



PROYECTO
“FORTALECIMIENTO ARTESANAL PARA ANTIOQUIA”

Laboratorio de diseño e innovación Unidad Antioquia 2020
Informe final de resultados

Ricardo Andrés De los Rios Arellano
Contratista

Enlace Regional Antioquia
Artesanías de Colombia

Artesanías de Colombia S. A
Medellín, diciembre de 2020



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "http://www.artesantiasdecolombia.com.co" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co"
artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





CRÉDITOS INSTITUCIONALES

ARTESANÍAS DE COLOMBIA

Ana María Frías Martínez

Gerente General

Jimena Puyo

Subgerente de desarrollo y fortalecimiento del sector artesanal

Ángela Merchán Correa

Articuladora para el eje cafetero /supervisora

Ricardo Andrés De los Rios Arellano

Enlace para Antioquia

EQUIPO DE TRABAJO

Laboratorio de diseño e innovación Unidad Antioquia

Contratista D.I Ricardo Andrés De los Rios Arellano

Contratista D.I Herney Villota

SECRETARIA DE DESARROLLO ECONÓMICO DEL MUNICIPIO DE EL RETIRO

David Castañeda

Secretario de desarrollo económico y competitivo

Oswaldo Ramírez

Técnico de la dirección de ejecución de Oopp

Sonia Flórez

Enlace de la alcaldía para grupo artesanal del municipio

Kelly Correa

Presidenta de Asopepe

Ubainer Acero

Contratista líder del proyecto

GIRONES S.A.

Diana Ballesteros

Gerente General

INSTITUTO UNIVERSITARIO LA COLEGIATURA

Carlos Granobles

Director del programa de Diseño Gráfico

Monica Laverde



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "http://www.artesantiasdecolombia.com.co" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co"
artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





Director del programa de Modas

Soraya Gallego

Director del programa de Espacios

UNIVERSIDAD DE SANBUENAVENTURA

Oscar Murillo

Director programa de Diseño industrial



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "http://www.artesantiasdecolombia.com.co" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co"
artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





GLOSARIO

Calceta de Plátano: Fibra natural que se desprende del tronco de la planta del plátano y que se utiliza en diferentes técnicas artesanales como materia prima, después de realizar un proceso de secado y curado.

Bitácora de Diseño: Documento donde se registran las actividades ejecutadas con las comunidades o productores artesanales, realizando una descripción textual y gráfica de los procesos.

Vitrinismo: son todas las técnicas y estrategias que se aplican a una vitrina o escaparate para que atrape a los consumidores que circulan cerca de la tienda, su objetivo es incitar e invitar a la compra de los productos.





TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1. CONTEXTO SOCIECONÓMICO E INSTITUCIONAL DEL PROYECTO

- 1.1 ANTECEDENTES
- 1.2 LABORATORIO DE DISEÑO E INNOVACIÓN DE ANTIOQUIA
- 1.3 POLÍTICAS DE DESARROLLO
- 1.4 METODOLOGÍA
 - 1.4.1 Componente de Desarrollo Humano
 - 1.4.2 Componente de producción
 - 1.4.3 Componente de diseño participativo
 - 1.4.4 Component de Comercialización

2 DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA

- 2.1 CONTEXTO SOCIO GEOGRÁFICO
- 2.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA A NIVEL NACIONAL
- 2.3 RESULTADOS GENERALES EN EL DEPTO DE ANTIOQUIA
- 2.4 GESTIONES CON ENTES DEL NIVEL PÚBLICO Y PRIVADO PARA COFINANCIACIÓN DE PROYECTOS
 - 2.4.1 Alianzas
 - 2.4.2 Alianzas Estratégicas
 - 2.4.3 Apoyo a Otros Proyectos
 - 2.4.4 Proyectos Planteados





- 2.5 DIAGNÓSTICO ARTESANAL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA
- 2.6 ATENCIÓN DE ARTESANÍAS DE COLOMBIA EN EL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA.

- 2.7 ACTIVIDADES ADICIONALES EN EL DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA
 - 2.7.1 Diseño y desarrollo de colección para Expo Artesanías 2020
 - 2.7.2 Encuentros Regionales
 - 2.7.3 Programa Nacional De Joyería
 - 2.7.4 Apoyo Diferentes Convocatorias A Nivel Nacional
 - 2.7.5 Reconocimiento A Maestros Artesanos Para Trasmisión De Saberes

3 MUNICIPIOS ATENDIDOS

- 3.1 COMPONENTE DE DESARROLLO HUMANO
 - 3.1.1 Análisis cuantitativo Convocatoria de Laboratorios de Innovación y Diseño 2020.
 - 3.1.2 Diagnóstico y análisis necesidades en el marco de la pandemia del COVID19
 - 3.1.3 Construcción de informes de antecedentes
 - 3.1.4 Levantamiento de línea base.
 - 3.1.5 Otras Actividades
- 3.2 COMPONENTE DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN
 - 3.2.1 Carmen de Viboral
 - 3.2.2 El Retiro
 - 3.2.3 Sonsón (La Danta)
 - 3.2.4 Medellín
 - 3.2.8 Jericó
- 3.3 PROPIEDAD INTELECTUAL
- 3.4 COMPONENTE COMERCIAL





4 EVENTOS FERIALES

4.1 SEMANA DE LA JOYERÍA

4.2 FERIA EXPOARTESANO

4.3 EXPOARTESANIAS 2020

4.4 LA TROJA

4.5 MARKET PLACE 2020

5 CONCLUSIONES

6 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

7 RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS.





RESUMEN

El presente informe se realiza para dar cumplimiento al contrato No ADC-2020-038, el cual tenía como objeto “Adelantar las acciones de gestión territorial y acompañar a las comunidades artesanales en el marco de los Laboratorios de Innovación y Diseño de Artesanías de Colombia, de acuerdo con el direccionamiento del equipo estratégico de la Subgerencia de desarrollo y Fortalecimiento del sector artesanal 2020.”

Este documento contiene las acciones realizadas para el fortalecimiento del sector artesanal en la región de Antioquia como Enlace.

En este documento se encontrarán las diferentes gestiones realizadas para la consecución de recursos técnicos o en efectivo para complementar las acciones contractuales adquiridas con Artesanías de Colombia, además de los resultados de los diferentes componentes desarrollados por los equipos de trabajo, tales como diseño, comercial y Desarrollo Humano.

Para el año 2020 se realizó una convocatoria en los municipios priorizados con el fin de conocer desde un principio los beneficiarios a ser atendidos.

En Antioquia se registraron 249 líderes artesanos que representaban a 1255 artesanos de 29 municipios, priorizándose los de Medellín, Envigado, El Retiro, El Carmen de Viboral, Sonsón, Jardín y Jericó por el tema de recursos y tiempos de ejecución

El año 2020, fue un año atípico para la realización de las actividades proyectadas, ya que, a consecuencia de la emergencia sanitaria presentada en el mes de febrero y marzo, la forma de llegarles a nuestras comunidades cambió a hacerse todo de manera virtual, implementado talleres, asesorías, y diversas actividades todas de manera virtual.

La estrategia que se tomó desde Artesanías de Colombia se denominó #Artesanoestamoscontigo, cuyo objetivo fue la elaboración de contenido de manera digital y la de evaluar las diferentes acciones que se deberían hacer con el fin de poder llegar con todos los servicios de la entidad a todos los artesanos registrados.





INTRODUCCIÓN

1. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO E INSTITUCIONAL DEL PROYECTO

1.1 Antecedentes

Artesanías de Colombia ha fortalecido el sector artesanal del departamento en los siguientes temas: diseño, desarrollo humano, desarrollo de producto y comercialización en eventos feriales, logrando avanzar en el posicionamiento en mercados locales, regionales y nacionales, beneficiando a asociaciones y agremiaciones en temas relacionados con el desarrollo empresarial y el desarrollo social. Lo anterior con el fin de incrementar la competitividad del sector artesanal en Antioquia.

El departamento de Antioquia constituye un centro destacado de creación y desarrollo de artesanías, con una gran variedad de oficios y técnicas como las maderas, cueros, tejeduría, metales, cerámicas, alfarería, entre otros. Son muchos los municipios con tradición artesanal en el departamento: Jericó es conocido mundialmente por sus carrieles fabricados en cuero; Carmen de Viboral por las losas en cerámica; la región del Urabá por sus productos en calceta de plátano; y Santafé de Antioquia por sus productos realizados en la técnica de filigrana con un sello inconfundible. Además, la presencia de comunidades indígenas, reconocidas por su calidad y acervo cultural, constituyen un valor agregado adicional para el reconocimiento de un departamento caracterizado por el ejercicio del oficio artesanal en gran parte del territorio.

Artesanías de Colombia ha venido trabajando desde varias décadas con las distintas comunidades y grupos artesanales de Antioquia en varias áreas como la investigación de diseño y antropología, capacitaciones en oficios y técnicas, mejoramiento tecnológico, asesorías y asistencias técnicas en diseño, apoyo para la participación en ferias, asesoría en aplicación de derechos propiedad intelectual, asistencia en manejo ambiental de recursos, entre otros. Esta acción estatal ha sido secundada por entidades públicas y privadas como Gobernación de Antioquia, las Alcaldías municipales y ONG. Algunos de los proyectos implementados mediante alianzas estratégicas entre Artesanías de Colombia y entidades del orden local y departamental del departamento de Antioquia son los siguientes:



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "<http://www.artesantiasdecolombia.com.co>" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "<mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co>"
artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





AÑO	PROYECTO
2003	Programa nacional de joyería, convenio inter institucional Minercol Ltda. En Medellín, Caldas, Segovia, El Bagre, Santa Fe de Antioquia y La estrella.
2003	Análisis de la oferta exportable de muebles en el municipio del Retiro
2005	Fortalecimiento de la actividad artesanal y las artes manuales en Jardín.
2006	Mejoramiento del producto artesanal para el fortalecimiento de la técnica artesanal y el buen uso y manejo de las materias primas en Arboletes.
2006	Asesoría puntual para el mejoramiento de asociación los productos artesanales, asociación mujeres espirales transformadoras en Rionegro
2006	Taller de capacitación en sistemas y broches para artesanos joyeros en Medellín
2008	Proyecto de fortalecimiento de la actividad artesanal familias guardabosques en el Bagre y Zaragoza.
2009	Política de turismo y artesanías: Iniciativas conjuntas para el impulso y la promoción del patrimonio artesanal y el turismo colombiano en El Retiro, Carmen de Viboral, Santa Fe de Antioquia
2011	Fomento a la producción artesanal sostenible en tejeduría de fique en el municipio de Concepción, departamento de Antioquia en santuario
2011	Proyecto sensibilización en derechos de Propiedad Intelectual y asociatividad a industrias creativas artesanales en San Vicente
2011	Implementación de los derechos de propiedad intelectual de las artesanías emblemáticas de Colombia. Fase III – IV, en El Carmen de Viboral – Chigorodó, Urabá, Santa fe de Antioquia, Jericó
2012 2013	Fortalecimiento y desarrollo de procesos de fomento y fortalecimiento de las organizaciones solidarias en el sector Artesanal de Colombia en: San Vicente, El Carmen de Viboral
2013	Organizaciones artesanales: segregado por departamentos en los municipios de Apartado, Medellín, Cauca, El Bagre, Segovia, Frontino, Turbo y Santa fe de Antioquia
2013	Informe de resultados programa mejoramiento de la competitividad del sector artesano de la población desplazada y vulnerable del país (APD), en los municipios de Apartadó, Chigorodó, Turbo, comunidad Emberá Katios, chamies y Dobida
2015	Capacitación a los artesanos de la ciudad de Medellín para Expoartesano
2016	Fortalecimiento del sector artesanal en 5 municipios de Antioquia en los municipios de: Jardín, El Retiro, Santa Fe de Antioquia, Jericó, Carmen de Viboral





