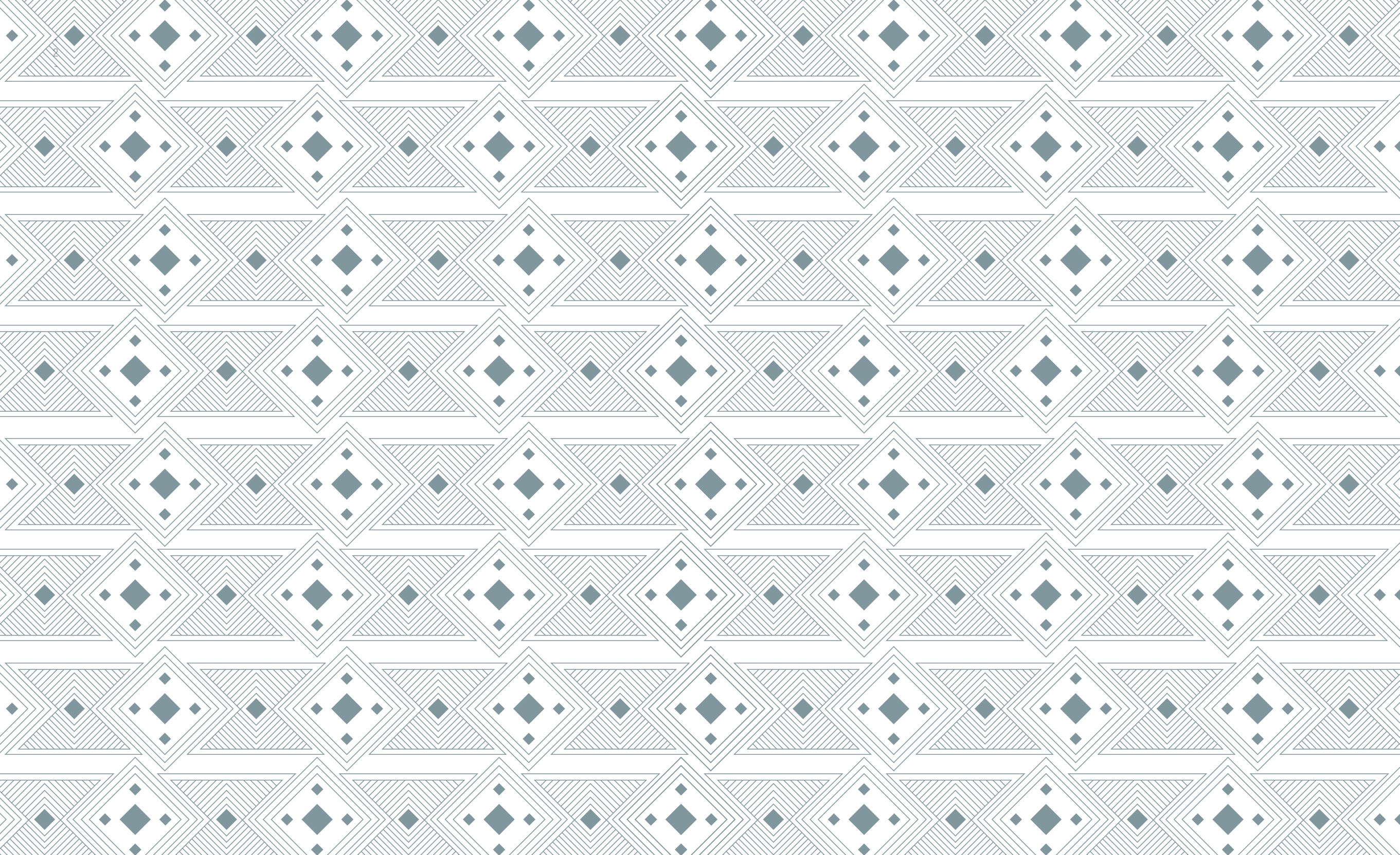


An elderly woman with dark hair and a pink headband stands in front of a rustic wall made of vertical wooden planks and a lower section of rough, light-brown stone. She is wearing a black t-shirt and a white sash with red and black geometric patterns. She holds a large, conical woven basket with a colorful pattern of yellow, red, and black threads. The basket has a white fabric lining with red and black patterns. The text 'LA HISTORIA DE LO QUE SOMOS' is overlaid in white, serif font on the right side of the image.

LA HISTORIA  
DE LO QUE SOMOS

MEMORIAS 2019



# LA HISTORIA DE LO QUE SOMOS

“Programa de Fortalecimiento Empresarial, Productivo y Comercial  
de Iniciativas Artesanales de Grupos Étnicos de Colombia”

**MEMORIAS 2019**

Apoya:



# CRÉDITOS

---

## ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A

Ana María Frías  
**Gerente General**

Jimena Puyo Posada  
**Subgerente de 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 de la Oficina Asesora de Planeación e Información**

### **Asesores Equipo Central**

Ray Rodríguez / Antropólogo  
Laura Mendoza / Antropóloga  
Angélica Sánchez / Antropóloga  
Iván Rodríguez / Diseñador Industrial  
Omar Martínez / Diseñador Industrial  
Valentina Chaux / Diseñadora Industrial  
Santiago Patiño / Administrador de Negocios Internacionales  
Paula Enciso / Administradora Pública  
Johana Villada / Diseñadora Industrial  
Camila Abreu / Arquitecta  
Pablo Borchers / Diseñador Industrial  
Nataly Romero / Diseñadora Industrial  
María Victoria Medina / Comunicadora Social y Periodista  
Andrés Martínez / Comunicador Social y Periodista  
Viviana Hernández / Diseñadora Gráfica  
Natalia Martínez / Diseñadora Gráfica  
Andrea Katherine Ávila / Administradora Pública  
Carlos Cruz / Administrador Público  
Laura Vanessa Sierra / Administradora Financiera y de Sistemas  
Orlando González / Economista

### **Asesores Equipo Regional**

Anny Zambrano / Diseñadora Industrial  
Jeisson Alzate / Diseñadora Industrial  
Grecya Herrera / Diseñadora Industrial  
Marco Escobar / Diseñador Industrial  
Alejandra Bedoya / Diseñadora Industrial  
Pablo Borchers / Diseñador Industrial  
Angélica González / Diseñadora Industrial  
Mónica González / Profesional en Relaciones Internacionales  
Laura Marcela Acero / Administradora de Comercio Internacional  
Dallana Gil / Profesional en Relaciones Internacionales  
Andrés Huertas / Administrador Público  
Ana Milena Franco / Administradora de negocios  
Natalia Arciniegas / Administradora de Empresas  
Carlos Andrés Giraldo / Administrador de Negocios Internacionales  
Nicolás Escobar / Antropólogo  
Camila Ovalle / Antropóloga  
Susana Chicunque / Trabajadora Social  
Lorena Quintero / Antropóloga  
Alejandra Cárdenas / Socióloga  
Laura Méndez / Antropóloga

### **Compilación y Redacción**

Andrés Martínez  
María Victoria Medina

### **Diseño y diagramación**

Viviana Hernández

### **Edición**

Ray Rodríguez

## MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO DE COLOMBIA

Iván Duque Márquez  
**Presidente de la República**

José Manuel Restrepo  
**Ministro de Comercio Industria y Turismo**

Saúl Pineda Hoyos  
**Viceministro de Desarrollo Empresarial**

Ligia Rodríguez  
**Secretaria General**

Sandra Gisella Acero Walteros  
**Directora de Mipymes - Ministerio de comercio Industria y Turismo**

Jose David Quintero Nieto  
**Asesor Dirección de Mipymes del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo**

Gloria Xiomara Junca  
**Grupo Inclusión Productiva**

# ÍNDICE

---

<b>AGRADECIMIENTOS</b>	<b>07</b>	<b>ENCUENTROS REGIONALES Y NACIONALES</b>	<b>112</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>08</b>	Raíces “Encuentro de Relatos y Artesanías”	114
<b>GRUPOS ARTESANALES ÉTNICOS</b>	<b>10</b>	Introducción	115
<b>COMPONENTES DE FORTALECIMIENTO ÉTNICO</b>	<b>94</b>	Eventos Comerciales	117
Desarrollo humano y socio organizativo	97	Expoartesanías	124
Diseño y desarrollo de productos	99	Introducción	125
Comercialización	101	Resultados de feria	126
Comunicación	103	Galería	127
Componentes transversales	105	Encuentro de saberes	129
<b>FASES DEL PROGRAMA</b>	<b>106</b>	Rueda de negocios	131
Apertura territorial	108	<b>CASOS DE ÉXITO 2019</b>	<b>132</b>
Diagnóstico diferencial	108	<b>DISEÑO COLABORATIVO</b>	<b>140</b>
Implementación y planes de mejora	109	<b>CRÉDITOS DE IMAGEN</b>	<b>148</b>
Activación de mercados	109		

# AGRADECIMIENTOS

---

Un año más lleno de sonrisas, aprendizajes, pruebas, rituales, abrazos, oraciones, viajes en avión, chalupa, moto, burro, peque peque y a pie.

Un año para agradecer a todos los grupos artesanales que nos recibieron con las puertas abiertas de sus comunidades y nos compartieron la sabiduría y riqueza de sus culturas; que nos escucharon y confiaron en el proceso, poniendo todo el empeño en trabajar en grupo para resaltar su labor artesanal y la tradición ancestral detrás de sus saberes y oficios. Gracias por mostrarnos otras formas de percibir, de comunicarnos y de interactuar con la vida, las personas y con la tierra misma.

Un sentido agradecimiento a todas las entidades nacionales y regionales que facilitaron los distintos encuentros RAÍCES en las ciudades de Bucaramanga, Bogotá, Pereira, Quindío, Duitama, Cali, y Montería; a las entidades educativas que se unieron para construir y permitir los Encuentros de Saberes, que precedieron cada uno de los eventos comerciales, en los que se generaron reflexiones, diálogos y definiciones en torno al Buen Vivir en los pueblos étnicos de Colombia.

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 confiar en Artesanías de Colombia para procurar la salvaguarda de la labor artesanal de los pueblos étnicos del país, empoderándolas y aumentando su productividad con base en la conservación del valioso acervo cultural y tradicional de las mismas.

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



# INTRODUCCIÓN

---

*“La artesanía no es un trabajo,  
es una actividad de todos los días.  
Va en la sangre, y va fluyendo”*

Judith Marina Torres / Arhuaco - Magdalena

Los grupos étnicos en Colombia son portadores de una gran diversidad de saberes asociados a la elaboración de su cultura material y sus prácticas tradicionales. Para algunas de estas comunidades la comercialización de las artesanías se ha constituido en la posibilidad de fomentar la pervivencia de su herencia ancestral y de sus economías tradicionales.

La Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal de Artesanías de Colombia consolidó junto con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo el “Programa de fortalecimiento empresarial, productivo y comercial de iniciativas artesanales de grupos étnicos de Colombia”, con el propósito de generar oportunidades de negocio, promover nuevos mercados, así como fortalecer el rescate y reconocimiento de las prácticas productivas propias de los pueblos étnicos.

Las actividades del proyecto contemplan desde los acuerdos previos y socialización de las actividades, levantamiento/actualización de diagnósticos cualitativos, determinación conjunta de líneas de productos acorde a mercados identificados, fortalecimiento de los procesos productivos y preparación y acompañamiento a eventos comerciales. Estas actividades

vienen respaldadas transversalmente por acciones de gestión administrativa y financiera, logística, comunicación, divulgación, seguimiento y monitoreo, con el fin de garantizar el adecuado cumplimiento de las actividades a desarrollar en el marco del proyecto.

Con esta iniciativa, el MinCIT y Artesanías de Colombia han logrado, durante 6 años, fortalecer la labor artesanal de más de 5 mil artesanos de grupos artesanales étnicos, con una extensa cobertura nacional, logrando \$5.108 millones en ingresos directos para las comunidades.

Para la ejecución de la actual vigencia, contamos con una cobertura de 42 grupos étnicos; entre pueblos indígenas, comunidades negras, afrocolombianas y raizales, realizando asesorías puntuales con el pueblo Palenquero. El promedio de mejora de la productividad de los grupos vinculados es del 40,2%, con un desarrollo de 84 líneas de productos bajo la metodología de diseño colaborativo. Los 855 artesanos vinculados al proyecto tuvieron una totalidad de ventas de \$1.464 millones, con una tasa de efectividad de sus ventas proyectadas del 33%.

