propias.



Judith Torres del grupo Kunsamu e Irene Jayariyu, participantes de la feria artesanal en Guatemala  
Foto: Santiago Patiño



# ► V FERIA TRICONTINENTAL DE ARTESANÍAS

Tenerife, España

*“La experiencia fue maravillosa, gracias a Artesanías de Colombia, y al Ministerio por tanto apoyo”*

Yudelis Sapuana,  
artesana del grupo Wajapü

El evento comercial de la 5ª Feria Tricontinental de Artesanía de Tenerife 2018, se realizó del 27 de octubre al 04 de noviembre en la ciudad de Santa Cruz de Tenerife, España en el recinto ferial de Santa Cruz de Tenerife. Los procesos artesanales, y sus respectivos representantes, que asistieron a esta feria fueron grupos que han sido beneficiados, y otros que permanecen durante esta vigencia. Edilson Tanigama como representante Embera Chamí de Jaipono, Yudelis Sapuana como líder artesana Wayúu de Wajapü, Onilda Isabel como artesana del pueblo Kankuamo, y Diana Isabel Ciprian como representante Zenú de Arte Zenú, fueron quienes posicionaron las culturas indígenas del país en este espacio ferial.

El acompañamiento a los artesanos estuvo reflejado principalmente en el apoyo a la recepción y embalaje de productos, orientación y direccionamiento del montaje y exhibición, orientación para el reconocimiento de las divisas y cambio de moneda, orientación para los sitios de almuerzo, seguimiento y acompañamiento a las ventas y apoyo en la atención en los stands. Con ello, los procesos empresariales de los artesanos participantes, dieron como resultado unas ventas en sitio de 6.278 euros.



Diana Ciprian artesana Zenú participante de feria artesanal en Tenerife  
Foto: Omar Martínez

# 11 | CASOS DE ÉXITO



## CASOS DE ÉXITO

Nombrar casos de éxito entre tanta riqueza cultural, económica, y social que abunda en los procesos artesanales vinculados al programa, puede ser todo un reto en tanto se busca converger todos los componentes para el fortalecimiento artesanal, en uno mismo. Aún cuando todas las comunidades ofrecen un abanico de aprendizajes, enseñanzas y crecimiento productivo, fueron tres los procesos escogidos como representantes de la integridad de la transmisión de saberes, el diseño y la producción, y la formalización empresarial.

Son los grupos indígenas Artesanos Curarte, y Niga, y el proceso afrocolombiano Oquegua, quienes mejor ejemplifican un arduo trabajo y compromiso en torno a la actividad artesanal como primer sustento comunitario. Además, su lucha por la preservación de sus saberes, el co-diseño y la innovación de los productos, y las habilidades comerciales, son los ejes que motivaron a catalogar a estos procesos, como exitosos.



*Proceso de preparación de la fibra realizado por artesana en comunidad Chivaraquia  
Foto: Iván Rodríguez*

## ▶ ARTESANOS CURARTE

### Artesanía y Medicina.

*“La palabra que se intercambia alrededor del fuego aviva los conocimientos de los pueblos indígenas”*  
Teresa Jacanamejoy, líder artesana.

El grupo artesanal Curarte, desde su compromiso de transmisión de saberes, le dio acogida al proceso como una oportunidad de revitalizar los valores culturales desde la medicina tradicional en armonía con la madre tierra, a la par que se complementa con la interpretación de melodías propias; fortaleciendo el dominio de la lengua materna, la creación e innovación de productos artesanales con identidad y lenguajes simbólicos desde los labores del tsombiach, y los significados de los tallados y los colores tradicionales.

Siendo esté el primer año vinculado al Programa, el grupo se destacó por desarrollar rápidamente productos con identidad propia para mercados contemporáneos, que les permitió incrementar sus ingresos, posicionándolos dentro del top 10 de ventas de los grupos beneficiados por el Programa.

Además este grupo hizo parte del proyecto Maestros Ancestrales, en donde lograron obtener experiencia en desarrollar producto en conjunto con marcas de moda, permitiéndoles también establecer relaciones solidas y convirtiéndoles en sus clientes potenciales.

Curarte desde su vocación como líderes sociales han permitido integrar en el proceso, la transmisión de sus saberes a niños de los hogares comunitarios en la zona, relacionando la artesanías, la medicina tradicional y la música. Estos espacios han permitido también fortalecer el discurso sobre el valor de sus saberes, potencializando así la actividad comercial desde la sensibilización al cliente.



*Eisen Ramos Jacanamejoy, integrante del grupo Artesanos Curarte.  
Foto: Nataly Romero*



## ▶ OQUEGUA

### Herencia Ancestral

*“El trabajo a veces es difícil, uno se queda solo, pero hay que creer, porque solo teniendo fe es que salimos adelante”*

Luis Fernando Asprilla,  
artesano grupo Oquegua.

Oquegua, el grupo de artesanos dedicados a la talla manual de madera Oquendo, Choiba, y Guayacán, ubicados en la comunidad El Valle en el corregimiento de Bahía Solano, se autoreconocen como negros, con histórica presencia en el territorio.

Dentro de los oficios más fuertes se identifican la talla en madera, la cestería en bejuco, y la bisutería con semillas. El proceso artesanal, en su comienzo, fue bastante complejo a la hora de la organización; pues algunos miembros focalizados en Oquegua, no sentían pleno interés por hacer de las artesanías un sustento económico sostenible. A lo largo del proceso, el grupo demostró que era posible gestionar, ejecutar, y participar de escenarios comerciales con sus productos. De los avances más significativos, está el campo del diseño; donde el posicionamiento de productos con clara influencia africana, se vieron cortos ante su gran acogida en las ferias. Las grandes máscaras decorativas combinadas con bateas, fueron un rotundo éxito dentro de los escalafones que avanzan los artesanos de Oquegua

La comunidad, después de toda la experiencia de este año, también tiene la expectativa de mejorar su calidad de vida por medio del desarrollo de sus productos, su comercialización y la ampliación a nuevos mercados.



*Luis Fernando Asprilla, artesano representante de Oquegua.  
Foto: Nataly Romero*



## ► NIGA Cestería y Abundancia

*“Cada canasto tiene plasmado el pensamiento de la mujer que lo teje. Los canastos son la representación de los conocimientos que enseñan los abuelos, ya que allí se ponen esos saberes para que no se pierdan”.*

Emperatriz López, Artesana del grupo Niga.

El grupo NIGA ubicado en Solano, Caquetá, ha dedicado gran parte de su tiempo y esfuerzo para posicionar el canasto de la abundancia, representativo de su cultura. En este proceso y gracias al Programa han desarrollado actividades de transmisión de saberes para vincular a las generaciones más jóvenes en la actividad artesanal. Concretamente se permitió a los niños de la comunidad potencializar su creatividad a través de la exploración táctil que permite la plasticidad de la arcilla, en una acción en la que los abuelos mostraron sus tradiciones en el oficio de la alfarería, que si bien hace parte de sus saberes, internamente el grupo ha decidido no comercializar estos objetos.

En el relacionamiento con mayores, adultos y jóvenes se motivó el desarrollo de nuevos productos, que le permitiera conectar con nuevos mercados, sin perder la identidad que caracteriza a esta comunidad. A partir de esta acción el grupo logra incrementar sus ingresos y consolidar sus relaciones comerciales, lo que los motiva a formalizar la asociación, pues esto permitiría que los negocios futuros no se limiten por asuntos de formalización.



*Artesanas en Ismuina.  
Foto: Iván Rodríguez*



# EL LEGADO DE NUESTROS MAYORES

► MEMORIAS 2018 ◀