2017	2017 Fortalecimiento del sector artesanal en 15 municipios de Antioquia en los municipios de: Jardín, El Retiro, Santa Fe de Antioquia, Jericó, Carmen de Viboral, Sonsón, Frontino, Dabeiba, Mutatá, Apartado, Turbo Necoclí, Arboletes, Cauca y Cáceres.
2018	Fortalecimiento del sector artesanal en 6 municipios de Antioquia, bajo recurso propio de Artesanías de Colombia; se atendieron los municipios de Necolci, Turbo, Sonsón, El Retiro, Carmen de Viboral y Jericó.
2019	Fortalecer la actividad artesanal y los oficios artesanales en 9 municipios del departamento de Antioquia a través de asistencia técnica en los componentes de producción, diseño y comercialización. El Retiro, Carmen de Viboral, Envigado, Sonsón, Jericó, Caramanta, San Juan de Urabá, Dabeiba y Frontino estos tres últimos son comunidades indígenas; para el municipio de San Juan de Urabá son comunidad Zenu y para Dabeiba y Frontino son comunidad Embera.
2019	Conocer el estado de al menos 345 beneficiarios, participantes en el Mercado Artesanal de Sanalejo, caracterizándolos socio demográficamente y productivamente; comprendiendo la calidad de sus procesos, los cuales definen su tipología, con el fin de obtener directrices para su futuro fortalecimiento.

1.2 Laboratorio de Diseño e Innovación de Antioquia

Artesanías de Colombia puso en funcionamiento el Laboratorio de Innovación y Diseño de Antioquia en el segundo semestre del 2015. Cuando comenzó a operar el Laboratorio, la información del sector artesanal se encontraba fragmentada y era insuficiente, por lo que en la primera fase del proceso se inició el levantamiento de la línea de base y caracterización sociodemográfica, socioeconómica y sociocultural de los diferentes actores de la cadena de valor de la actividad artesanal. Así mismo, se levantó información sobre el uso y aprovechamiento de las materias primas, oficios y técnicas empleadas y la forma como se organizan los artesanos para enfrentar los desafíos del mercado local.

Por otro lado, Artesanías de Colombia y la Gobernación de Antioquia firmaron un Convenio marco en 2016- 2019, con el fin de establecer un marco de trabajo articulado y permanente entre ambas entidades.

El Gobierno Nacional ha planteado una serie de acciones, estrategias y políticas con el ánimo de generar un ambiente que propicie el incremento de la competitividad y la productividad de los sectores productivos del país, dentro de los cuales se encuentra el sector artesanal.

En el marco de la **Agenda Nacional de Competitividad e Innovación 2014 – 2018**, se elaboró el documento sectorial para la Cadena de valor del Sector Artesano, con el siguiente objetivo: “...para el año 2020 el sector artesano colombiano será reconocido como un sector





productivo económicamente consolidado, con alta participación en el mercado y con productos posicionados a nivel nacional e internacional, contribuyendo en la generación de ocupación, empleo y bienestar para la comunidad”.

Por su parte, en el Plan de Acción de Artesanías de Colombia para el año 2020, se planteó el proyecto **Fortalecimiento de la actividad artesanal, una alternativa de desarrollo económico local, regional y nacional 2019-2023**, con el objeto fortalecer y promover la actividad artesanal como una alternativa de desarrollo económico y cultural en el ámbito local y regional en el país, mediante el incremento de la competitividad y la productividad de las unidades productivas artesanales; la integración en los procesos de desarrollo económico local y la visibilización de los valores culturales, sociales y territoriales asociados a la actividad artesanal.

El proyecto contempla dentro de sus actividades: (1) "Poner en marcha los Laboratorios de Diseño e Innovación para el desarrollo de la actividad artesanal en todo el país". (2) "Cofinanciar proyectos con enfoque de innovación social, innovación tecnológica e innovación local", (3) "Cofinanciar proyectos regionales con énfasis en emprendimientos culturales" y (4) "Cofinanciar proyectos a las organizaciones artesanales y fundaciones idóneas en el desarrollo de la actividad artesanal", todo esto, con el ánimo de fortalecer el desarrollo económico local de los municipios con diferentes escalas de vocación artesanal del país.

Estas actividades están encaminadas a dar respuesta a las bases que se tienen proyectadas en el Plan Nacional de Desarrollo, relacionadas con el capítulo: "Colombia naranja: desarrollo del emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica para la creación de las nuevas industrias" donde se tiene como objetivo No. 3 "Potencializar el aprovechamiento de la oferta estatal para el desarrollo de industrias creativas" y se señala que: "Artesanías de Colombia fortalecerá los laboratorios de diseño e innovación en las regiones con vocación artesanal, para apalancar la generación de valor agregado en los productos artesanales a partir del diseño y la innovación. Así mismo, generará acciones de articulación entre el sector artesanal y las demás actividades pertenecientes a la economía naranja."

Ahora bien, el sector artesanal colombiano, caracterizado por la belleza de sus productos y el creciente interés de compradores nacionales e internacionales, mantiene bajos niveles de productividad y calidad que no le permiten responder adecuadamente a los volúmenes y estándares que demandan los mercados nacional e internacional. Además, los productos artesanales colombianos compiten con productos semi-industriales con carácter artesanal provenientes de países de oriente o países vecinos los cuales se ofrecen a precios más competitivos. De esta manera, el sector artesanal debe incrementar sus niveles de





productividad y adoptar buenas prácticas en todos los eslabones de la cadena de valor que le permitan cumplir los estándares de calidad, precio y volumen de los mercados.

En este mismo sentido, el departamento de Antioquia se enfoca hacia el desarrollo directo de los ciudadanos a través del fortalecimiento empresarial y comercial del sector artesanal, para lograr una mayor competitividad en los mercados, apuesta coherente con la propuesta de atención integral con el ánimo de fortalecer toda la cadena de valor del sector artesanal de modo que deje de concebirse como una fuente de ingresos para la subsistencia y se asuma como una fuente de ingresos importante que genere cada vez mayor bienestar.

1.3 Políticas de Desarrollo

En el marco de la actual política nacional de economía naranja, que hace referencia a los derechos de protección de los bienes y servicios centrados en los saberes nacionales, los valores culturales, sus derechos y la creatividad de un país, la actividad artesanal cobra importancia en contexto nacional e internacional. Es importante entender que en la actividad artesanal, industria cultural y creativa, se pueden identificar tres aspectos claves. El primero, es la importancia de la actividad dentro de la economía de las naciones, sobre todo en los países más pobres. Organizaciones multilaterales tales como UNESCO (1989, 2000, 2007), la Organización Mundial de Comercio (1997, 2001) y la Organización Internacional del Trabajo (2003, 2008) muestran la importancia de la actividad artesanal dentro de las economías locales y recalcan la forma como se incorporan a los mercados bajo esquemas particulares de producción y organización social.

Para estas organizaciones multilaterales, la actividad artesanal es parte fundamental de la economía local y contiene características particulares en sus formas domésticas de producción, capaces de enfrentar los mercados a través de un actor denominado artesano, quien es el individuo que articula los diferentes factores de la actividad y es el enlace principal entre los valores culturales de un contexto local y las oportunidades globales. El segundo aspecto se relaciona con la importancia de la actividad artesanal dentro del patrimonio cultural de los pueblos. Por ejemplo, la UNESCO (2005) considera que la actividad artesanal representa la riqueza del patrimonio material e inmaterial de los pueblos. Según esta organización, las artesanías son objetos elaborados a mano con elementos y características de la identidad de una región o país en las que se puede reconocer un trabajo de producción doméstica que relacionan elementos tradicionales tales como el oficio artesanal, las materias primas naturales locales y la expresión artística de un pueblo. Por estas características, los procesos de fortalecimiento de la actividad artesanal deben tener especial cuidado, pues es una actividad que hace parte de un conglomerado social y cultural heterogéneo, en la que se deben reconocer los elementos particulares de identidad para





plantear su desarrollo. El tercer aspecto enfatiza en los marcos legislativos que rigen la actividad artesanal en países de América Latina y el Caribe.

Una revisión sobre el marco legislativo, nos permite entender la importancia de la actividad artesanal dentro de los contextos nacionales, de la región. Por ejemplo, Colombia fue una de las primeras naciones en elaborar una Ley del Artesano en la que define la artesanía como una actividad creativa y permanente de producción de objetos, realizada con predominio manual y auxiliada en algunos casos con maquinarias simples obteniendo un resultado final individualizado, determinado por los patrones culturales, el medio ambiente y su desarrollo histórico, sin embargo, la actividad artesanal en el país ha tenido nueva dinámica lo que exige una revisión y actualización de dicha ley, pues muchos de sus articulados han sido derogados por el Congreso Nacional.

Entretanto, en Ecuador, la ley el 26 de mayo de 1986 reconoce tres tipos de artesanos: el artesano maestro quien domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, el artesano autónomo que realiza su arte u oficio, con o sin inversión alguna de implementos de trabajo y las asociaciones, gremios, cooperativas y uniones de artesanos, que conforman unidades económicas diferentes de la individualidad y se encuentren legalmente reconocidas. En Perú, la ley N° 29073 define que el artesano es la persona que se dedica a la elaboración de objetos que reúnan ciertas características y que desarrolle una o más de las actividades señaladas en el Clasificador Nacional de Líneas Artesanales.

En México, la Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal señala que el artesano es una persona con habilidades naturales o dominio técnico de un oficio que tiene capacidades innatas o conocimientos prácticos o teóricos para elaborar bienes u objetos de artesanía. Entretanto en Guatemala, la Comisión de Pequeña y Mediana Empresa, definió en el 2008 que un artesano es la persona que pertenece a algún pueblo o comunidad y que a través de su capacidad creativa y técnica tradicional produce bienes diversos de carácter utilitario o decorativo.