El programa espera seguir beneficiando a las comunidades, para empoderarlas y así aumentar su productividad con base en la conservación del valioso acervo cultural y tradicional de las mismas.





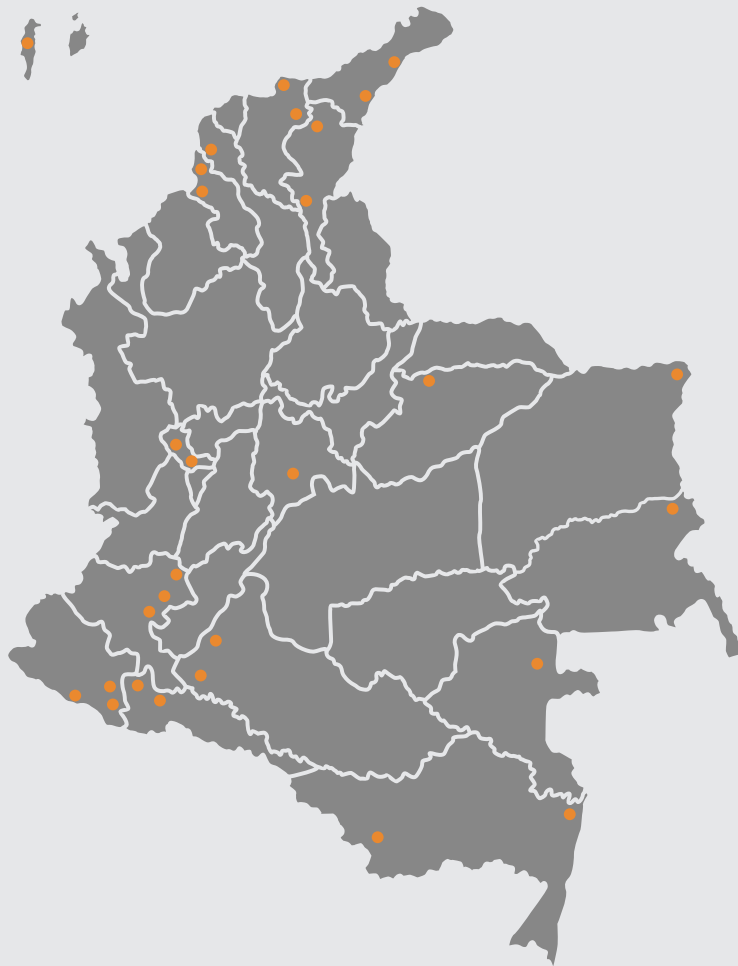


GRUPOS

**ARTESANALES ÉTNICOS**



# GRUPOS ARTESANALES VINCULADOS



**ARDEHIGUE**  
Higerón, Sucre  
Etnia: Negro / Afrocolombiano

**ARTE SHEMBAENG**  
Sibundoy, Putumayo  
Etnia: Camëntsá

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

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

**ASOARCHI**  
Chimichagua, Cesar  
Etnia: Negro / Afrocolombiano

**ASOCIACIÓN ALPA MAMA**  
Mocoa, Putumayo  
Etnia: Inga Camëntsá

**ASOPICUMBES**  
Cumbal, Nariño  
Etnia: Pastos

**ATANE**  
Popayán, Cauca  
Etnia: Eperara Siapidaara

**AVIMAQ**  
Mitú, Vaupés  
Etnia: Cubeo, Siriano, Tukano

**AYAISUTT**  
Barrancas, Guajira  
Etnia: Wayúu

**CURARTE**  
Sibundoy, Putumayo  
Etnia: Camëntsá

**DAH FIWI MACHE**  
San Andres y Providencia  
Etnia: Raizal

**DÉMO**  
Puerto Carreño, Vichada  
Etnia: Curripaco

**DORIS JAJÓY**  
Pasto, Nariño  
Etnia: Camëntsá

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

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

**GAPAS**  
La Pedrera, Amazonas  
Etnia: Yukuna, Tanimuka,  
Letuama y Matapí

**HAJSÚ**  
Carlosama, Nariño  
Etnia: Pastos

**ÏDA**  
Puerto Carreño, Vichada  
Etnia: Zikuani, Amorua y Piapoco

**INUGA**  
Pueblo Bello, Cesar  
Etnia: Arhuaco

**JAIPONO**  
Risaralda, Pereira  
Etnia: Embera Chamí

**KAI SIAA**  
Maicao, La Guajira  
Etnia: Wayúu

**KANSUY**  
Silvia, Cauca  
Etnia: Misak

**KOREGUAJE PAIREPA**  
Milán, Caquetá  
Etnia: Koreguajes

**KUNSAMU**  
Fundación, Magdalena  
Etnia: Arhuaco

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

**MARDUE**  
Hato Corozal, Casanare  
Etnia: Cuiba Wamonae

**MASI PAI**  
Florencia, Caquetá  
Etnia: Koreguajes

**MITES**  
Bogotá, Cundinamarca  
Etnia: Eperara Siapidaara

**MORICHITO**  
Hato Corozal, Casanare  
Etnia: Saliba

**MUTECYPA**  
Córdoba, Nariño  
Etnia: Pastos

**NABERAJUA**  
Pereira, Risaralda  
Etnia: Embera Chamí

**NARA KAJMANTA**  
Santa Marta, Magdalena  
Etnia: Ette Ennaka

**PUERTO GOLONDRINA**  
Mitú, Vaupés  
Etnia: Cubeo

**RUMIQ**  
Cumbal, Nariño  
Etnia: Pastos

**SIRINDANGO**  
Mocoa, Putumayo  
Etnia: Inga

**TÁCU**  
Inírida, Guínia  
Etnia: Cubeo

**TEJEDORAS DE MAMPUJÁN**  
María La Baja, Bolivar  
Etnia: Negros / Afrocolombianos

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

**WARKHI**  
Bogotá, Cundinamarca  
Etnia: Wounaan

**YARÉ OKAINA**  
La Chorrera, Amazonas  
Etnia: Okaina

**ZARIKANHA**  
Inírida, Guínia  
Etnia: Curripaco

# ARDEHIGUE



**Ubicación:** Sucre, San Onofre  
**Etnia:** Negro / Afrocolombianos  
**Materia prima:** Maderas  
**Oficio:** Trabajo con madera  
**Técnica:** Vaciado y tallado  
**Artisanos:** 27 Beneficiarios

*“Ahora nos interesa seguir sembrando nuestras materias primas. Tenemos un terreno de la asociación y ahí hemos pensado arrancar con el vivero, con unos palos de colorao y unas toluas que tenemos allá, y que hay que sembrar ahora con las lluvias”.*

Carmelo Castillo

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, Medellín, Pereira,  
Cali y Expoartesanías



VENTAS  
**\$26.694.000**



# ARTE SHEMBASENG



**Ubicación:** Sibundoy, Putumayo

**Etnia:** Camëntsá

**Materia prima:** Chaquira, hilo acrílico, lana y madera

**Oficio:** Bisutería, tejeduría y trabajo en madera

**Técnica:** Ensartado, telar en guanga y talla

**Artisanos:** 18 Beneficiarios

*“Me gustaría que las mujeres seamos participes de espacios que permitan fortalecernos y darnos a conocer como artesanas dedicadas a la producción artesanal de buena calidad. Que representemos a nuestro pueblo Camëntsá como mujeres defensoras de los derechos y empoderadas con lo que somos -artesanas-”.*

Concepción Chindoy

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Pereira, Duitama y Expoartesánias



VENTAS  
\$13.534.000



# ARTE ZENÚ



**Ubicación:** Sucre, San Antonio de Palmito

**Etnia:** Zenú

**Materia prima:** Caña Flecha

**Oficio:** Tejeduría

**Técnica:** Trenzado

**Artisanos:** 45 Beneficiarios

*“En las ferias nacionales vendemos mejor el artículo, a mejor precio, de ahí le ayudamos a los hijos para el colegio y la universidad”.*

Dominga María Romero

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS

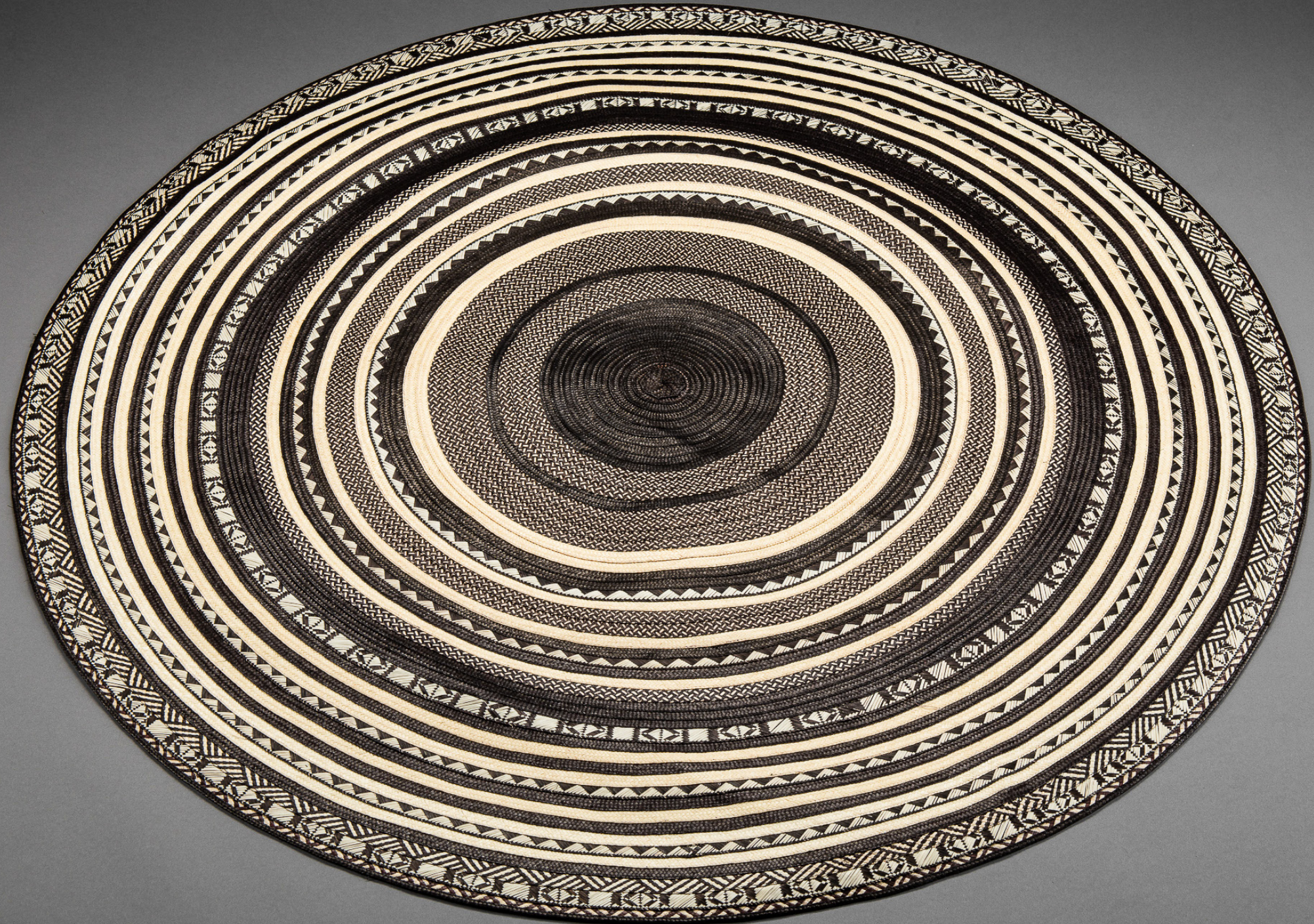


PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, Pereira, Cali,  
Montería y Expoartesanías