Es por esto, que, dentro del marco legislativo de algunos países, el artesano es un actor local productivo que incide en la economía local mediante su saber particular y que incorpora un conocimiento tradicional asociado a los símbolos, a la estética local y al arraigo cultural a un conocimiento técnico sobre materias primas naturales y tecnologías apropiadas. El artesano es un puente que opera dentro del contexto local y en él se integran relaciones domésticas, trabajo productivo, tradiciones y valores simbólicos entre otros componentes, es por esto que planteamos un análisis bajo un enfoque sistémico, pues es pertinente identificar, diferenciar y entender los diferentes elementos y relaciones que se incorporan a la actividad artesanal.





De acuerdo con lo anterior, se vislumbra que en el marco conceptual que postula la economía naranja, definida como “el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual, la actividad artesanal hace parte de los sectores que pueden impulsar de manera sistemática la economía naranja de muchas naciones en vías de desarrollo.

En Colombia, el fortalecimiento de la actividad artesanal ha permitido visibilizar una práctica real de la economía naranja. Por ejemplo en el últimos 4 años, entidades como Artesanías de Colombia, han visibilizado más de 27.545 artesanos en 29 departamentos del país, de los cuales en la vigencia 2018 fueron beneficiarios de capacitaciones y asistencias técnicas sobre identificación y potenciación de capacidades humanas y sociales, desarrollo de productos acordes a las necesidades de diferentes mercados, mejoramiento de la calidad en la producción e incremento de oportunidades comerciales en contextos locales, nacionales e internacionales, más de 10.468 beneficiarios.

Estas acciones han permitido destacar el énfasis socioeconómico de la actividad artesanal, el valor dentro del patrimonio cultural de las regiones y del país. Por ejemplo, en el 2018, esta entidad, a través de los Laboratorios de Innovación y Diseño (estrategia implementada en 33 Departamentos), hizo una inversión de 9.828 Millones¹ de pesos logrando apalancar 4.106 millones adicionales para el desarrollo y ejecución de proyectos regionales con énfasis en la calidad, la competitividad y la visibilización de los componentes culturales asociados a esta actividad económica local.

Estos avances demuestran la importancia de los diferentes actores locales en las economías basadas en el saber colectivo y cultural de las comunidades, es decir que en la actividad artesanal la creatividad, la cultura, los conocimientos y saberes locales colectivos son aquellos “valores naranjas”, que se destacan en la cadena de valor productiva y competitiva, sin olvidar la importancia del uso sostenible de materias primas y la comercialización en contexto locales, regionales, nacionales e internacionales, siendo estos dos de los más importantes eslabones de dicha cadena. De esta manera, en el marco de la economía naranja, se destaca que, para el fortalecimiento de la actividad artesanal, de una parte, se deben identificar las particularidades en su forma de organización social y productiva y de otra parte, se deben potenciar las relaciones que establecen las comunidades con vocación artesanal en lo local para extenderlas al mercado.

Por su parte, el actual Gobierno Nacional ha planteado una serie de acciones, estrategias y políticas con el ánimo de generar un ambiente que propicie el emprendimiento, la

¹ Recursos asignados por la Nación en la vigencia 2017





productividad, una economía dinámica, incluyente y sostenible, de tal forma que los emprendimientos en el marco de una economía naranja, contribuyan al crecimiento, el desarrollo de nuevos productos y procesos y la creación de mercados y competencia dentro de los existentes. En el capítulo: “Pacto por la identidad y la creatividad: desarrollo de la economía naranja y protección y promoción de nuestra cultura” del actual Plan Nacional de Desarrollo, plantea que la economía naranja contribuirá a enfrentar los desafíos productivos y de empleo del país, aprovechando el potencial del bono demográfico. En este sentido, la creatividad y el diseño, en un marco de innovación son factores claves en el fortalecimiento de las cadenas de valor de varios sectores productivos.

Por esta razón para potencializar el aprovechamiento de la oferta estatal para el desarrollo de industrias creativas, el Gobierno Nacional ha dictaminado el fortalecimiento de los Laboratorios de Innovación y Diseño de Artesanías de Colombia en las regiones con vocación artesanal, para apalancar la generación de valor agregado en los productos artesanales a partir de la Innovación y el Diseño. Así mismo, deberá generar acciones de articulación entre el sector artesanal y las demás actividades pertenecientes a la economía naranja con el fin de escalar una nueva fase de desarrollo, a partir de las capacidades locales existentes en las comunidades artesanales del país.

En este mismo sentido, en el marco de la Agenda Nacional de Competitividad e Innovación 2014 – 2018, se elaboró el documento sectorial para la Cadena de valor del Sector Artesanal, con el objetivo de que en el 2019, la actividad artesanal sea reconocida como un sector productivo económicamente consolidado, con alta participación en el mercado y con productos posicionados tanto a nivel nacional como internacional, contribuyendo en la generación de ocupación, empleo y bienestar para la comunidad”, por lo tanto, los proyectos que adelante Artesanías de Colombia en el marco de las alianzas institucionales, deberán dar respuesta efectiva, a través de asistencias técnicas y capacitaciones y además, debe consolidar indicadores de impacto positivo que evidencien la importancia de la actividad artesanal como “detonante” de procesos de desarrollo económico local sobre todo en comunidades con significativa vocación artesanal en el país.

Esta es una tarea continua de Artesanías de Colombia pues a pesar de que la artesanía nacional se caracteriza por el alto contenido estético y funcional, lo que es atractivo para los mercados nacionales e internacionales, en algunas comunidades aun no se han logrado los mejores niveles de productividad y calidad que le permitan responder adecuadamente a los volúmenes y estándares que demandan los mercados nacionales e internacionales.

Por su parte en el Plan Estratégico Sectorial, liderado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Artesanías de Colombia estableció diez objetivos estratégicos, para dar





respuesta a la misión institucional, al actual Plan de Nacional de Desarrollo: “Pacto por Colombia. Pacto por la equidad.2018-2022.”. Los diez objetivos son:

1. Contribuir a la facilitación del comercio de artesanías.
2. Fortalecer el empoderamiento de los artesanos y potenciar sus competencias y capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional.
3. Contribuir al aumento de los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías y la creación de oportunidades comerciales.
4. Rescatar, preservar, proteger y promocionar el valor del patrimonio cultural artesanal.
5. Fortalecer el posicionamiento de la entidad frente a sus grupos de interés.
6. Actualizar y alinear las prácticas del buen gobierno corporativo al modelo de gestión de la entidad.
7. Gestionar el talento humano de acuerdo con las prioridades estratégicas de la entidad.
8. Apalancar y movilizar recursos de inversión a nivel nacional e internacional por medio de la consolidación de alianzas estratégicas.
9. Administrar y gestionar los recursos financieros de manera eficiente para garantizar la sostenibilidad del modelo de operación de la entidad.
10. Implementar estrategias para generar ingresos que contribuyan a la sostenibilidad de la operación de artesanías de Colombia.
10. Promover el manejo adecuado de los recursos naturales, materias primas para contribuir a la sostenibilidad ambiental y preservación de los oficios en las comunidades artesanas.

De los diez objetivos estratégicos, la Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal, que lidera uno de los ejes misionales más relevantes de la entidad, tiene por encargo generar acciones que contribuyan a la facilitación del comercio de artesanías, fortalezca el empoderamiento de los artesanos, potenciar sus competencias, capacidades técnicas y productivas a nivel local, regional y nacional, aumentar los ingresos de los artesanos a través de la promoción de las artesanías, crear oportunidades comerciales, apalancar movilizar recursos de inversión a nivel nacional e internacional por medio de la consolidación de alianzas estratégicas y promover el manejo adecuado de los recursos naturales y materias primas para la sostenibilidad ambiental y preservación de los oficios en las comunidades artesanas.

Para generar acciones que den respuesta a los objetivos estratégicos, los proyectos regionales se enmarcan en los proyectos de inversión de la entidad. De estos proyectos se destacan los que están a cargo de la Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal y que tiene por objetivos: “Mejorar las capacidades de la población artesana víctima y vulnerable del país para su inclusión productiva”, “Promover el reconocimiento y fortalecimiento de las tradiciones culturales vinculadas a la actividad artesanal de las comunidades y/o grupos étnicos” y “Fortalecer y promover la participación de la actividad





artesanal, como una alternativa, en el desarrollo económico y cultural local y regional del país”.

Cada uno de estos objetivos es asumido por un programa específico que vela por la oferta de servicios institucionales de acuerdo con el segmento de población artesana priorizada. Es así como el programa de atención a población víctima y desplazada, el de fortalecimiento productivo y empresarial para los pueblos indígenas y comunidades negras, afrodescendientes, raizales y palenqueras –NARP en Colombia y los laboratorios de innovación y diseño integran todas las acciones de la entidad en las regiones, para el fortalecimiento de la actividad artesanal.

Adicionalmente, la entidad tiene programas especiales de atención a comunidades artesanales que ayudan a dicho fortalecimiento con diferentes frentes de trabajo. Estos programas especiales son: Programa Nacional de moda y joyería, Sello de Calidad Hecho a Mano, Diseño Colombia, Medalla a la maestría artesanal, Programa Nacional de materias primas, Programa de Formación y cursos cortos, Programa nacional de Asesorías Puntuales y Propiedad Intelectual.

Teniendo en cuenta los anteriores elementos, los proyectos y servicios que prestan los Laboratorios de Innovación y Diseño se concentran en la asistencia técnica y asesorías para el desarrollo de emprendimientos artesanales con calidad y productividad. En este sentido, los Laboratorios de Innovación y Diseño (LID's) propenden a gestionar alianzas para la cofinanciación de proyectos y prestar servicios de asistencia técnica, capacitación y formación, así como también, por consolidar el sistema de información y comunicación de sus acciones y resultados.

Por último, los proyectos regionales también deben enfatizar actividades con un enfoque de innovación social, innovación tecnológica e innovación local, el fortalecimiento de comunidades artesanales en temas de propiedad intelectual, signos distintivos, sellos de calidad, educación financiera, mejoramiento tecnológico y uso sostenible de materias primas, apoyar a las organizaciones artesanales y fomentar los emprendimientos culturales.

Dando una mirada al plan de desarrollo del Departamento de Antioquia 2020-2023 “Unidos es posible” en su línea estratégica 4 “Desarrollo económico y turismo de Naturaleza”, se habla que con elementos de diagnóstico y de política en concordancia con las recomendaciones de la OCDE; en particular, las elaboradas por los informes económicos, así como por el informe de transformación productiva publicado recientemente.

Lo primero para destacar es el reconocimiento que hace el Plan de Desarrollo de Antioquia la innovación tecnológica como determinante de la competitividad y el crecimiento





económico del departamento. Para desarrollar lo anterior, establece la actualización del Plan de Competitividad del Departamento, que constituirá una herramienta útil para implementar las políticas adecuadas.

Cabe anotar también que el programa de fortalecimiento de la dinámica empresarial subregional busca desarrollar herramientas para promover la innovación empresarial desde la tecnología, la integración regional y las cadenas de valor.

En materia de emprendimiento, es importante mencionar los programas contemplados en el Plan -en sus lineamientos estratégicos 3 y 4- para el fortalecimiento del mismo en el sector agro y en el sector TIC.

1.4 Metodología

Como se explicó en la introducción de este informe, la metodología de intervención para el 2020 se basó en la realización de una convocatoria en los municipios priorizados, con el fin de llegar a los artesanos que, por las características de sus oficios y productos, necesiten los servicios de Artesanías de Colombia

Artesanías de Colombia en su Matriz de componentes de desarrollo, plantea un trabajo integral que consta de 5 módulos: 1- Levantamiento estadístico de la información del sector artesanal, 2- Desarrollo Humano / Emprendimiento, 4- Producción, 5 – Diseño y 6- Comercialización.

Para la ejecución de acciones en el año 2020 se logró disponer de un equipo más robustecido que permite ofrecer los siguientes componentes a nuestros artesanos beneficiados.

- Desarrollo humano
- Producción
- Diseño Participativo
- Comercialización

1.4.1 Componente de Desarrollo Humano

Para este caso se centró en el apoyo social y levantamiento de línea base con diagnóstico mixto, el cual tiene como objetivo general investigar, analizar y proporcionar datos e información actualizada de carácter mixta e integrada (cuantitativa y cualitativa) del sector artesanal, que permita ajustar, definir, implementar y evaluar planes, programas, estrategias y proyectos de fortalecimiento del sector, mediante la investigación sociodemográfica, económica, productiva y contextual de las comunidades artesanales en todo el país. En ese





sentido, El módulo de Diagnóstico Mixto se plantea como una herramienta generadora de conocimiento que permita tomar decisiones informadas acerca del sector artesanal, y las intervenciones que con este se quieran adelantar, para que den respuesta adecuada a las necesidades del sector, con argumentos sólidos y conocimiento de las realidades particulares en las que la artesanía se desenvuelve

1.4.2 Componente de producción

Está enfocado al fortalecimiento de la técnica, la cualificación del oficio artesanal y la sostenibilidad ambiental del recurso natural. Las técnicas y oficios de cada comunidad fueron determinantes para concluir los componentes a impartir en cada caso específico en los municipios a apoyar. También en este componente se hará hincapié en el análisis de flujos de las actividades realizadas dentro del taller con el fin de generar propuestas que busquen mejorar la eficiencia productiva de cada taller

1.4.3 Componente de diseño participativo

En el cual se aplican metodologías participativas, herramientas de creatividad y tendencias del mercado, acordes a la búsqueda de la innovación en el sector, al balancear lo tradicional y lo manual bajo una mirada contemporánea, para crear nuevas oportunidades económicas y generar una oferta de productos artesanales acordes con las exigencias del mercado objetivo, exaltando los rasgos culturales de cada grupo artesanal

1.4.4 Componente de Comercialización

En este aparte, se enfoca en fortalecer al sector artesanal desde la comprensión de cómo funcionan los mercados, de esta forma se capacitan en herramientas que le permitan identificar cuáles son sus debilidades y fortalezas. De esta forma cada unidad productiva puede trazar su camino hacia la competitividad comercial de sus productos.

Los enfoques de estos tres componentes aportan al desarrollo de la economía naranja en el sector artesanal, aportando a la reinterpretación de la artesanía a la contemporaneidad a través de los trabajos colaborativos entre diseñadores y artesanos que buscan la innovación del producto artesanal en espacios de creación, con el fin aumentar sus oportunidades en el mercado, acompañado de la buena comunicación de su hacer; aspectos que forman parte del artesano y su talento como emprendedor





2 DEPARTAMENTO DE ANTIOQUIA

2.1 Contexto Socio Geográfico

Antioquia es uno de los treinta y dos departamentos que forman la República de Colombia. Su capital es Medellín, la segunda ciudad más poblada del país. Está ubicado al noroeste del país, en las regiones andina y Caribe, limitando al norte con el mar Caribe (océano Atlántico), Córdoba y Bolívar, al este con Santander y Boyacá, al sur con Caldas y Risaralda, y al oeste con Chocó. Con unos 6 500 000 habs. en 2015 es el departamento más poblado y con 63 600 km², el sexto más extenso, por detrás de Amazonas, Vichada, Caquetá, Meta y Guainía.

Actualmente, Antioquia está inscrita en el área de servicios de alta tecnología, especialmente en telecomunicaciones, software y TICs, o Tecnologías de Información y Comunicaciones. En el Área Metropolitana del Valle de Aburrá se ha asentado, por ejemplo, y para servicio de toda América Latina, la multinacional Hewlett Packard a partir del año 2011.⁴⁴ La totalidad de los 125 municipios del departamento posee conectividad de banda ancha a internet, y se cuenta con una disponibilidad de un computador por cada quince personas.

Su organización territorial comprende nueve subregiones en un total de 125 municipios. Más de la mitad de la población reside en el área metropolitana del Valle de Aburrá. Su economía genera el 13.9 % del PIB colombiano, ubicándose en segundo lugar tras Bogotá.

Un estudio publicado en *Proceedings of the National Academy of Sciences*, desarrollado por el laboratorio de Genética Molecular y los departamentos de Historia y Psiquiatría de la Universidad de Antioquia,³⁰ determinó que a nivel de autosomas la población antioqueña es aproximadamente 64%~71% de origen europeo, 17%~24% indígena americana y 11.7% africana, esto debido a la continua inmigración de españoles durante los siglos XVI y XVII que fueron integrándose a las primeras poblaciones mestizas de las montañas del valle de Aburrá y el oriente antioqueño.

Según lo proyectado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, la población de Antioquia en 2016 fue de 6.456.299 personas (DANE, 2011).

El Censo Nacional Agropecuario que fue realizado en 2014 por el este mismo departamento, sitúa a Antioquia en el tercer puesto con respecto al porcentaje de participación de las Unidades Productivas No Agropecuarias (UPNA) con actividad artesanal, es decir, que junto con La Guajira y Cundinamarca suman el 55,6% de las UPNA con actividad de elaboración de artesanías en el área rural dispersa censada. El departamento también quedó en el tercer puesto, junto con el departamento de Risaralda, en cuanto al porcentaje de participación de





la Unidad Productiva No Agropecuaria con actividad de elaboración de artesanías en el área rural dispersa censada en territorios de grupos étnicos. (DANE, Censo Nacional Agropecuario 2014. Actividades no agropecuarias en las unidades de producción: elaboración de artesanía, 2014).

Adicionalmente, con respecto al porcentaje de participación de la UPNA con actividades de transformación de productos agropecuarios en el área rural dispersa censada, este mismo estudio mostró que alrededor del 25% de la actividad en Antioquia es artesanal, el 22% corresponde a transformación de productos forestales, el a 21% transformación de productos agrícolas y alrededor del 32% a otras actividades de transformación de productos agrícolas.

Al igual que varias regiones de Colombia, Antioquia es un departamento rico en tradición artesanal. Los productos que se encuentran hoy en día son resultado de la influencia de las corrientes precolombina, española y africana. Antes de la llegada de los españoles a América, los indígenas ya trabajan los metales, la cerámica, los tejidos y la madera. Después de la Independencia, la producción artesanal se vio afectada por la competencia de los nuevos productos extranjeros que empezaron a importarse. Hoy en día, existe en Antioquia una amplia diversidad de oficios, tales como la cerámica, la tejeduría, el trabajo de cueros y pieles, de metales, en madera, en piedra, entre otros. (Sistema Nacional de Información Cultural- SINIC, s.f.).

Antioquia es un departamento que se caracteriza por sus tradiciones religiosas y familiares, así como por las fantasías y la búsqueda explicativas de la historia del mundo. Así, los mitos y las narraciones se encuentran arraigados a las tradiciones antioqueñas, lo cual se ve reflejado en las fiestas populares. La trova, la copla, el tiple y la guitarra son utilizadas en las expresiones campesinas y populares, dando lugar la música de carrilera, la música guasca y la música andina. Las bandas pueblerinas también son importantes en los festejos populares. Sin embargo, a causa de la globalización se han introducido nuevos elementos y ritmos musicales como el rock, el reguetón y el hip-hop-. (Arteaga, Restrepo , & Zapata, 2009).

Las fiestas en Antioquia son algo muy recurrente dentro del folclor. Las más populares son la Feria de las Flores, el Festival Internacional de Poesía y el Festival Anual del Tango, las cuales se realizan en la ciudad de Medellín, las Fiestas del Retorno (Santuario), el Festival de la Cometa (Jericó) y la Noche de los poetas en Puerto Berrío, las Fiestas de la Virgen del Carmen en Vigía del Fuerte, y el Festival del Bambuco en San Pedro de los Milagros, entre otras. (Arteaga, Restrepo , & Zapata, 2009).

Es importante mencionar también que en el departamento se encuentran 3 de los 17 pueblos patrimonio, Santa Fe de Antioquia, Jardín y Jericó, lo cual juega un papel esencial para el posicionamiento de estos municipios dentro de una propuesta turística y de patrimonio dentro





del país. (Marca País Colombia, 2016)

2.2 Ubicación geográfica a nivel nacional



Imagen 1, Ubicación geográfica de Antioquia, Recuperado de <http://https://es.wikipedia.org/wiki/Antioquia>.

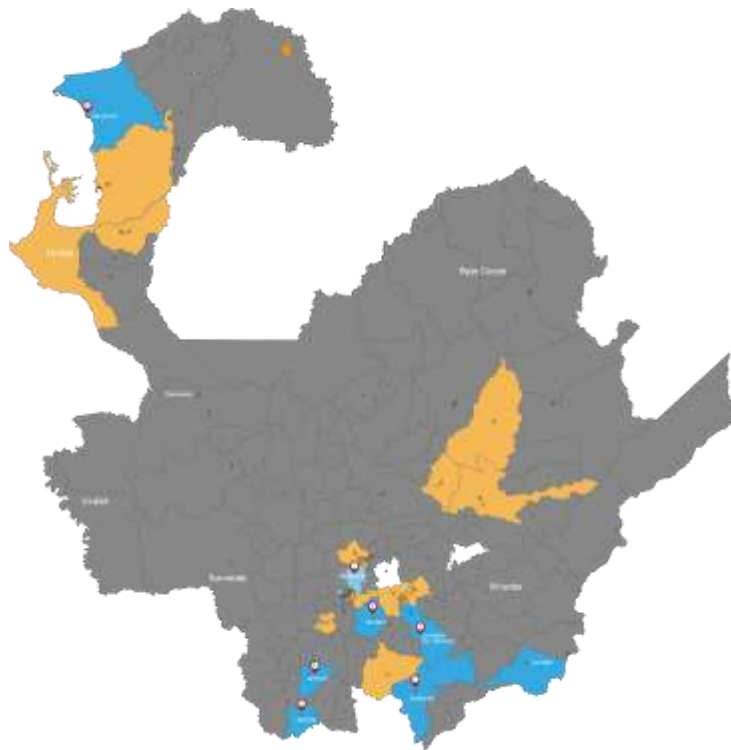


Imagen 2. Mapa de ubicación geográfica de municipios atendidos en Antioquia

Fuente: Elaboración propia, 2020

Resultados Generales En El Depto De Antioquia



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "http://www.artesantiasdecolombia.com.co" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co" artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