VENTAS  
**\$25.661.000**





# ARTESANÍAS YAJA



**Ubicación:** Páez, cauca

**Etnia:** Nasa

**Materia prima:** Lana

**Oficio:** Tejeduría

**Técnica:** Tejido en crochet

**Artisanos:** 13 Beneficiarios

*“Mi sueño es que el grupo crezca, que conozcan el tejido Nasa en muchas partes, y que las mujeres tengan con qué sacar adelante sus hogares. Yo creo mucho en la venta de las mochilas, del chumbe, de las jigras, de las cuetanderas, pero siempre desde nuestra cultura, porque todo es hecho con las manos de las mujeres”.*

Florinda Chavez

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Duitama, Cali y Expoartesánias



VENTAS  
**\$17.570.000**



# ASOARCHI



**Ubicación:** Chimichagua, Cesar  
**Etnia:** Negros / Afrocolombianos  
**Materia prima:** Palma estera  
**Oficio:** Tejeduría  
**Técnica:** Telar vertical  
**Artisanos:** 23 Beneficiarios

*“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 lo es hacernos conocer, no acabar nuestra cultura y avanzar en nuestra historia”*

Doris Isabel Díaz

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, Folkart (EE.UU.),  
Pereira, Panaca, Montería  
y Expoartesanías



VENTAS  
**\$39.747.000**



# ASOCIACIÓN ALPA MAMA



**Ubicación:** Mocoa, Putumayo  
**Etnia:** Camëntsá  
**Materia prima:** Chaquira e hilo acrílico  
**Oficio:** Bisutería y tejeduría  
**Técnica:** Ensartado y telar en guanga  
**Artisanos:** 18 Beneficiarios

*”Dentro del programa hemos fortalecido el trabajo comunitario. Hemos trabajado en mingas, por ejemplo, mejorando el camino antes de realizar la transmisión de saberes sobre el día de los difuntos o uacnayte. En esa ocasión participamos todos los artesanos”.*

Mamá Rosario Chicunque Chindoy

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Pereira, Cali y Expoartesañas



VENTAS  
\$7.098.000



# ASOPICUMBES



**Ubicación:** Cumbal, Nariño  
**Etnia:** Pastos  
**Materia prima:** Lana e hilo acrílico  
**Oficio:** Tejeduría  
**Técnica:** Tejido plano, telar en guanga y telar horizontal  
**Artisanos:** 21 Beneficiarios

*“Me gustaría que nuestro trabajo fuera excelente, escogido por nuestra simbología y por nuestro tejido, que se respete la tradición de la cultura para que así mismo salga en las ferias y pueda venderse bien. Lo que más me gustó del programa es que estamos unidos trabajando como asociación, han sido importantes las capacitaciones y el apoyo que nos dan de transmisión de saberes”.*

Blanca Nidia Tarapuez

## RESULTADOS

### PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
C.C Retiro (Bogotá), Duitama  
y Expoartesanías



VENTAS  
\$22.055.000





# ATANE

---



**Ubicación:** Cauca, Popayan

**Etnia:** Eperara Siapidaara

**Materia prima:** Paja tetera

**Oficio:** Cestería

**Técnica:** Sarga

**Artisanos:** 18 Beneficiarios

*“Para mí el buen vivir es explorar y hacer buen uso de la riqueza que nos da la naturaleza, nuestra madre tierra”.*

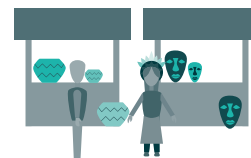
Gabriela Pertiaga

## RESULTADOS

---



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Duitama, Cali y Expoartesánias



VENTAS  
**\$7.644.000**



# AVIMAQ



**Ubicación:** Mitú, Vaupés

**Etnia:** Cubeo, Siriano y Tukano

**Materia prima:** Chocolatillo

**Oficio:** Cestería

**Técnica:** Sarga, tejeduría en rollo y tejeduría en trenza

**Artisanos:** 35 Beneficiarios

*“Los dioses Opü y Jimenijina fueron los que comenzaron en las cachiveras de Panuré, eso se llama Pediticure Panuré. Con eso fue que nació el guaruma blanco, verde y rojo. Ellos fueron los primeros que sacaron la fibra y tejieron rapidito. Tejieron coladores y balay para comenzar esa época. En una piedra está tallado el balay y ahí la gente lo aprendió”*

Javier Rodríguez

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Expoartesanías



VENTAS  
**\$19.406.000**



# AYAISUTT



**Ubicación:** Barrancas, La Guajira

**Etnia:** Wayúu

**Materia prima:** Hilo acrílico

**Oficio:** Tejeduría

**Técnica:** Tejeduría en crochet

**Artisanos:** 29 Beneficiarios

*“Nos hemos fortalecido en la parte del grupo, estamos más unidas, la comunicación es constante. Somos familia, pero antes cada quien en su casa, en cambio, ahora estamos en contacto, mejor dicho, casi que diario; ahora hay más liderazgo, había mujeres que sí eran como más calladas, como silenciosas, y ahora, ya tienen otra mentalidad, preguntan, dicen, qué les pareció bien, qué les parecería para mejorar”.*

Deyaneth Ipuana

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Duitama, Cali y Expoartesánias



VENTAS  
**\$17.855.000**



# CURARTE



**Ubicación:** Sibundoy, Putumayo

**Etnia:** Camëntsá

**Materia prima:** Chaquira, hilo acrílico, lana y madera

**Oficio:** Bisutería, tejeduría y trabajo en madera

**Técnica:** Ensartado, tejido en guanga y talla

**Artisanos:** 19 Beneficiarios

*“La raíz de todo es la unión, la minga. La raíz de todos los pensamientos indígenas es la minga, trabajar unidos buscando una causa común, el buen vivir y calidad de vida.”*

Teresa Jacanamejoy

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, CC. El Retiro, Cali  
y Expoartesanías



VENTAS  
\$79.792.500





# DAH FIWI MACHE



**Ubicación:** San Andrés y Providencia

**Etnia:** Raizal

**Materia prima:** Papel

**Oficio:** Trabajo con papel maché

**Técnica:** Papel maché - cartapesta

**Artisanos:** 27 Beneficiarios

*“Somos un grupo de artesanas que elabora productos decorativos en papel Maché. Para nosotras no es un hobby, ni un pasatiempo. Esta labor es una opción de vida y de trabajo. Durante estos últimos años nos hemos apoyado en un trabajo colaborativo. Gracias Artesanías de Colombia por esta apuesta en la artesanía de la isla de San Andrés.”*

Aurea Santos

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Pereira y Expoartesanías



VENTAS  
\$4.966.000



# DÉMO



**Ubicación:** Guanía, Inírida

**Etnia:** Curripaco

**Materia prima:** Chiqui chiqui

**Oficio:** Cestería

**Técnica:** Cestería en rollo y chiqui chiqui, cestería en sarga, tirita y bejuco

**Artisanos:** 49 Beneficiarios

*“Por primera vez en nuestra comunidad, los conocimientos de nuestros ancestros son importantes para un proyecto”.*

Jorge González

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Pereira, Panaca y Expoartesanías



VENTAS  
**\$8.506.000**



# DORIS JAJOY



**Ubicación:** Nariño, Pasto

**Etnia:** Camëntsá

**Materia prima:** Chaquira e hilo acrílico.

**Oficio:** Bisutería y tejeduría

**Técnica:** Tejido plano, tejido en guanga y ensartado

**Artisanos:** 12 Beneficiarios

*“Proyectamos nuestro futuro haciendo lo que hacemos con compromiso, para que las nuevas generaciones sean felices como nosotros”.*

Doris Jajoy

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
CC. El Retiro, Panaca, Montería  
y Expoartesánías



VENTAS  
**\$85.762.500**



# ESPIRAL MISAK



**Ubicación:** Silvia, Cauca

**Etnia:** Misak

**Materia prima:** Lana y chaquiras

**Oficio:** Bisutería y tejeduría

**Técnica:** Crochet y ensartado

**Artisanos:** 20 Beneficiarios

*“Ahora ya sabemos valorar nuestros tejidos y además nos hemos dado a conocer. Hoy, ya muchas personas reconocen la mochila caucana, ya tenemos varios diseños que solo son de Espiral Misak. Es un orgullo”.*

Patricia Hurtado

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, CC. El Retiro  
y Expoartesánías



VENTAS  
\$42.581.000





# ESTRELLA EINALII



**Ubicación:** Maicao, La guajira

**Etnia:** Wayúu

**Materia prima:** Hilo acrílico

**Oficio:** Tejeduría

**Técnica:** Tejeduría en crochet y tapizado en peyón

**Artisanos:** 38 Beneficiarios

*“Hemos creado un grupo más unido, más solidario. Si alguna de las artesanas tiene alguna dificultad, hacemos una colecta para el beneficio de esa misma artesana. Ser una familia Estrella Einalii significa ser solidarios con nuestros compañeros”.*

Adeinis Boscán

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, Pereira, Panaca,  
Montería y Expoartesanías



VENTAS  
**\$73.249.000**



# GAPAS



**Ubicación:** La Pedrera, Amazonas  
**Etnia:** Yukuna, Tanimuka, Letuama y Matapí  
**Materia prima:** Arcilla  
**Oficio:** Alfarería  
**Técnica:** Rollo  
**Artisanos:** 33 Beneficiarios

*“Nosotras elaboramos las piezas en barro. El hombre le ayuda a la mujer, le ayuda a coger leña para quemar, y si es harto le ayuda a cargar (...) El hombre está muy al tanto. Lo mismo la mujer en la cestería, la mujer le ayuda al hombre a sacar las tiras, y el hombre teje. Ambos aportamos así, compartimos así para trabajar mejor, para que nos salga más rápido”.*

Lusmila Tanimuca

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Expoartesanías



VENTAS  
\$6.888.000



# HAJSÚ



**Ubicación:** Carlosama, Nariño

**Etnia:** Pastos

**Materia prima:** Lana e hilo acrílico

**Oficio:** Tejeduría

**Técnica:** Tejido en plano y tejido en guanga

**Artisanos:** 26 Beneficiarios

*“Pues el mayor aprendizaje del trabajo en equipo es ser organizadas y también transmitir los saberes de cada una, hemos aprendido de los que han venido a darnos capacitaciones para nuestras líderes, y eso ha sido el mayor aprendizaje. Es la constancia de todas las caídas, pero ya sabemos levantarnos. Es la madurez y saber en equipo para no decaer, el equipo ha sido el pilar”.*

Rosaura Narváez

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
CC.El Retiro, Claustro Las Aguas,  
Pereira, Duitama, Cali  
y Expoartesánias



VENTAS  
**\$72.734.000**



# IDA



**Ubicación:** Puerto Carreño, Vichada

**Etnia:** Sikuaní, Amorua y Piapoco

**Materia prima:** Cumare y guarumo

**Oficio:** Cestería y talla en madera

**Técnica:** Cestería en rollo de moriche y talla en madera

**Artisanos:** 53 Beneficiarios

*“Es bueno enseñar a los niños para que tengan recursos en su hogar. A los jóvenes no les gusta trabajar y les dan otros trabajos que no son de nosotros. Se ha perdido la cultura tremendamente (...), ahora nos cambiaron la mente y queremos vivir en el pueblo. Mi idea es que volvamos al campo a sembrar”.*

Martín Gaitán

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Expoartesanías



VENTAS  
\$2.892.000





# INUGA



**Ubicación:** Pueblo Bello, Cesar

**Étnia:** Arhuaco

**Materia prima:** Lana

**Oficio:** Tejeduría

**Técnica:** Tejeduría con aguja capotera

**Artisanos:** 20 Beneficiarios

*“A mí me pareció bueno cuando las mujeres se interesaron por un tema que llevaron ustedes allá, que era el rescate de los significados de los diseños de las mochilas. Son cosas que se hacen normalmente pero a veces se desconoce el significado de lo que se teje y qué representa. Hay mujeres que lo saben, otras no (...) Entonces ya estamos en eso, ya la maestra que está encargada de hablar acerca de eso dictó una conferencia a las mujeres, nos hemos fortalecido”.*

Euarda Elena García

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Duitama y Expoartesánias



VENTAS  
\$19.048.000



# JAIPONO



**Ubicación:** Pereira, Risaralda

**Étnia:** Embera Chamí

**Materia prima:** Chaquira

**Oficio:** Bisutería

**Técnica:** Ensartado

**Artisanos:** 33 Beneficiarios

*“Para nosotros los Embera Chamí un Okama es el camino de la vida que nos ha dejado nuestra madre tierra; de ella nos inspiramos y junto con el pensamiento plasmamos sus figuras y colores. Estas piezas son pensamiento ancestral hecho a mano. A través de la artesanía llegamos a otras expresiones de nuestra cultura. Ella no viene sola, viene con la danza, la lengua, el vestuario y la jagua (pintura facial)”*