Para el departamento de Antioquia, desde el laboratorio de diseño, se estableció una hoja de ruta adecuada para darle cubrimiento a los artesanos que fueron inscritos mediante convocatoria pública realizada en el mes de febrero, obteniendo como resultado la siguiente tabla:

Municipios	Municipios atendidos	Municipios no atendidos	Inscritos	Cuantos representan
Amagá		1	1	1
Amalfi		1	2	6
Apartadó		1	6	32
Bello	1		2	3
Caicedo		1	1	3
Caldas	1		2	5
Carmen de Víbora	1		26	108
Caucasia		1	1	11
El Peñol		1	1	10
El Retiro	1		9	40
Envigado	1		14	144
Itagüí	1		5	10
Jardín	1		5	149
La Ceja	1		2	4
Marinilla	1		1	2
Medellín	1		143	568
Murindo		1	1	3
Necoclí	1		4	44
Puerto Nare		1	1	11
Rionegro	1		1	3
Sabaneta	1		4	9
San Juan de Urabá		1	1	12
San Pedro de Urabá		1	1	5
Santa Elena	1		1	1
Santa Fé de Antioquia	1		2	6





Segovia	0	1	1	4
Sonson	1		2	6
Urao	1		4	22
Yolombó	0	1	3	33
total	17	12	247	1255

Tabla 1 resumen beneficiarios inscritos por municipios en Antioquia

A partir del mes de marzo y con una rápida adaptación a la nueva realidad dada por la emergencia sanitaria frente al COVID 19, se logró atender a 311 artesanos atendidos en procesos de diseño, de esos, 209 en procesos comerciales y 25 en procesos de Desarrollo humano.

MUNICIP IO	DISEÑO		COMERCIAL		DESARROLLO HUMANO	
	BENEFICIARI OS	ATENCIÓN ES	BENEFICIARI OS	ATENCIÓN ES	BENEFICIARI OS	ATENCIÓN ES
Abejorral	1	1	0	0	0	0
Amaga	1	3	1	10	1	1
Amalfi	2	9	2	17	0	0
Apartado	7	26	7	40	2	2
Bello	5	16	3	8	0	0
Carmen de Viboral	36	83	36	80	2	2
Envigado	19	54	13	17	1	1
Girardota	1	1	0	0	0	0
Gomez de plata	2	2	2	5	0	0
Guarne	1	1	0	0	0	0
Itagui	9	24	4	20	0	0
Jardín	3	3	0	0	0	0
Jericó	4	5	4	5	0	0
Marinilla	1	1	0	0	0	0
Medellín	187	581	121	422	15	19
Necocli	5	6	1	5	0	0
Retiro	8	15	2	5	0	0
Rio Negro	2	7	4	14	1	1
Sabaneta	5	24	3	26	1	2
San Juan de Uraba	1	6	1	3	1	1

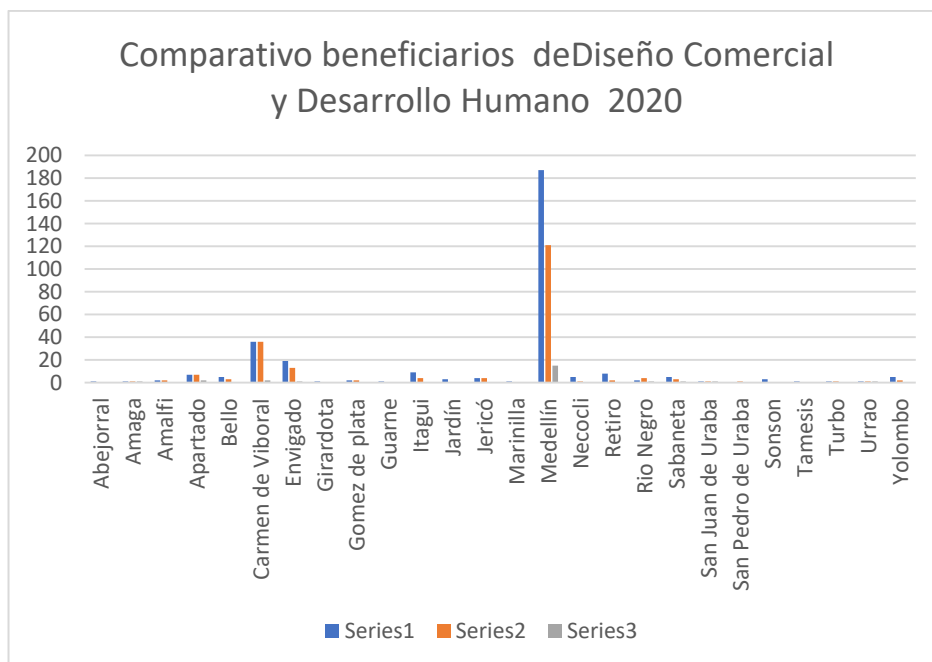




San Pedro de Uraba	0	0	1	1	0	0
Sonson	3	14	0	0	0	0
Tamesis	1	1	0	0	0	0
Turbo	1	7	1	6	0	0
Urao	1	1	1	1	1	1
Yolombo	5	17	2	16	0	0
	311	908	209	701	25	30

Tabla 2 Beneficiarios inscritos por municipios en Antioquia

En este sentido, en el Departamento de Antioquia se desarrollaron las siguientes acciones.