Gladys Nacavera

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, Medellín,  
Claustro las Aguas, Panaca,  
Montería y Expoartesánias



VENTAS  
**\$11.324.000**



# KAI SIAA



**Ubicación:** Maicao, Guajira

**Ubicación:** Wayúu

**Materia prima:** Hilo acrílico

**Oficio:** Tejeduría

**Técnica:** Tejeduría en crochet

**Artisanos:** 36 Beneficiarios

*“Con la artesanía estamos unidos. Antes había distancia, personas que no se gustaban unas de otras. En cambio ahora, con ella, se ponen contentas, se ponen a reír. Yo estoy feliz de que se reúnan”.*

Valeria Pushaina

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Expoartesanías



VENTAS  
\$5.175.000



# KANSUY



**Ubicación:** Silvia, Cauca

**Etnia:** Misak

**Materia prima:** Lana

**Oficio:** Tejeduría

**Técnica:** Crochet y ensartado

**Artisanos:** 30 Beneficiarios

*“En nuestra comunidad el buen vivir comienza en el fogón; en donde alrededor del fuego nuestros padres nos dan consejos, y nosotros hacemos lo mismo con nuestros hijos, transmitiendo saberes. El buen vivir comienza en el fogón del hogar”.*

Alba Jeny Calambas

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Pereira, Duitama, Cali  
y Expoartesánías



VENTAS  
\$29.175.000





# KOREGUAJE PAIREPA



**Ubicación:** Milán, Caquetá

**Etnia:** Koreguajes

**Materia prima:** Cumare y semillas

**Oficio:** Bisutería y tejeduría

**Técnica:** Anudado y cestería en rollo

**Artisanos:** 37 Beneficiarios

*“A futuro quiero que nos integremos todos los artesanos de todos los resguardos y se pueda trabajar unidos para hacer crecer las ventas, y que esto nos sirva para llegar a tener una tienda artesanal”.*

Alba Luz Pizarro

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, CC. El Retiro,  
Duitama, Panaca y Expoartesanías



VENTAS  
**\$33.139.000**



# KUNSAMU



**Ubicación:** Fundación, Magdalena  
**Etnia:** Arhuaco  
**Materia prima:** Lana  
**Oficio:** Tejeduría  
**Técnica:** Medio punto con aguja capotera  
**Artisanos:** 31 Beneficiarios

*“Hoy en día la visión de las mujeres se ha enfocado hacia la comercialización, nosotros tenemos nuestro tejido y nuestro conocimiento, pero de pronto las mujeres no le daban ese valor. Los precios justos ha motivado a las mujeres a que se fortalezca más la asociación, ahora las mujeres valoran más su trabajo, hacen mejor las mochilas cuidando la calidad, ya tenemos clientes fijos que nos hacen pedidos, también vendemos por redes, hemos mandado a diferentes partes de Colombia, ha sido muy positivo.”*

Judith Torres

## RESULTADOS

### PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, CC. El Retiro,  
Panaca, Cali y Expoartesánias



VENTAS  
**\$54.336.000**



# KURMA KAI



**Ubicación:** Pueblo Rico, Risaralda

**Etnia:** Embera Chamí

**Materia prima:** Chaquira

**Oficio:** Bisutería

**Técnica:** Ensartado

**Artisanos:** 20 Beneficiarios

*“El Buen Vivir está en la ley propia, en la autonomía y las actividades tradicionales. Es un conjunto que plasma historias para vivir mejor en el territorio, porque es un territorio de los ancestros que plasmamos en lo que hacemos con nuestras artesanías”.*

Rómulo Hiupa

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
CC. El Retiro, Pereira, Duitama,  
Montería y Expoartesanías



VENTAS  
**\$17.027.000**



# MARDUE



**Ubicación:** Hato Corozal, Casanare

**Etnia:** Cuiba Wamonae

**Materia prima:** Moriche

**Oficio:** Cestería

**Técnica:** Rollo

**Artisanos:** 33 Beneficiarios

*“Antes, como líder artesana, era la única que tenía varias responsabilidades, pero he notado cambios, he visto que ya hay artesanas que quieren participar en las ferias, que quieren estar pendientes del grupo, que en los encuentros aportan alimentos para compartir (...) Este año las artesanas han aprendido a tomar el liderazgo”.*

Daina Guaipere

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, Duitama, Cali  
y Expoartesánías



VENTAS  
**\$16.553.000**





# MASI PAI



**Ubicación:** Florencia, Caquetá

**Etnia:** Koreguaje

**Materia prima:** Cumare y semillas

**Oficio:** Bisutería y tejeduría

**Técnica:** Anudado y macramé

**Artisanos:** 31 Beneficiarios

*“El buen vivir lo comenzamos desde la maloca. En la maloca aprendí la cultura (...) desde ahí –desde la casa grande- sale la historia, cuentos, leyendas, creencias, clanes, danzas y cantos con los que fabricamos nuestras artesanías. Todo lo que tiene que ver con fibra natural, mochilas, bisutería y palma de cumare es oro para nosotros. Todo esto, en conjunto y totalidad, representa el Buen Vivir para nosotros”.*

Yinela Piranga

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Pereira, Duitama, Montería  
y Expoartesanías



VENTAS  
\$12.688.000



# MITES



**Ubicación:** Bogotá D.C.

**Etnia:** Eperara Siapidara

**Materia prima:** Paja Tetera

**Oficio:** Cestería

**Técnica:** Cestería en rollo

**Artisanos:** 18 Beneficiarios

*“El tejido nos identifica como mujeres y como indígenas Eperara Siapidara, y la Paja Tetera como mujeres Siapidara que hemos luchado para lograr vivir acá [ciudad de Bogotá]. Queremos que nos vean como mujeres emprendedoras”.*

Círculo de la palabra del Grupo artesanal Mites.  
Voces de Maria Celina Dura, Gloria Dura  
y Maria Nilsa Grueso Dura

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, Medellín,  
Claustro Las Aguas, Panaca,  
Montería y Expoartesánias



VENTAS  
**\$32.455.000**



# MORICHITO



**Ubicación:** Hato Corozal, Casanare

**Etnia:** Sáliba

**Materia prima:** Arcilla y madera

**Oficio:** Alfarería y trabajo con madera

**Técnica:** Rollo y talla en madera

**Artisanos:** 30 Beneficiarios

*“El aprendizaje ha sido principalmente a través de la transmisión de saberes por los maestros expertos en madera, cerámica y pintura, mejorando la calidad de los productos (...) También, en la recuperación de historias ancestrales del pueblo Sáliba que se han plasmado en las figuras en cerámica, como la del tupalí y la del guio”.*

Miriam Quiteve

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Duitama y Expoartesánías



VENTAS  
\$4.990.000



# MUTECYPA



**Ubicación:** Córdoba, Nariño

**Etnia:** Pastos

**Materia prima:** Lana e hilo acrílico

**Oficio:** Tejeduría

**Técnica:** Tejido plano, tejido en guanga, tejido de punto y crochet

**Artisanos:** 37 Beneficiarios

*“Mi abuela decía que uno tiene que hilar bien, quinchilar bien y tejer bien, para a la vez tener un buen tejido, un tejido social”.*

Claudia Marleny Ramírez

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Pereira, Duitama  
y Expoartesanías



VENTAS  
\$16.566.000





# NABERAJUA



**Ubicación:** Pereira, Risaralda

**Etnia:** Embera Chamí

**Materia prima:** Chaquira

**Oficio:** Bisutería

**Técnica:** Ensartado

**Artisanos:** 48 Beneficiarios

*“No queremos que el trabajo de la artesanía quede en un andén en el piso, queremos que esté en las ferias, en espacios donde van personas que quieran conocer nuestros pensamientos, para que cada día vayamos dando un paso en el fortalecimiento de nuestra cultura”*

Rafael Tanigama

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, Pereira, Cali  
y Expoartesánías



VENTAS  
**\$23.484.000**



# NARA KAJMANTA



**Ubicación:** Santa Marta, Magdalena

**Etnia:** Ette Ennaka

**Materia prima:** Algodón

**Oficio:** Tejeduría

**Técnica:** Medio punto con aguja crochet

**Artisanos:** 35 Beneficiarios

*“En el tejido de la mochila, cada puntada que damos es pensando en el bienestar de nuestra familia, de nuestros hijos y de nuestra comunidad, como pueblo Ette Ennaka”.*

Yaneth Jiménez

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Duitama y Expoartesánías



VENTAS  
**\$14.695.000**



# PUERTO GOLONDRINA



**Ubicación:** Mutú, Vaupés

**Etnia:** Cubeo

**Materia prima:** Arcilla

**Oficio:** Alfarería

**Técnica:** Rollo y placa

**Artisanos:** 24 Beneficiarios

*“Hay tres tiempos de enseñanza donde se involucra a los niños. Uno dentro de la vida de cada familia, donde se acercan a ver. La otra parte, en las actividades que se desarrollan en la comunidad. La otra, cuando el mismo programa diseña para que ellos se integren, para que se puedan transmitir los saberes a otra generación”.*

Margarita Gutiérrez

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Expoartesánías



VENTAS  
**\$19.735.000**



# RUMIQ



**Ubicación:** Cumbal, Nariño  
**Etnia:** Pastos  
**Materia prima:** Talle en piedra  
**Oficio:** Trabajo con piedra  
**Técnica:** Talla  
**Artisanos:** 31 Beneficiarios

*“Los productos de talla en piedra vinieron de lo que los abuelos hicieron, de su sabiduría y de sus pensamientos. Como ellos ya dejaron de existir, quedaron como artesanías, como unas obras artísticas que son recordadas por nosotros -en nombre y con base a ellos- para que podamos representar a nuestra comunidad, porque nuestra comunidad de hoy no conoce -los niños, los jóvenes- para que pueden reconocer”.*

Bertario Paspuezan

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Pereira, Panaca, Cali  
y Expoartesanías



VENTAS  
\$22.864.000





# SIRINDANGO



**Ubicación:** Mocoa, Putumayo

**Etnia:** Inga

**Materia prima:** Semillas y pita

**Oficio:** Bisutería y tejeduría

**Técnica:** Ensartado

**Artisanos:** 30 Beneficiarios

*“Se han fortalecido muchos saberes que no recordábamos. Hemos aprendido a traer a la memoria muchas cosas que nos han enseñado los abuelos, como los significados de los productos y las ceremonias propias, como el atun puncha, la comida tradicional. Qué bonito que hablemos también de nuestra comunidad en los talleres”.*

Magdalena Jansasoy

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, CC. El Retiro,  
Claustro las Aguas  
y Expoartesanías



VENTAS  
**\$28.273.000**



# TEJEDORAS DE MAMPUJÁN



**Ubicación:** María la Baja, Bolívar

**Etnia:** Negro / Afrocolombianos

**Materia prima:** Tela

**Oficio:** Tejeduría en tela sobre tela

**Técnica:** Tela sobre tela

**Artisanos:** 26 Beneficiarios

*“Con Artesanías de Colombia nos hemos empoderado al trabajar con un equipo interdisciplinario que nos aporta mucho. Nos dan la oportunidad de sentarnos a dialogar, a reflexionar, a replantearnos muchas cosas y, a mejorar las técnicas grupales y las técnicas del arte como tal”.*

Juana Alicia Ruíz

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Claustro las Aguas, Duitama,  
Montería y Expoartesanías



VENTAS  
**\$8.022.000**



# WAJAPÚ



**Ubicación:** Maicao, La Guajira

**Etnia:** Wayúu

**Materia prima:** Hilo acrílico

**Oficio:** Tejeduría

**Técnica:** Tejeduría en crochet y tapizado en peyón

**Artisanos:** 28 Beneficiarios

*“Las condiciones de vida de las mujeres del grupo Wajapú han mejorado un cien por ciento, porque tenemos un ingreso seguro (...) Además, si no tenemos obstáculos, vamos a contar para este año con la inauguración del colegio artesanal para niños en la comunidad”.*

Yudelis Sapuana

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, CC. El Retiro,  
Duitama, montería  
y Expoartesánias



VENTAS  
\$43.100.000



# WARKHI



**Ubicación:** Bogotá D.C.

**Etnia:** Wounaan

**Materia prima:** Werregue

**Oficio:** Cestería

**Técnica:** Asargado diagonal y radial

**Artisanos:** 46 Beneficiarios

*“Cuando hago una artesanía, siempre conecto con el territorio, donde vivo, donde pescaba, donde montaba, con quien iba, quienes son mi familia. Y nos ha pasado, no solo a mí, a todas las artesanas al recordar la historia y el sentimiento que se tiene plasmado ahí, en el werregue. Termina siendo una pieza de memoria”.*

Arcenio Ortiz Moya

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, Claustro las  
Aguas, Pereira, Duitama,  
Panaca y Expoartesanías



VENTAS  
**\$74.687.450**





# YARÉ OKAINA



**Ubicación:** La Chorrera, Amazonas

**Etnia:** Okaina

**Materia prima:** Yaré, bejuco boa, cumare y guarumo

**Oficio:** Cestería

**Técnica:** Cestería en rollo y sarga

**Artisanos:** 43 Beneficiarios

*“Antes teníamos un pensamiento muy disperso, entonces tratamos de unificarlo para que pudiéramos avanzar. Eso hay que mantenerlo, no dejarlo perder. Ahí vamos aprendiendo. Unificamos el pensamiento hablando más cerca, acercándonos más el uno al otro y haciendo entender los procesos, porque la mayoría no entendía, entonces venían los conflictos. También es importante que los que estamos al frente tengamos transparencia con toda la información”*

Epifanio Siake

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Claustro las Aguas, Pereira,  
y Expoartesánías



VENTAS  
**\$19.089.400**



# ZARIKANHA



**Ubicación:** Inírida, Guainía  
**Etnia:** Curripaco  
**Materia prima:** Chiqui chiqui  
**Oficio:** Cestería  
**Técnica:** Cestería en sarga, tirita y bejuco  
**Artisanos:** 41 Beneficiarios

*“Me levanto desde temprano a hacer las labores del hogar: a cocinar, arreglar el pescado y a mantener la comida caliente, pero eso sí, desde las nueve de la mañana me siento a tejer”.*

Ana Jiménez

## RESULTADOS

PRODUCTIVIDAD



LÍNEAS DE PRODUCTO  
DESARROLLADAS



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS  
Bucaramanga, Cali  
y Expoartesánías



VENTAS  
\$20.019.000





# COMPONENTES

de fortalecimiento étnico



# INTRODUCCIÓN

---

El Programa de Fortalecimiento Empresarial, Productivo y Comercial de Iniciativas Artesanales De Grupos Étnicos de Colombia cuenta con un equipo interdisciplinario con vocación de trabajo comunitario, donde cada uno de los asesores dedica su esfuerzo en pro del fortalecimiento integral de los grupos artesanales beneficiarios. Los resultados que presenta este programa son posibles gracias al trabajo articulado de los siguientes componentes de trabajo, que desde su experticia brindan las herramientas y conocimientos que potencian y dignifican el que hacer artesanal desde el fortalecimiento organizativo, el desarrollo de producto y la comercialización de la artesanía étnica.





## DESARROLLO HUMANO Y SOCIO ORGANIZATIVO

Este equipo promueve diferentes aspectos del trabajo comunitario, el rescate cultural y el liderazgo participativo. Durante la implementación en campo los grupos reciben capacitaciones que apuntan a consolidar el trabajo comunitario, el liderazgo participativo y la distribución equitativa de responsabilidades. Según las características y necesidades que afronte cada grupo, se prioriza su atención para la mejora en comunicación asertiva y la resolución de conflictos, asociatividad y afianzamiento productivo.

La transmisión de saberes se ha consolidado como una de las actividades con mayor incidencia en los grupos. El objetivo principal de esta actividad es fomentar la circulación de conocimientos tradicionales y técnicos de los oficios artesanales. Esto se da gracias a la colaboración de maestros artesanos locales quienes, bajo su reconocimiento y destreza, comparten el pensamiento y la acción en el buen hacer artesanal.

El resultado de este trabajo se ve materializado en el levantamiento de un diagnóstico cualitativo en torno a los diferentes eslabones de la cadena de valor del sector artesanal, enfatizando en el levantamiento conjunto del compendio de cultura material e inmaterial, la consolidación de un mapa de actores clave y compendios de simbología de los grupos étnicos

### » CARACTERIZACIÓN



**855**  
BENEFICIARIOS



**74%**  
MUJERES



**28**  
GRUPOS ÉTNICOS



**42**  
MAPAS DE ACTORES CLAVE

### » TRANSMISIÓN DE SABERES

**382**  
TALLERES



Escuela de Transmisión  
DE SABERES LIDERADOS  
POR MAESTROS ARTESANOS



**21**  
COMPENDIOS  
DE SIMBOLIGÍA

### » FORTALECIMIENTO Y LIDERAZGO ORGANIZATIVO

**42**  
LISTADOS DE  
ACUERDOS PARA  
EL TRABAJO  
COLECTIVO

**42**  
ORGANIGRAMAS  
DE GRUPO  
ARTESANAL

**42**  
PLANES  
ESTRATÉGICOS  
(MISIÓN Y VISIÓN)

**8**



ENCUENTROS DE SABERES



ASESORIA PUNTUAL  
ARTESANOS  
PALENQUE



## DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS

Este componente busca destacar el valor estético de la cultura material artesanal, fomentando el desarrollo creativo en los artesanos. La exploración técnica para la innovación concilia entre la tradición cultural y las tendencias actuales del mercado, buscando que en esta labor se conserve la identidad y el respeto por la tradición del oficio. Los acuerdos en materia de diseño son planteados junto a los grupos siguiendo parámetros de trabajo colaborativo, creando en co-diseño. Así mismo, cada asesor en zona capacita a las y los artesanos en temas como, manejo de paletas colores, desarrollo de líneas de productos, entre otros. De esta manera, el componente de diseño desarrolla productos que narran, desde la identidad propia, los valores culturales y las historias de origen de pueblos étnicos.

Este componente tiene como responsabilidad acentuar la técnica en la labor artesanal, propiciando la mejora en los acabados, apuntando a lograr una excelente calidad que asegure el posicionamiento de los productos. Esta labor permite realzar el valor de cada pieza artesanal, no solamente en el aspecto económico, sino también, como elemento vital en la cultura material de cada pueblo. Aquí cobra relevancia el enfoque de rescate cultural, donde son priorizadas técnicas tradicionales y modos en desuso del que hacer artesanal. Esta exploración se realiza de la mano de sabedores y sabedoras de cada comunidad, quienes portan la memoria viva y la tradición del saber hacer en la artesanía.

### » FORTALECIMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD



### » DESARROLLO DE PRODUCTO



Líneas de producto **DESARROLLADAS**  
(Proceso Diseño Colaborativo)



Piezas Emblemáticas

### » IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA

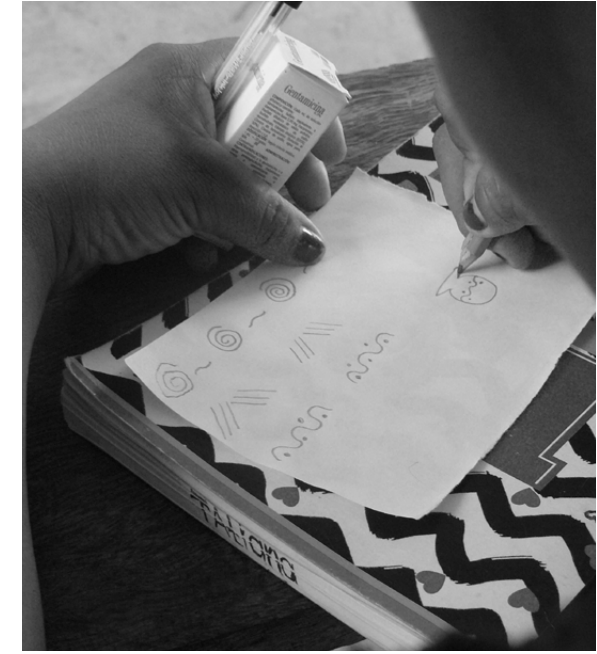
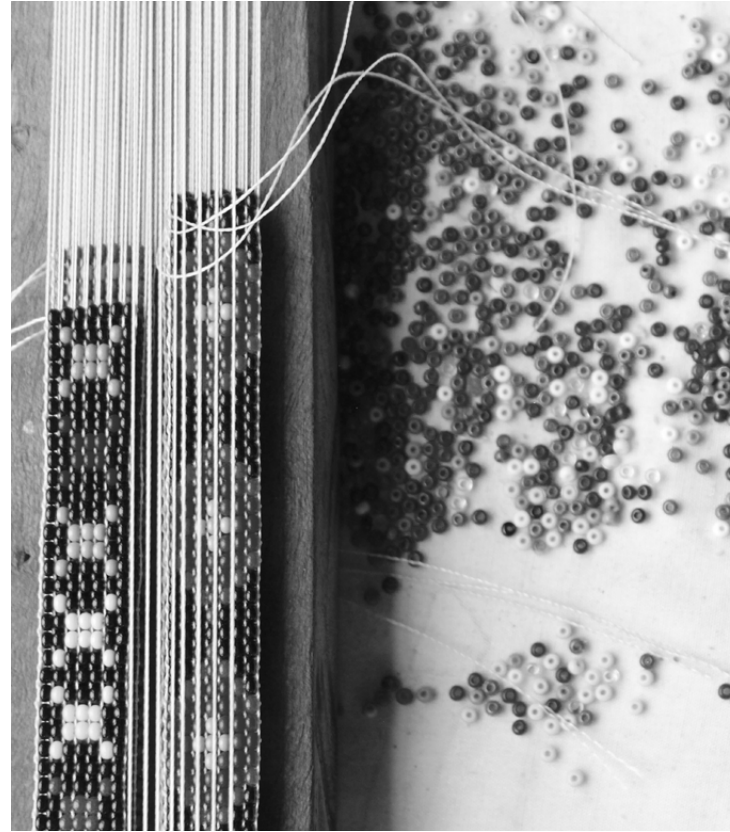
**626**  
TALLERES  
DICTADOS

**236**  
TALLERES  
DESARROLLO  
CREATIVO

**156**  
TALLERES  
CO-DISEÑO  
Y PRODUCTO

**159**  
TALLERES  
FORTALECIMIENTO  
TÉCNICO Y  
PRODUCTIVO

**39**  
ASESORIAS  
PUNTUALES



## COMERCIALIZACIÓN

El trabajo desarrollado por este componente busca fortalecer los grupos en la comercialización de sus productos artesanales, identificando plazas comerciales idóneas y proporcionando acompañamiento en el fortalecimiento de las capacidades empresariales y comerciales. Por medio de diferentes estrategias, los grupos logran apreciar la cadena de valor de la labor artesanal, comprendiendo la serie de acciones y esfuerzos en cada paso del oficio, dimensionando así, el costo digno del trabajo hecho a mano. Otro escenario para el fortalecimiento es la ruta de eventos feriales en región que, junto al evento nacional Expoartesanías, configura la estrategia de exposición comercial de los grupos beneficiarios. Estos eventos suponen una plataforma de exhibición en las principales plazas comerciales del país, allí los artesanos dan a conocer la riqueza de los pueblos étnicos al público local por medio de la venta de sus productos artesanales.