Gráficos 1 comparativos atenciones por componentes



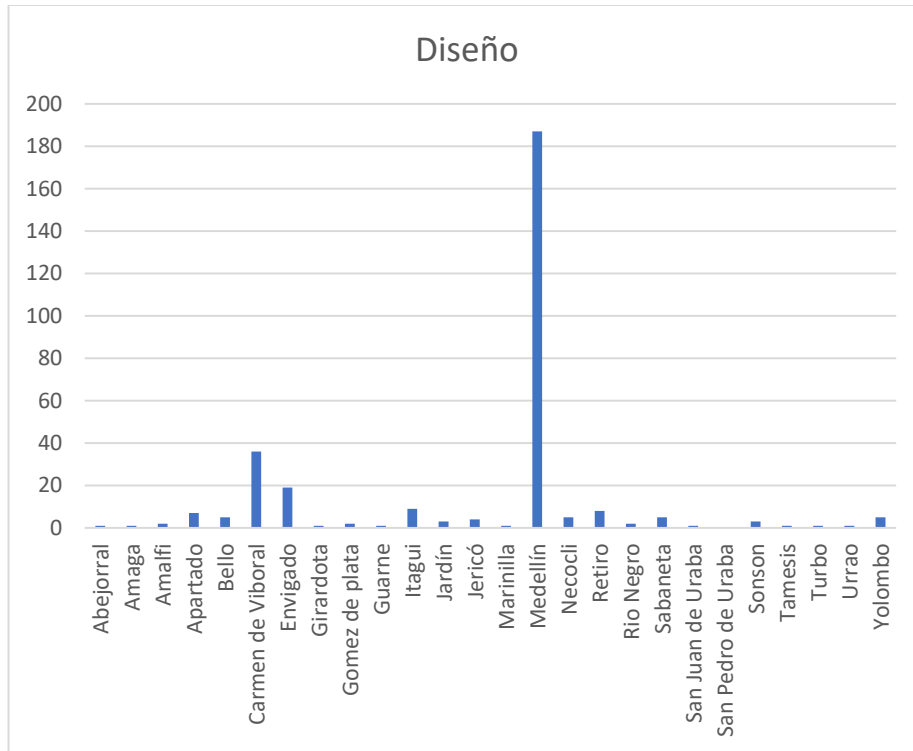


Gráfico 2 de atenciones en el módulo de Diseño

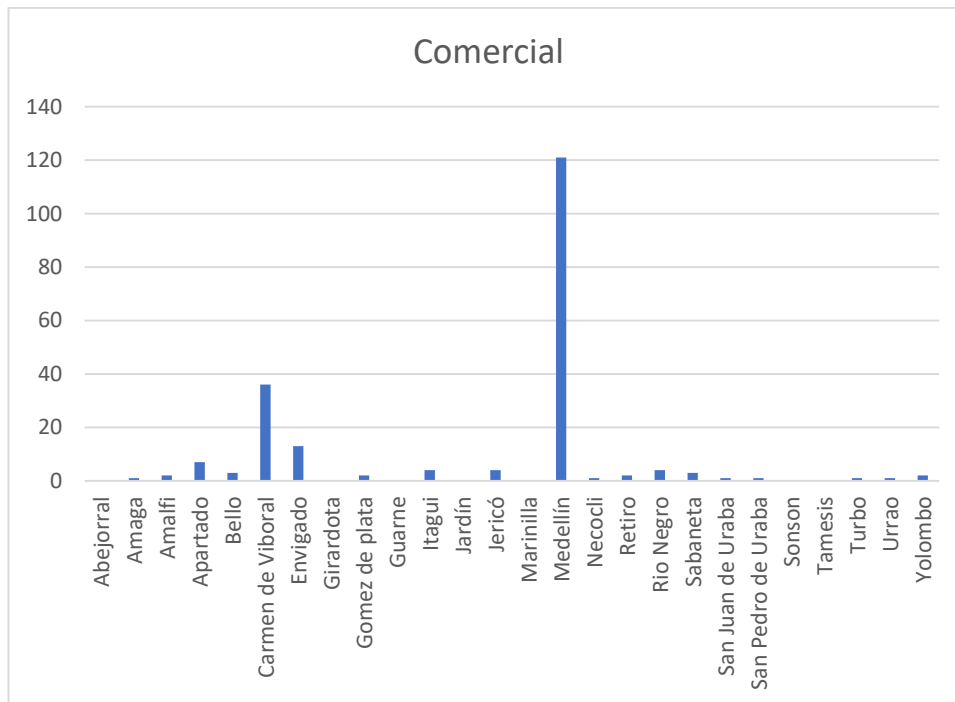


Gráfico 3 atenciones en el módulo Comercial



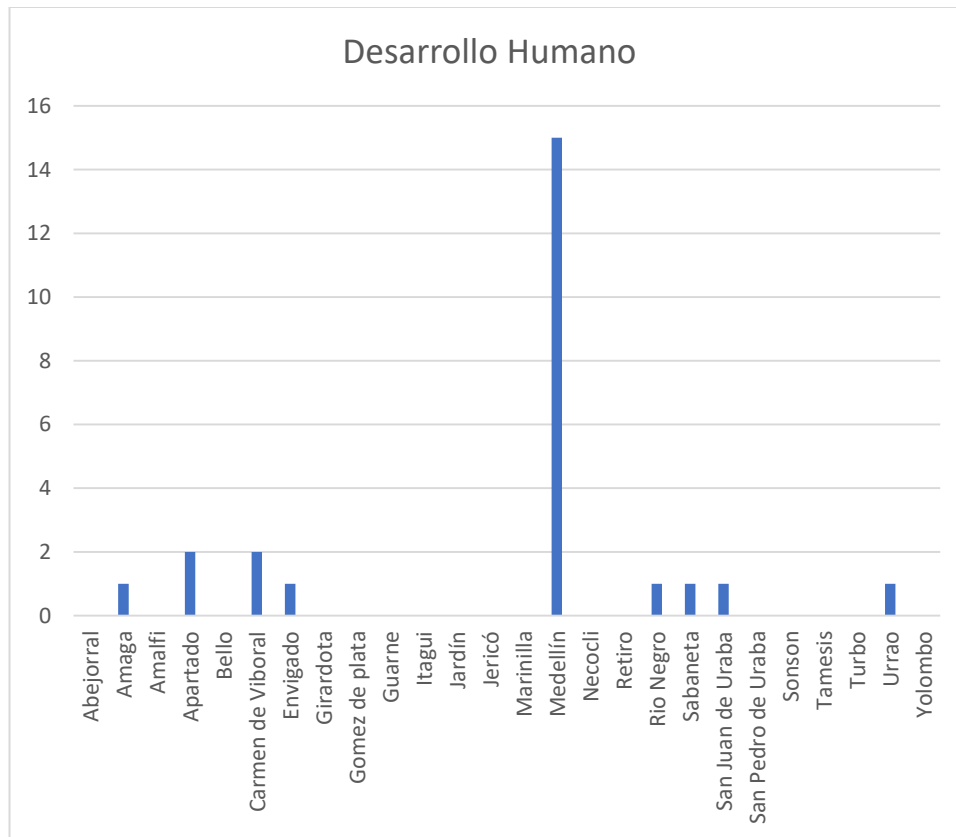


Gráfico 4 atenciones en el módulo Desarrollo Humano

2.3 Gestiones Con Entes Del Nivel Público Y Privado Para Cofinanciación De Proyectos

En el desarrollo de las actividades Misionales del laboratorio en Antioquia, se realizaron diferentes reuniones para integrar entidades del orden público y privado, que permitieran aportar tanto en recursos, como en conocimientos, a las diferentes comunidades artesanales en Antioquia.

De esta manera se logra gestionar 4 alianzas y 3 alianzas estratégicas, que permitieron fortalecer de manera integral la comunidad artesanal de diferentes municipios en el Departamento:

2.3.1 Alianzas

2.3.1.1 Laboratorio de Innovación y diseño del Departamento de Antioquia y Corporación Universitaria La Colegiatura





Objeto: Fortalecimiento en los módulos de diseño, producción y comercialización a grupos artesanales de los municipios de Medellín, Envigado y Jericó

Logros: con resultados prometedores de los ejercicios, por el momento se desarrollan 6 líneas de producto moda, 6 líneas de producto hogar y 5 propuestas de exhibición para productos de joyería, accesorios, hogar y moda.

2.3.1.2 Laboratorio de Innovación y diseño del Departamento de Antioquia y Empresa de Chocolate Gironés

Alcance: Desarrollo de proyecto de innovación para el interior de la empresa Girones, con el desarrollo de piezas en cerámica. Esta pieza será producida únicamente por el taller el dorado de Carmen de Viboral, con que se está realizando el desarrollo.

Objetivo: Desarrollar pieza en cerámica para proyecto de Chocolate Gironés con el fin beneficiar a futuro el mercado artesanal de Carmen de Viboral.

Logros: diseño de diferentes decorados, de acuerdo a sugerencias del cliente, se realizó prototipado en barbotina y quema de un producto con resultados óptimos en estado de bizcocho. También se realizó socialización de los procesos con Girones, ya que el proceso presenta un retraso por calamidad personal de la líder del Proyecto de la entidad

2.3.1.3 Laboratorio de Innovación y diseño del Departamento de Antioquia y Asociación de Ebanistas de El Retiro y Alcaldía de El Retiro

Alcance: Aunar esfuerzos para la construcción e instalación de una Cámara de Secado Solar, para la comunidad artesanal de El Retiro.

Objetivo: construir una cámara de secado para beneficio de los procesos artesanales en madera de la comunidad artesanal de El Retiro.

Logros: Se realiza alianza en conjunto y organiza el proyecto, su costo y actividades de ejecución

2.3.1.4 Artesanías de Colombia y Oscensa

Objetivo: Fortalecer la actividad artesanal a través de los laboratorios de diseño e innovación en los municipios del área de influencia. Incluye levantamiento de línea base, diseño, mejoramiento de la producción y comercialización.





Logros levantamiento de línea base, 15 Capacitaciones y talleres virtuales a 47 artesanos en joyería a los que se les han dado 213 atenciones al mes de septiembre, Se realizó entrega de materia prima plata 1000 en granalla por 1460gr, por un valor de \$5.153.128, Diseño de 10 Referencias para participación de colección en Expoartesano y Expoartesánías

2.3.2 Alianzas Estratégicas

2.3.2.1 Laboratorio de Innovación y diseño del Departamento de Antioquia y Universidad de San Buenaventura

Alcance: Fortalecimiento en lo módulos de diseño, producción y comercialización a grupos artesanales de Antioquia

Objetivo: Desarrollar el ejercicio académico de práctica profesional en diseño, dirigido a apoyar las actividades de fortalecimiento del Laboratorio.

Logros: apoyo diseño gráfico y plantilla de material cultura

2.3.2.2 Laboratorio de Innovación y diseño del Departamento de Antioquia y Agencia de la Reincorporación y Normalización (ARN)

Alcance: aunar esfuerzos para el fortalecimiento de grupos conformados de víctimas del conflicto armado en Antioquia, para mejorar la proyección de sus productos artesanales.

Objetivo: apoyar especialmente al grupo de La Danta, corregimiento de Sonsón, con el fin de continuar su proceso de formación integral desde lo humano y lo organizacional por parte de ARN y desde la innovación, diseño y comercialización del producto artesanal por parte del Laboratorio.

Logros: apoyo organizacional a la comunidad de la danta

2.3.2.3 Artesanías de Colombia – Laboratorio de Innovación y diseño del Departamento de Antioquia - SENA

Objetivo: Invitar a la comunidad joyera de Antioquia a participar en la certificación de oficio por competencias, según alianza SENA y Artesanías de Colombia

Inicio: 2 de septiembre, mediante llamadas telefónicas a líderes de comunidades y correos electrónicos





Resultado Final: 58 beneficiarios registrados en formulario de interés. 15 beneficiarios con documentación requerida para apertura de grupo de certificación de la joyería.

2.3.3 Apoyo a Otros Proyectos

2.3.3.1 Plataforma Compralonuestro.co

Objetivo: Enfrentar los bajos niveles de encadenamiento y proveeduría que tienen actualmente las empresas colombianas, así como aumentar la participación en cadenas locales y globales de valor; logrando un mayor acercamiento entre la oferta y la demanda de los sectores productivos.

Inicio: Inscripciones permanentes en www.compralonuestro.co

2.3.3.2 Apoyo a actividades logísticas ante Covid 19

Objetivo: Conocer las necesidades primordiales de la población artesanal en Antioquia frente a la emergencia por el Covid 19 y plantear acciones de mitigación.

Inicio: Mes de marzo mediante llamadas telefónicas a líderes de comunidades Encuesta de necesidades a grupos artesanales en Antioquia frente al covid 19, 29 municipios que representan a 180 personas/unidades productivas

Resultado (20 ayudas alimentarias a comunidades artesanales de los municipios de Medellín, Envigado y Jardín)-(702 sueros para la comunidades de Medellín, Jardín, Frontino, Necocli, Dabeiba, El Retiro, La Danta, Turbo, Apartado, Envigado; gestión en seguimiento)

2.3.3.3 Alianza con Solidaridad por Colombia

Para entrega de mercados a nivel nacional, (Antioquia)

Resultado: se tienen 78 artesanos identificados

2.3.3.4 Plataforma Compra de productos artesanales

En municipios de Medellín, El Retiro, Envigado, Jericó, Carmen de Viboral, la Danta (Sonsón) por un valor de \$ 9.769.700



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "<http://www.artesantiasdecolombia.com.co>" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "<mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co>"
artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





2.3.3.5 Alianza Banco Agrario – Artesanías de Colombia

Línea de crédito para el sector artesanal. Se aprobaron 4 solicitudes por un monto de \$34.000.000

2.3.3.6 Apoyo a TeleAntioquia ”EL TALLER”

Se apoyó a TeleAntioquia en su proyecto ”El Taller”, compartiendo información acerca de los artesanos representativos de diferentes municipios; consolidando a 8 artesanos de los municipios de Carmen de Viboral, El Retiro, Jericó, Santa Fe de Antioquia, La Danta, Jardín y Medellín. Quienes participan activamente con el LabAntioquia de AdC.

2.3.4 Proyectos Planteados

Se relacionan las siguientes propuestas que se plantearon y no fue posible consolidarlos debido a la emergencia de la pandemia Covid-19. Ya que los aliados dirigieron sus presupuestos a contrarrestar la emergencia biosanitaria:

2.3.4.1 Proponente del proyecto: Artesanías de Colombia – Secretaría de Minas (Gobernación de Antioquia)

Objetivo Conocer el estado de 50 unidades productivas en el oficio de joyería en el Valle de Aburrá, caracterizando sus productos y procesos con el fin de fortalecerlos en la conceptualización de diseño y en sus procesos productivos, buscando generar una mayor competitividad en calidad sobre el producto final comercial.

Estado: Planteado en ForcVs01. El proyecto por prioridad del presupuesto de Gobernación frente a Covid19 se pospone para el 2021

2.3.4.2 Proponente del proyecto: Artesanías de Colombia – Secretaría de Minas (Gobernación de Antioquia)

Objetivo Analizar signo distintivo Denominación de Origen, para la joyería elaborada en técnica en filigrana de Santa Fé de Antioquia

Estado: Planteado en ForcVs01. El proyecto por prioridad del presupuesto de Gobernación frente a Covid19 se pospone para el 2021





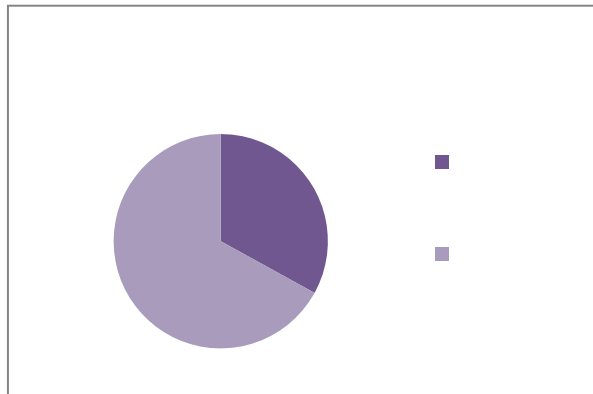
2.3.4.3 Proponente del proyecto: Artesanías de Colombia – Mercado Artesanal Sanalejo

Objetivo: Fortalecer la actividad artesanal joyera a través de los laboratorios de diseño e innovación y Plan Nacional de Joyería en los municipios del área de influencia. Incluye levantamiento de línea base, diseño, mejoramiento de la producción y comercialización.