### »PLANEACIÓN Y EJECUCIÓN EN EVENTOS COMERCIALES

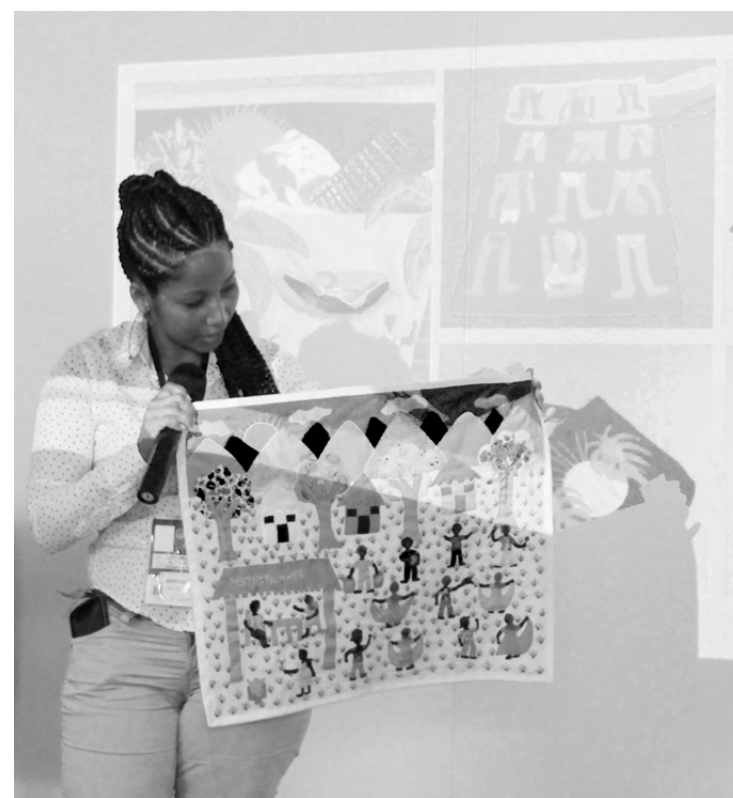


### »IMPLEMENTACIÓN TÉCNICA



### »SEGUIMIENTO OPORTUNIDADES DE NEGOCIO





## COMUNICACIÓN

### COMPONENTE TRANSVERSAL

Como componente transversal en la metodología de trabajo planteada desde la Línea Étnica, se estructuró una estrategia de comunicación para visibilizar el trabajo con y de cada grupo artesanal vinculado al proyecto en el marco del convenio con MinCIT, así como el fortalecimiento de herramientas comunicativas de las comunidades catalogadas en nivel 3.

La estrategia de comunicación se posicionó bajo el nombre de “RAÍCES, encuentro de relatos y artesanías”, dando realce a la historia y origen que hay detrás de cada pieza artesanal, de cada etnia, de cada saber y materia prima. La estrategia se centró en contar “La historia de lo que somos”, para realzar las narraciones y relatos de los pueblos étnicos vinculados. Este posicionamiento se fortaleció con la estrategia de Free Press en los principales medios de comunicación nacional y regional, teniendo un alcance de audiencia de 20.000 personas impactadas.

Para los grupos se planteó y elaboró una estrategia de fortalecimiento para estructurar un plan de comunicaciones en el que ellos identificaron cuáles son sus objetivos como grupo, a qué tipo de público se quieren dirigir y a través de qué canal lo van a hacer.

Además, se desarrolló una estrategia para consolidar las redes sociales de los grupos que están más organizados, haciendo apertura de algunas redes y dándoles toda una capacitación de manejo y uso según sus realidades, fortalezas y capacidades técnicas.

### » FORTALECIMIENTO EN COMUNICACIÓN

**13**  
TALLERES

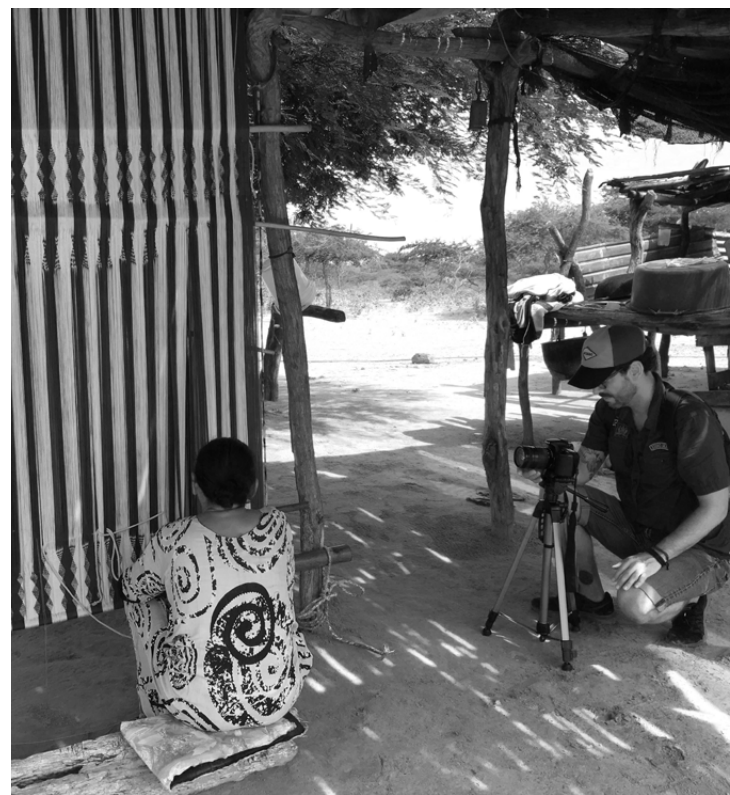
 **13**  
APERTURAS  
REDES SOCIALES

### » DIVULGACIÓN

 **20.000**  
PERSONAS  
impactadas

 **150**  
NOTAS  
publicadas

 **\$1.091.073.892**  
VALOR GESTIÓN  
free press





# COMPONENTES TRANSVERSALES

---

## GESTIÓN Y ARTICULACIÓN

El componente de Gestión y Articulación apoyó a las actividades propuestas por los componentes socio-organizativo, diseño y comercial, en la planeación de sus acciones complementarias principalmente en las regiones de cara a los eventos regionales Raíces.

De igual manera, facilitó el acompañamiento en establecer estrategias para la fluidez de las actividades en territorio de acuerdo con las diferentes situaciones que se presentaban en zona.

<b>12</b> PLAZAS COMERCIALES	<b>9</b> INSTITUCIONALIDAD REGIONAL	<b>6</b> ACADEMIA
------------------------------------	---	----------------------

## LOGÍSTICA

Para cada uno de los eventos comerciales regionales y nacional este componente se encargó de todo el seguimiento a las actividades relacionadas con exhibición y montaje, dándoles el lineamiento de acuerdo con el concepto de comunicación, creando una propuesta y realizando la respectiva curaduría de exhibición y vitrinismo.

Además, se encargó de la ejecución de la propuesta de montaje, hospedaje y alimentación y demás servicios logísticos necesarios para el desarrollo de los eventos comerciales derivados de la participación de las comunidades beneficiarias del convenio.

## MONITOREO Y EVALUACIÓN

La estrategia de monitoreo y seguimiento se focaliza en el seguimiento de actividades de cada una de las fases del programa, permitiendo consolidar y registrar los informes que sistematizan todos los avances en los aspectos técnicos y financieros.



**FASES**  
del programa



## APERTURA TERRITORIAL

La apertura territorial es ese primer paso que da el programa para el acercamiento a los grupos artesanales beneficiarios. Esta fase consiste en la entrada al territorio de los grupos artesanales para socializar e iniciar las actividades de manera concertada. Aquí se plantean objetivos y acuerdos que servirán como hoja de ruta para la estrategia de fortalecimiento de su actividad artesanal.

Durante esta esta vigencia se realizaron 42 aperturas, dentro de las cuales se vincularon a 16 grupos artesanales; comunidades que por primera vez formaron parte del programa. Así mismo, se continuó con el proceso de fortalecimiento de 26 grupos artesanales.



## DIAGNÓSTICO DIFERENCIAL

Continuando con la metodología del proyecto, la segunda fase comprende el levantamiento de diagnósticos diferenciales y compendios de cultura material, documentos que permiten evidenciar particularidades de los grupos artesanales y el avance del proceso de fortalecimiento.

En esta fase se realizaron 42 diagnósticos y un mismo número de compendios de cultura material. En este proceso se evidencia el trabajo transversal ejercido por los componentes del diagnóstico diferencial, conformados por un equipo interdisciplinario que permitió culminar satisfactoriamente el proceso.

El componente socio-organizativo realiza una descripción general de cada etnia a la que pertenece el grupo artesanal, teniendo en cuenta aspectos como: estructura social, actividades económicas y características culturales, entre otros. También se identificó la organización, distribución de roles y liderazgos diferenciados, además de un acompañamiento a las acciones implementadas en la transmisión de saberes.

Por parte del componente de diseño se describieron las capacidades productivas del grupo artesanal, se identificaron las materias primas principales y la cadena de suministro, el proceso de elaboración de artesanía y el manejo de residuos.

El componente comercial brindó acompañamiento a los grupos en torno a los procesos de formalización, uso de imagen comercial, identificación de clientes y manejo de redes sociales como canales de comercialización. De igual manera, fueron potencializadas las habilidades en ventas por medio de talleres y ejercicios pedagógicos.

## IMPLEMENTACIÓN Y PLANES DE MEJORA

Es esta fase en la que cada uno de los componentes desarrolla las actividades orientadas al fortalecimiento integral de los grupos artesanales. El equipo desplegado en región visitó cada una de las comunidades para realizar capacitaciones a los grupos artesanales reforzando la base organizativa, ideando conjuntamente los diseños a trabajar y la manera que se desarrollaría la estrategia comercial.



## ACTIVACIÓN DE MERCADOS

Es importante para los grupos artesanales contar con espacios comerciales en los que puedan vender sus productos, por lo que la estrategia comercial del programa consolidó la estrategia de Raíces: Encuentro de Relatos y Artesanías que se concentró en la realización de siete encuentros regionales en el que se consolidó sus habilidades comerciales entorno al comercio justo. Como complemento, el programa colaboró en la participación de los grupos artesanales en eventos comerciales nacionales complementarios en Medellín, Bogotá y Bucaramanga, y en la iniciativa de participación en el evento internacional "Folk Art Market 2019", desarrollado en nuevo México, Estados Unidos.

A nivel nacional, se destaca también la participación de los 42 grupos artesanales en Expoartesanías 2019. En el marco de la reconocida feria se lograron ventas totales por un valor de \$813.283.900 COP.





# ENCUENTROS

regionales y nacionales



# RAÍCES

Encuentro de Relatos y Artesanías



# RAÍCES

## Encuentro de Relatos y Artesanías

---

Colombia escenario de muchos paisajes, colores y culturas, enmarcan de norte a sur y de oriente a occidente, diferentes perspectivas que dan lugar y profundidad a la “historia de lo que somos”, a culturas milenarias que hoy dan cita en RAÍCES – Encuentro de relatos y artesanías.

En el marco del proyecto con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo lidera, en asocio con Artesanías de Colombia S.A., se congregaron alrededor de 42 grupos artesanales entre comunidades indígenas, negros, afrocolombianos y gitanos, además de invitados de otros grupos étnicos, que dan muestra de la riqueza del patrimonio cultural e inmaterial de nuestro país.

La apuesta comercial RAÍCES es un espacio comercial y experiencial en el que los líderes de grupos artesanales de diversos grupos étnicos se dan cita para dialogar con el público sobre el trabajo artesanal; a la vez que constituye un laboratorio de aprendizaje comercial para que los artesanos refuercen sus capacidades empresariales y de emprendimiento, ampliando la oportunidad de crear alianzas comerciales para la apertura de mercados.

El encanto de los encuentros RAÍCES se vislumbra no sólo en las artesanías, sino en los rostros de los indígenas, negros, afrocolombianos y gitanos participantes, quienes traen a las regiones artesanías cargadas de relatos, simbología, memoria y territorio.

Bucaramanga, Bogotá, Pereira, Panaca, Duitama, Cali y Montería fueron los escenarios en el RAÍCES tuvo lugar, acogiendo artesanías provenientes de diferentes zonas del país como mochilas, máscaras, accesorios, textiles, cestería y alfarería.

***Las mochilas tienen un significado en cada una de sus figuras y están tejidas en el pensamiento de las mujeres que las elaboran. Entonces, vender una mochila no es solamente vender, sino (...) transmitir el pensar de las mujeres, para que el occidental entienda lo que somos.***

Zarwin Francisco Villafaña, Arhuaco (Magdalena)





# BUCARAMANGA

**Lugar:** Cacique El Centro Comercial  
**Fecha:** Agosto 19 al 21 de 2019



**GRUPOS ARTESANALES EXPOSITORES**

**22**



**VENTAS REALES**

**\$77.004.000**



**CLIENTES POTENCIALES**

**20**



**EXPECTATIVAS DE NEGOCIO A SEIS MESES**

**\$740.487.600**

# BOGOTÁ

---

**Lugar:** Retiro Shopping Center  
**Fecha:** Agosto 20 al 25 de 2019



**GRUPOS ARTESANALES  
EXPOSITORES**

**10**



**VENTAS  
REALES**

**\$89.232.000**



**CLIENTES  
POTENCIALES**

**30**



**EXPECTATIVAS DE NEGOCIO  
A SEIS MESES**

**\$551.453.760**

# PEREIRA

**Lugar:** Centro Comercial Pereira Plaza  
**Fecha:** Septiembre 20 al 22 de 2019



**GRUPOS ARTESANALES EXPOSITORES**

**30**



**VENTAS REALES**

**\$66.880.400**



**CLIENTES POTENCIALES**

**10**



**EXPECTATIVAS DE NEGOCIO A SEIS MESES**

**\$515.709.600**

# DUITAMA

---

**Lugar:** Parque Libertadores

**Fecha:** Octubre 11 al 13 de 2019



**GRUPOS ARTESANALES  
EXPOSITORES**

**30**



**VENTAS  
REALES**

**\$39.360.500**



**CLIENTES  
POTENCIALES**

**5**



**EXPECTATIVAS DE NEGOCIO  
A SEIS MESES**

**\$189.367.500**

# QUIMBAYA

Lugar: Parque Panaca

Fecha: Octubre 5 al 13 de 2019



**GRUPOS ARTESANALES  
EXPOSITORES**

**15**



**VENTAS  
REALES**

**\$26.427.250**

# CALI

---

**Lugar:** Centro Comercial Unicentro

**Fecha:** Noviembre 1 al 3 de 2019



**GRUPOS ARTESANALES  
EXPOSITORES**

**30**



**VENTAS  
REALES**

**\$104.621.000**



**CLIENTES  
POTENCIALES**

**20**



**EXPECTATIVAS DE NEGOCIO  
A SEIS MESES**

**\$812.778.000**



# MONTERÍA

---

**Lugar:** Centro Comercial Buenavista

**Fecha:** Noviembre 22 al 24 de 2019



**GRUPOS ARTESANALES  
EXPOSITORES**

**20**



**VENTAS  
REALES**

**\$31.189.000**



**CLIENTES  
POTENCIALES**

**5**



**EXPECTATIVAS DE NEGOCIO  
A SEIS MESES**

**\$110.820.000**



# EXPOARTESANÍAS

---

Con el objetivo de fomentar el diálogo con los pueblos originarios y consolidar el conocimiento que se tienen sobre ellos, se desarrolló una apuesta experiencial y comercial en la feria Expoartesanías 2019, el escenario artesanal más importante y reconocido a nivel nacional.

La muestra comercial estuvo acompañada de una exhibición de piezas insignes de algunos grupos, que contaron historias y relatos de sus culturas, prácticas tradicionales y raíces. El montaje fue a modo de galería estuvo acompañada de fotos e infografías que dieron cuenta del trabajo metodológico del proyecto.

El evento estuvo precedido y acompañado de un encuentro de saberes de todos los grupos étnicos en el que el concepto del Buen Vivir fue el foco de atención y diálogo entre los artesanos.

Con una participación de 42 grupos étnico se tuvo una cobertura de los pueblos Arhuaco, Camëntsá, Wayuús, Yukuna, Tanimuka, Letuama, Matapí, Ette E´nnaka, Misak, Nasa, Inga, Okaina, Embera Chamí, Uitoto, Curripaco, Wounnan, Cuibawamonae, Puinave, Sikuani, Amorua, Tukano, Piapoco, Koreguaje, Pastos, Uwa, Zenú, Cubeo, Eperara Siapidaras Y Sálibas, además de invitados negros, afrocolombianos, raizales y palenqueros.



# BOGOTÁ

---

**Lugar:** Expoartesanías - Corferias

**Fecha:** Diciembre 4 al 17 de 2019



**GRUPOS ARTESANALES  
EXPOSITORES**

**55**



**VENTAS  
REALES**

**\$813.283.900**



**CLIENTES  
POTENCIALES**

**35**



**EXPECTATIVAS DE NEGOCIO  
A SEIS MESES**

**\$1.219.925.850**



## GALERÍA

Este espacio se propuso como un espacio de sensibilización del público por medio de una exhibición museográfica en donde se exalta y pone en valor los relatos e historias detrás del producto de 9 piezas emblemáticas, permitiendo evidenciar el valor cultural, simbólico, creativo, conceptual y comercial de cada una de estas piezas. Cada pieza estuvo acompañada de un texto o un audio o un video que narró el relato y explicó el sentido cultural que tiene para el grupo artesanal.

Relatos sobre cosmovisión, añoranza del territorio, transmisión de saberes, alianzas estratégicas, cultura material, fueron los temas entorno a los cuales giraron los relatos de las piezas provenientes de los pueblos Wayúú, Wounaan, Embera, Okaina, Arhuaco, Yukuna Inga y Camëntsá.

Estuvo acompañada de imágenes de las comunidades e infografías que ilustraron la metodología bajo la cual se trabaja en la Línea Étnica a través de sus tres componentes: social, diseño y comercial, sumando los transversales a todo el proceso: comunicación y gestión y articulación.





# ENCUENTRO DE SABERES

---

## ENTRETEJIENDO LOS HILOS DEL “BUEN VIVIR”

Los Encuentros de Saberes son espacios que promueven el valor de la palabra, las habilidades comunicacionales y el compartir de buenas prácticas de liderazgo entre artesanos beneficiarios del programa. Aquí confluyen conceptos y nociones propias en torno a labor artesanal y los modos de vida de los pueblos étnicos.

Durante 2019, los Encuentros de Saberes propiciaron el diálogo intercultural para la definición de los principios del buen vivir en la labor artesanal étnica. Los círculos de palabra tejieron memoria, alrededor de reflexiones en torno a los siguientes temas: “Somos la voz de la memoria”, “Somos minga, esfuerzo colectivo”, “Somos hijos de la tierra”, “Somos fuerza de vida”, “Somos la sabiduría ancestral”. Este espacio propició el reconocimiento de las formas colectivas de hacer de los pueblos étnicos, en busca del bien común; la relación entre el pensamiento y el cuidado del territorio; la valoración de formas de conocimiento de las comunidades étnicas; la exaltación del liderazgo que han asumido las mujeres artesanas a través de su actividad productiva; y la importancia de mantener firmes las raíces de la tradición de cada uno de los pueblos.





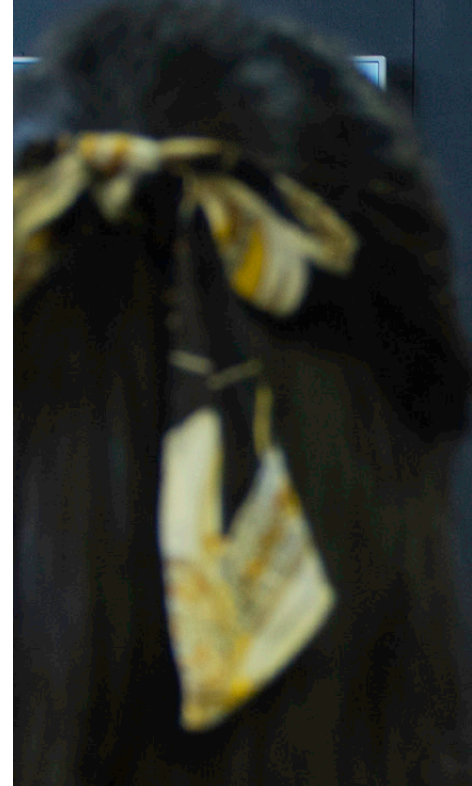
# RUEDA DE NEGOCIOS

Con el propósito de dinamizar las economías locales de los grupos artesanales, se generó una alianza con los organizadores de la Rueda de Negocios Internacional; evento realizado del 4 al 7 de diciembre, en el marco de Expoartesanías 2019. A la cita asistieron empresarios de España, Corea del Sur, Alemania, Japón, Marruecos, Estados Unidos, entre otros.

A esta rueda de negocios se registraron 24 marcas artesanales, las cuales son beneficiarias directas del programa. Ese proceso se realizó a través de la plataforma destinada para el agendamiento de las citas de negocio.

Como resultado de los registros, se confirmaron 46 citas de negocio con 12 marcas artesanales, entre las que se encuentran; Doris Jajoy, Kurma Kai, Wajapü, Warkhi, Yaré Okaina, Mutecypa, Mardue, Ardehigue, Dah Fiwi Maché, Espiral Misak, Hajsú y Kansuy. Los artesanos y artesanas se presentaron con una oferta de productos textiles, de bisutería, cestería y talla en madera. En este encuentro empresarial se lograron negocios por un valor total de \$18.868.000 millones de pesos.

**ÍCES**  
Relatos y Artesanías



## Colección **Hijos del agua y del aroírís**

Por Espiral Misak y Religare

Canto al agua, fluye caminante,  
sube filos y montañas,  
recorre los caminos,  
desenrolla remolinos,  
el agua en constante movimiento,  
hace ruido cuando aumenta el caudal,  
llevando piedras, sonido del trueno,  
ritmo de la flauta y el tambor.  
Hila Espiral Misak  
vuelve a tu sendero  
purifica los caminos.

Texto creado en el  
proceso colaborativo  
de conceptualización.

Paño tejido, tipo faja, mediante el  
uso de una máquina a pedal, un  
conjunto de hilos de algodón,  
Cecilia Tombé, artesana Misak.

### Religare

Manuela Purúa, creadora de la  
marca, busca volver a lo sagrado  
y a los ritmos de la naturaleza, con  
propuestas de prendas atemporales  
que vinculan fibras naturales y  
procesos sostenibles.

www.religare.com  
Medellín, Antioquia



Casos de  
**ÉXITO**



# GESTIÓN Y ARTICULACIÓN

## ESTRELLA EINALII Y KAI SIAA

---

Por medio de los procesos de encadenamiento socio-productivos se busca afianzar el liderazgo y autogestión de los grupos artesanales que se encuentran en un nivel maduro de desarrollo, esto para lograr una mejoría de los productos y la consolidación de los grupos artesanales. Es así como la transmisión de saberes de sus “buenas prácticas” y la búsqueda de nuevas alternativas de desarrollo local son factores que permiten la sostenibilidad económica y social de las comunidades.

En esta metodología se resalta el trabajo realizado entre los grupos artesanales Estrella Einalii y Kaí siaan, ambos pertenecientes a la etnia Wayúu, ubicados en el municipio de Maicao, Guajira. Este proceso de encadenamiento socio-productivo se hizo a partir de talleres de sensibilización y mejoramiento de las técnicas, trabajo liderado por delegados del grupo Estrella Einalii. El objetivo fue afianzar los saberes tradicionales del oficio en tejeduría crochet, la técnica de paleteado, el desarrollo del cordón y los significados de los kaanas, simbología tradicional Wayúu.

Los delegados de Estrella Einalii realizaron talleres de “buenas prácticas” para sensibilizar y fortalecer la unión del grupo Kaí Siaan. Con esta metodología se reforzaron los procesos productivos y los valores de liderazgo dentro del grupo de artesanas, también se hizo un direccionamiento de las técnicas, esto con el objetivo de mejorar el proceso de tejeduría, y así lograr una óptima calidad en los productos.



# DESARROLLO HUMANO Y SOCIO ORGANIZATIVO

## MITÉS, MUJERES SIAPIDAARA

---

El grupo artesanal Mités tuvo una apropiación significativa de las capacitaciones durante la vigencia 2019. Desde el componente socio-organizativo, el grupo destacó su trabajo articulado al compartir en diferentes escenarios, desde conocimientos en dominio de materias primas, hasta historias y trayectorias de vida en espacios de tejido. Sobre esto se ha consolidado el trabajo colectivo.