Estado: Planeación. Levantamiento de línea base, 12 Capacitaciones y talleres virtuales a 43 artesanos en joyería a los que se les han dado 206 atenciones al mes de julio

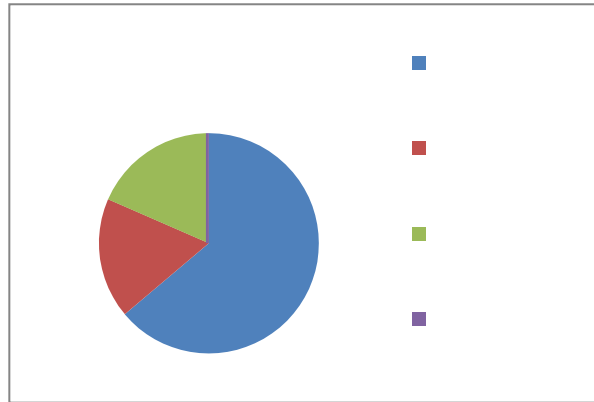
2.4 Diagnóstico Artesanal Departamento De Antioquia

En el análisis que acá se presenta, se pueden ver las distintas variables correspondientes a una muestra aleatoria de 462 artesanos en 42 municipios de este departamento. El levantamiento de línea de base se llevó a cabo a través de un convenio con la Fundación Escuela Taller de Bogotá, por medio de equipos de campo que utilizaron como instrumento de recolección el formulario de caracterización FORGCS04. Esta información fue registrada en el Sistema de Información Estadístico del Sector Artesanal-SIEAA y posteriormente procesada y analizada. con respecto al tema de distribución por sexo, es posible afirmar que el grupo encuestado está constituido principalmente por mujeres, quienes suman un poco más del doble al número de hombres.



Gráfica 5. Distribución por sexo





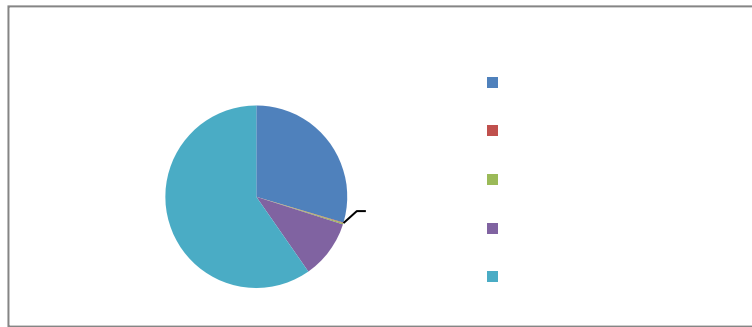
Gráfica 6. Clasificación de los artesanos de acuerdo a su zona de residencia.

La mayoría de personas residen en zonas urbanas, pero es importante mencionar que, si se mira más de cerca, el resguardo indígena y el territorio comunitario corresponden generalmente a una zona rural, así que estas unidades sumarían una mayor parte, dando un porcentaje de 35,4%. Oliveros corrobora esta información, afirmando además que ha habido migración de las personas del campo a la ciudad, dada la superioridad de la calidad de vida de esta última, y que las oportunidades de conseguir trabajo son mayores y mejores. También afirmó que ha habido mucha gente que ha sido desplazada por la violencia desde las zonas rurales hacia las urbanas. (A.P. Oliveros, comunicación personal, octubre 28 de 2016). En el informe “Violencia política contra los pueblos indígenas en Colombia 1974-2004” (2005), muestra además que, hay muchos territorios indígenas que han sido afectados por la violencia, los cuales coinciden con la violencia que se dio en el país por el conflicto armado, a partir de 1997.

Antioquia fue uno de los departamentos más afectados por este fenómeno, que se hizo visible especialmente en municipios como Mutatá, Frontino, Dabeiba, Apartadó, Turbo, Yondó, Chigorodó, El Bagre y Urrao, la mayoría ubicados en la zona de disputa de los paramilitares y el Ejército con las FARC. Antioquia, Córdoba y Chocó son los departamentos que en este estudio registraron la mayoría de casos de desplazamiento masivo o colectivo forzado, principalmente de personas de las etnias Emberá Dóbida y Emberá Katío.

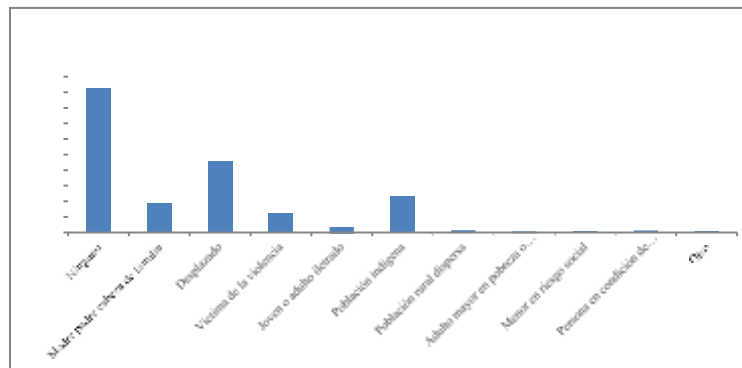
Artesanías de Colombia ha brindado atención especial a algunas de los grupos que han sido víctimas de este fenómeno por medio del programa Atención a la Población desplazada, que busca “promover alternativas de generación de ingresos, ocupación productiva para mejorar las condiciones de vida de la población vulnerable a nivel nacional, empezando con 9 departamentos y 23 municipios” (Artesanías de Colombia, 2016), dentro de los cuales se encuentra Antioquia.





Gráfica 7. Clasificación según grupo étnico.

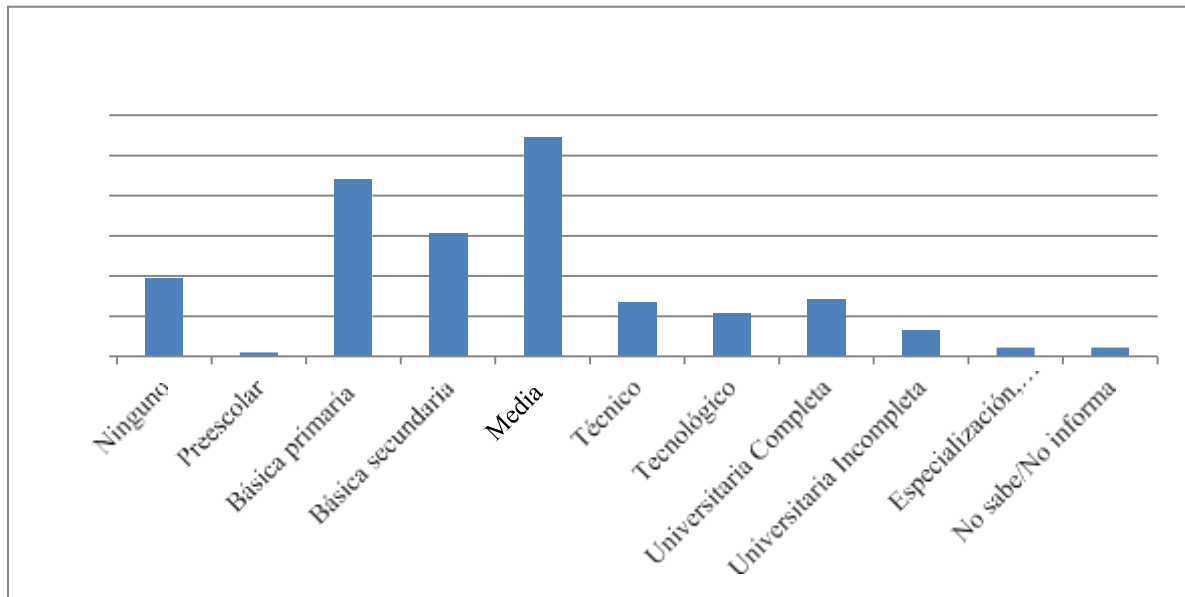
Gráfica 8. Población vulnerable



Las gráficas 7 y 8 muestran la clasificación de la población encuestada con respecto a su pertenencia a etnias y a su estado de vulnerabilidad. Por un lado, es evidente que la mayoría de la población se identifica con la categoría “ninguno de los anteriores”, lo cual muestra que más de la mitad de los artesanos encuestados no se auto reconocen como pertenecientes a estas categorías, lo cual podría indicar, o que se consideran mestizos, o que pueden hacer parte de algunas categorías que no estén enunciadas en las opciones de respuesta. El resto de la población se distribuye principalmente entre la población indígena, seguida de la población negra o mulata

Con el tema de la vulnerabilidad, al igual que en la pregunta anterior, sucede también que una mayoría no se identifica con las categorías dadas. La categoría con mayor frecuencia es la población desplazada, luego la población indígena que se considera vulnerable por su estatus étnico, seguida de las personas que son madre o padre cabeza de familia, las víctimas de la violencia, y las personas que por ser iletradas se consideran en desventaja, y con pocas personas se encuentran las categorías de población rural dispersa, discapacitados, menor riesgo social, otros, y finalmente, adulto mayor en pobreza o indigencia.





Gráfica 9. Clasificación según nivel de educación.