Por medio de la apropiación que tiene cada integrante hacia el grupo, se asumieron roles y responsabilidades bajo acuerdos colectivos. A partir de su participación en el proyecto, en la vigencia 2019, se fortalecieron las formas y espacios de transmisión de saberes, en las que se organizaron técnicas y habilidades con la Paja Tetera y el Chocolatillo. Este trabajo colectivo se ha consolidado en la comunidad gracias al apoyo de Liliana Grueso, artesana gestora del grupo, quien destacó por ser una vocera que transmite asertivamente la información tanto a Mités como a las entidades con quienes se han construido vínculos. Por estas razones, se considera que ha sido un caso exitoso en el fortalecimiento socio-organizativo.



# DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS

## KANSUY, TEJIENDO SABIDURIA

Por medio de la exploración técnica y la combinación de materiales, el grupo de artesanos Kansuy generó propuestas que los diferencian en el mercado, esto sin alterar el producto base de su proceso productivo que es la mochila. A partir de un ejercicio creativo dirigido por la asesora en diseño que realizó un direccionamiento por medio de un lenguaje gráfico y formal, logrando así un valor diferencial.

La aplicación de simbología bordada sobre la mochila y el uso de la misma técnica bordada sobre la tela, permitió construir propuestas de producto que se caracterizan por su simplicidad en composición y por los efectos de textura plasmados en el producto.

Esta técnica permite generar una diversificación de producto que amplía la oferta del grupo, debido a que la combinación de estos dos elementos sumado a un trabajo de definición de paletas de color propias de los artesanos, hacen que el resultado en diseño se diferencie fuertemente de lo que los otros grupos Misak pueden ofrecer en el mercado artesanal.

**22 TALLERES REALIZADOS**

**2 LÍNEAS DE PRODUCTO**

**1 LÍNEA EMBLEMÁTICA**

**50% MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD**

**\$4.126.000 APOYO EN MATERIA PRIMA Y HERRAMIENTAS**



# COMERCIALIZACIÓN

## HAJSÚ, ETNOMODA

---

A nivel comercial son varios los resultados positivos alcanzados en el 2019 con el grupo artesanal Hajsú, las tejedoras pertenecientes a la etnia de los pastos, artesanas que rescatan el tejido ancestral en guanga con diseños de innovación y que están ubicadas en el municipio de Carlosama, Nariño. Es de resaltar el mejoramiento de los registros de inventarios, materias primas, registro contable y el registro de perfil empresarial en la plataforma de negocios y conexiones comerciales Connect Américas. Estos son aspectos que evidencian la comprensión del modelo de negocio por parte del grupo.

La ampliación de los medios de pago, el seguimiento de ventas, la consolidación de clientes potenciales y clientes fieles han sido un factor determinante en el desarrollo alcanzado a nivel de ventas, destacándose el fortalecimiento de las habilidades comerciales por parte de las artesanas que asistieron a cada uno de los eventos regionales.

La inclusión en modelos de pago como lo es el datafono y cuya gestión se realizó en el 2019, logró facilitar el desembolso por parte de los clientes de la marca por medio de tarjetas de crédito y débito, así como por medio del código QR, herramientas que facilitan el crecimiento en las ventas. El progreso en los estándares de atención por parte de las artesanas en las labores operativas y administrativas, acompañados de la habilidad de las integrantes del grupo para definir los precios de los productos, han sido un factor determinante en el crecimiento de Hajsú como marca.

---

**21% TASA DE CRECIMIENTO EN VENTAS**

**\$72.734.000 VENTAS TOTALES 2019**

---



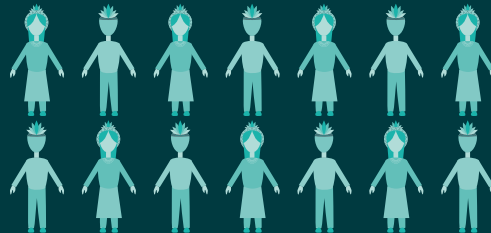
# COMUNICACIÓN, IMPACTO ARTESANAL EN REDES SOCIALES

ASOCIACIÓN  
**JAIPONO**  
Espíritu de la flor sagrada



El grupo artesanal Jaipono es el que ha logrado un crecimiento en sus redes sociales superando las expectativas del programa. Con más de 24 mil seguidores.

14 BENEFICIARIOS  
- EMBERA CHAMÍ -



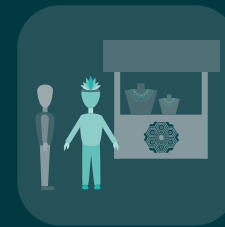
**APERTURA REDES SOCIALES**  
- Octubre 2014 -

@arte\_embera  
Asociación Jaipono

**25.594**  
SEGUIDORES

## » ADMINISTRACIÓN DEL CONTENIDO

Ponderado de likes según el contenido manejado en Instagram



EVENTO ARTESANAL

**887**



GRUPO ARTESANAL

**901**



ARTESANÍA PRODUCTO

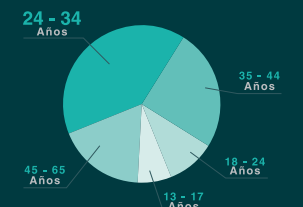
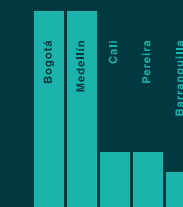
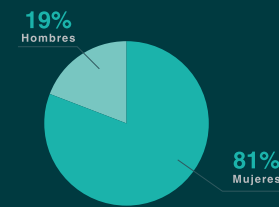
**527**

## » ESTADÍSTICAS DIGITALES

**\$17.160.000**  
- Ventas por -  
REDES SOCIALES

**\$135.191.326**  
- Total ventas -  
PRESENCIAL Y DIGITAL

PRODUCTO  
**BISUTERÍA  
CHAQUIRA**



\*Datos aproximados arrojados por las estadísticas de Instagram





**DISEÑO**  
colaborativo



## DISEÑO COLABORATIVO

---

El ejercicio de asociar a cuatro casas de moda y diseño a maestros artesanos para elaborar en conjunto prendas y piezas étnicas, se realiza como una apuesta de país para fortalecer a las comunidades artesanales y al sector de la moda en Colombia. Se busca que la relación entre el mundo de la moda y los maestros artesanos resulte provechosa para ambas partes, generando oportunidades comerciales en un sector comercial nuevo y dinámico para los grupos artesanales étnicos, evitando así actos de “apropiación cultural”, procesos de desigualdad comercial y principalmente con el fin de visibilizar un proceso metodológico que exalta la colaboración creativa que pone al artesano al nivel del diseñador desde un punto de vista creativo.

Durante este proceso el equipo interdisciplinar del programa acompañó metodológicamente estos encuentros creativos desde la parte de conceptualización y diseño de las propuestas, buscando garantizar la creación de lenguajes simbólicos, estéticos y formales que no fueran en contra de los valores culturales de las comunidades al igual que estuvieran al alcance técnico de cada uno de los procesos productivos que se vieron involucrados en el ejercicio.

El proceso se inició por medio de un workshop en la ciudad de Bogotá, donde se establecieron las parejas así:



# ESPIRAL MISAK & MANUELA PEÑA

Bajo una dinámica de Codiseño entre las diseñadoras Manuela Peña y la Asociación Espiral Misak en donde se exploró como punto de partida la relación entre el pueblo Misak y el agua, se elaboraron unos paños y unos apliques en telar con hilo orlón combinados con chaquira, donde se exaltaron algunos elementos simbólicos de la etnia Misak, los cuales trabajados y patronados por la diseñadora lograron generar unas propuestas que sobresalen por su elegancia y sobriedad.



# DORIS JAJOY & VALERIO

El desarrollo creativo de la colaboración entre Valerio y Doris Jajoy, tuvo como punto de inspiración el colibrí. Esta ave identifica a ambas marcas en sus identidades gráficas por lo cual el ejercicio creativo se basó en la exploración de elementos gráficos y formales que les permitiera construir una identidad en la colaboración en torno a este elemento conector. A partir del tejido en guanga para la elaboración de chumbes y el tejido en telar para la creación de paño se consolidó una propuesta en donde el patronaje de la diseñadora resaltó aspectos formales en sus prendas que evocan el colibrí a partir de los chumbes y tejidos de la artesana.



## HAYSÚ & MAZ

El ejercicio creativo de estas dos marcas se basó en la construcción conjunta de un lenguaje gráfico que no implicara simbología tradicional de la comunidad, sino que por el contrario fuese completamente nuevo y que respondiera a la interpretación de ambas marcas sobre su visión del cosmos y las constelaciones, al igual que de la femineidad contemporánea. Una vez este lenguaje gráfico formulado se pasó al desarrollo de propuestas en donde se exalta el manejo técnico en el tejido de guanga de la comunidad y las habilidades de patronaje y configuración de producto de la diseñadora.



# WAJAPÚ & WONDER FOR PEOPLE

La creación de la colección Wakua entre Wonder for People y el grupo Wajapú de la etnia Wayúu se originó entorno a la exploración de la yonna como referente y elemento de identidad de la etnia Wayúu. La marca buscó entender este baile ritual como punto de inspiración para construir en colaboración con las artesanas un lenguaje gráfico que evocará el universo que enmarca este baile. Por otro se buscó exaltar el trabajo de tapizado en pellón de la comunidad en prendas icónicas de la marca como lo son las sandalias características de Wonder for People. El proceso de producción pasó por varias exploraciones de materiales y el desarrollo de una serie de prototipos que se convirtieron en un reto productivo para la comunidad que se logró sacar adelante de manera exitosa.





*“En nuestra comunidad el buen vivir comienza en el fogón; en donde alrededor del fuego, nuestros padres nos dan consejos, y nosotros a nuestros hijos, transmitiendo saberes. El buen vivir comienza en el fogón del hogar”.*

Alba Jeny Calambas







# CRÉDITOS DE IMAGEN

---

## Portada y contraportada

Okaina / Amazonas  
Por Andrés Martínez

## Fotografía de producto (pág 14 - 94)

Iván Ortiz / Fotógrafo

## Desarrollo humano y socio organizativo (pág 98)

Banco de imágenes de los viajes a territorio tomadas por los profesionales del componente de Desarrollo humano y socio organizativo.

## Diseño y desarrollo de productos (pág 100)

Banco de imágenes de los viajes a territorio tomadas por los profesionales del componente de Diseño y desarrollo de productos.

## Comercialización (pág 102)

Banco de imágenes de los viajes a territorio tomadas por los profesionales del componente Comercial.

## Comunicación (pág 104)

Banco de imágenes de los viajes a territorio tomadas por los profesionales del componente de Comunicación.

## Componentes transversales (pág 106)

Okaina / Amazonas  
Por Andrés Martínez

## Fases del programa (pág 110)

Mités / Bogotá  
Por Viviana Hernández

## Encuentros nacionales y regionales (pág 114)

Estrella Einallí / La Guajira  
Por Andrés Martínez

## Expoartesanías (pág 122)

Todos los artesanos participantes / Bogotá  
Por María Victoria Medina

## Galería (pág 125 - 126)

Exhibición de productos emblemáticos  
Por Andrés Martínez

## Encuentro de saberes (pág 128)

Por Viviana Hernández

## Rueda de negocios (pág 129)

Por Andrés Martínez

## Casos de éxito (pág 130)

Wuajapú / La Guajira  
Por Andrés Martínez

## Gestión y articulación (pág 132)

La Guajira  
Banco de imágenes del programa

## Desarrollo humano y socio organizativo (pág 133)

Mités / Bogotá  
Por Viviana Hernández

## Diseño y desarrollo de productos (pág 134)

Nombre indígena / Okaina / Amazonas  
Por Iván Ortiz

## Comercialización (pág 135)

Hajsú / Nariño  
Por Viviana Hernández

## Diseño colaborativo (pág 137)

Hajsú / Nariño  
Por Viviana Hernández

## Espiral Misak & Manuela Peña (pág 140)

Espiral Misak / Cauca  
Por Andrés Martínez

## Doris Jajoy & Valerio (pág 141)

Doris Jajoy / Nariño  
Por Andrés Martínez

## Hajsú & Maz (pág 142)

Hajsú / Nariño  
Por Andrés Martínez

## Wajapú & Wonder For People (pág 143)

Wajapú / La Guajira  
Por Andrés Martínez

## Créditos de imagen (pág 145)

Wajapú / La Guajira  
Por Andrés Martínez

## Cierre (pág 9)

Okaina / Amazonas  
Por Andrés Martínez