La gráfica 9, muestra que en general los niveles educativos alcanzados por la población entrevistada son muy bajos, pues entre la población que no ha tenido acceso a la educación, y las personas que han alcanzado la educación básica y media, suman un 74%. Tan solo un 6,8% de la población ha alcanzado el nivel técnico, y las personas que han tenido educación superior solamente el 11%. Si se compara la variable del nivel educativo con los resultados publicados por el DANE (2005) en el Censo General de Antioquia, es posible encontrar una coincidencia en patrón de la población encuestada, pues acá también se encuentra que la gran mayoría ha tenido acceso a educación básica (74%), un menor porcentaje a educación técnica (3,6%) y un porcentaje un poco mayor a educación superior o postgrado (11,3%). estos bajos niveles de escolaridad están dados en parte por el desconocimiento de las oportunidades que hay para estudiar de manera gratuita, entre otras cosa

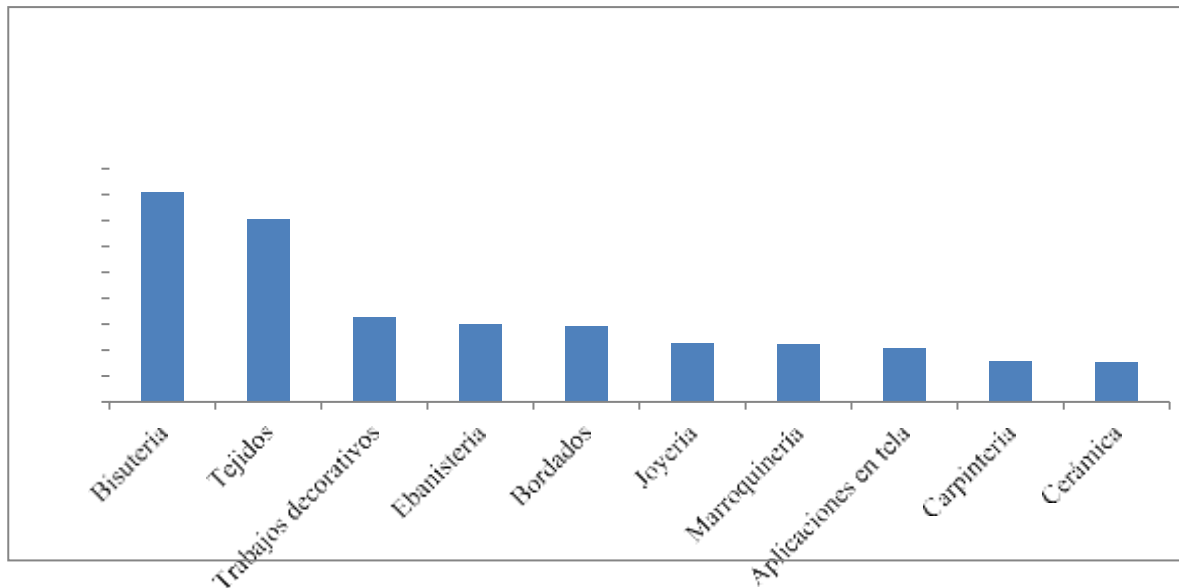
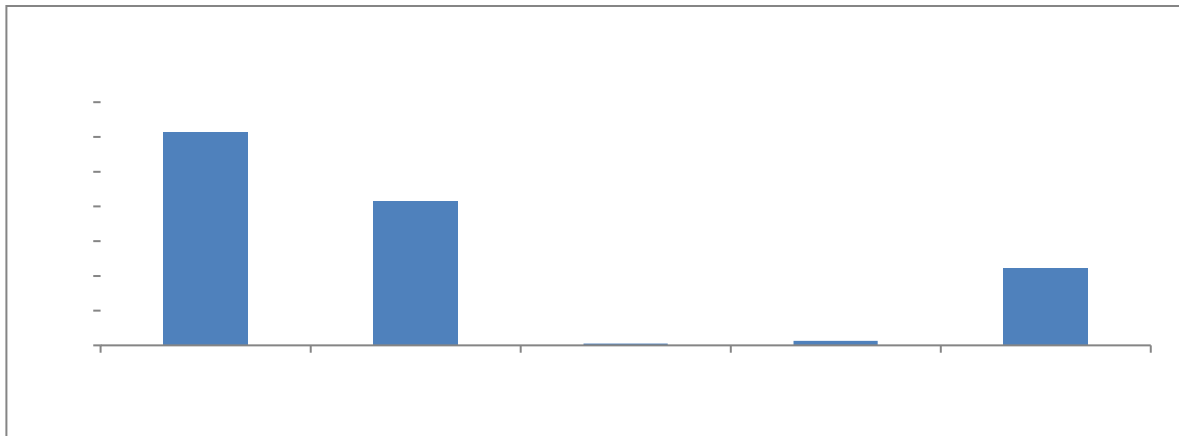
En este segmento del análisis se mostrarán los oficios que caracterizan a la población encuestada, empezando con una mirada a la actividad económica, seguida de un análisis sobre los oficios principales, las modalidades de empleo y las personas con quienes trabajan los encuestados. Por último se examinará el tema de la comercialización. Para empezar, es importante resaltar que la población encuestada en este estudio es en su mayoría artesana, o productora de manualidades, tal como se ve en la Gráfica 10.

Por otro lado se puede ver que, alrededor de un quinto de los encuestados se dedican a la comercialización de productos finales.





Gráfica 10. Actividad económica.



Gráfica 11. Oficios principales

Con respecto al tema de los oficios, se puede encontrar una amplia diversidad en la población encuestada. Por razones de relevancia, se tomaron para esta tabla aquellos oficios que representaban un valor de 3% o superior. Así, se hace evidente que los oficios más comunes son la bisutería y los tejidos, llevado a cabo por el 16% y 14% de los artesanos respectivamente, seguido de trabajos decorativos, ebanistería, bordados, joyería, marroquinería, aplicaciones en tela, carpintería y cerámica, los cuales se dan en menores frecuencias. La talabartería es uno de los oficios que aparece con muy poca frecuencia.

Por otro lado, los datos indican que una gran parte de la población (40%) aprendió el oficio por medio de alguien de su familia, seguido de las personas que lo aprendieron de manera





autodidacta (24,8%), de las que lo aprendieron con otros artesanos (18,5%), luego de las que lo aprendieron en otro taller o por capacitaciones en alguna institución (7,1%), y fueron muy pocas las personas que lo saben por ser profesionales en carreras afines (1,2%), que lo aprendieron de otra manera (1,1%), o por medio de proyectos de promoción de la actividad artesanal (0,2%).

2.5 Atención de Artesanías de Colombia en el Departamento de Antioquia.

Para el año 2020 se realizó una inversión por parte de Artesanías de Colombia para el departamento de Antioquia por un valor de \$437.483.073 discriminados de la siguiente manera:

Compra de producto por COVID 19	9.769.700
Compra de producto Joyería	19.862.370
Compra de producto Expoartesano y Expoartesanas	11.520.000
Entrega de materia prima	7.776.070
Inversiones contractuales desde programas de AdC	388.554.933
Total inversión AdC	437.483.073

2.6 Actividades Adicionales en el Departamento de Antioquia

2.6.1 Diseño y desarrollo de colección para Expo Artesanías 2020

Se desarrollaron 40 Referencias Diseñadas, 37 Referencias Aprobadas, 29 Referencias Producidas.

2.6.2 Encuentros Regionales

El día 26 de noviembre por medios digitales se realizó el encuentro regional en los 4 departamentos que conforman eje cafetero y Antioquia con una participación total de 64 personas.

En el Caso particular del Departamento de Antioquia, se tuvo una participación de 13 personas, entre entidades como Cooperación Universitaria Colegiatura, ARN, Universidad Luis Amigo, Alcaldía de Medellín, Gobernación de Antioquia.

Se presentaron comentarios de agradecimiento por la gestión que ha realizado la entidad frente al Covid 19 y que se espera para el 2021 un apoyo mucho más presencial por parte de Artesanías de las comunidades





2.6.3 Programa Nacional De Joyería

Talleres y asesorías al sector artesanal de joyería de manera virtual

Alcance: Santa Fe de Antioquia, Segovia, Envigado, Valle de Aburrá, Apartado

Beneficiarios Joyería: se han atendido a 750 personas, entre los municipios de

Charlas: Tendencias para joyería, fotografía para joyería, proceso creativo 5 módulos, idea y concepto, el papel de la mujer en la joyería, Recuperación de oficio. Asesorías puntuales.

Eventos: Semana de la joyería. Participación con 3 charlas, conversatorio con artesanos. Apoyo gráfico y desarrollo de plantillas.

Compra de producto: compra de joyas para el almacén de adc y negocios facilitados por 7.655.000

Componente comercial/humano: Apoyo en desarrollo humano y ejercicios de comercialización. Capacitación en redes, cuentas de Instagram, trabajo en equipo, ejercicios solidarios.

Diseño: colección expoartesano 2020, Colección expoartesanas 2020, postulación y aprobación de artesanos para Marketplace

2.6.4 Apoyo Diferentes Convocatorias A Nivel Nacional

Se acompañó a diferentes comunidades de artesanos en las convocatorias para adjudicación de recursos a nivel nacional.

En la convocatoria “Comparte lo que somos” se hizo una difusión ya acompañamiento a las comunidades artesanales en Antioquia, obteniendo un resultado de 41 postulados y 9 ganadores por un valor de \$ 1.500.000 y un total de \$13.500.000

En la convocatoria “Estímulos” del ministerio de cultura, se acompañó en la postulación de artesanos de Antioquia y como resultado se tuvo dos ganadores, por los municipios de Jericó y Santa Fe de Antioquia, respectivamente.

2.6.5 Reconocimiento A Maestros Artesanos Para Trasmisión De Saberes

Artesana Mary Lopez del municipio de Turbo por un valor de \$ 2.000.000. A la fecha tenemos 12 personas capacitadas por ella entre adultos y jóvenes en el municipio.





3 MUNICIPIOS ATENDIDOS

3.1 Componente de Desarrollo Humano

Para el módulo de Levantamiento de línea base y diagnóstico mixto, se desarrollaron las siguientes actividades a nivel departamental.

3.1.1 Análisis cuantitativo Convocatoria de Laboratorios de Innovación y Diseño 2020.

Generación de análisis cuantitativo e infografías sobre artesanos de la Región de Antioquia inscritos en la Convocatoria de Laboratorios de Innovación y Diseño.

3.1.2 Diagnóstico y análisis necesidades en el marco de la pandemia del COVID19

Generación de diagnóstico y análisis de necesidades de los grupos artesanales en el marco de la pandemia del COVID19, de acuerdo a la encuesta aplicada.

3.1.3 Construcción de informes de antecedentes

Construcción de informes de diagnóstico mixto de los departamentos de Antioquia, a partir de la revisión de fuentes secundarias, caracterización del sector artesanal y análisis de información pertinente sobre los municipios priorizados de cada departamento.

3.1.4 Levantamiento de línea base.

Realización de levantamiento de línea base vía telefónica a 30 artesanos de la región, registrados y caracterizados en el SIEAA. Se priorizaron artesanos beneficiarios del módulo de Desarrollo Humano y líderes artesanos que participaron en los talleres de DH durante el 2020. Se realizaron 15 registros por departamento. Total beneficiarios por municipio:

Antioquia: 15 beneficiarios.

Medellín: 8

Envigado: 1

Apartadó: 1

Chigorodó: 1

Amagá: 1

Sabaneta: 1

El Carmen de Viboral: 2





3.1.5 Otras Actividades

3.1.5.1 Asesorías puntuales.

Desde una metodología participativa y pedagógica, desde el módulo de Desarrollo Humano se realizaron un total de 4 asesorías puntuales a los siguientes beneficiarios: Tatiana López. Medellín, Antioquia. Asesoría sobre diálogos interculturales y territorio en relación con la labor artesanal

3.1.5.2 Talleres Virtuales

3.1.5.2.1 Antioquia y Eje Cafetero: territorio vivo.

Objetivo: Generar un espacio de sensibilización frente a la importancia del reconocimiento y la identificación del territorio y los procesos de apropiación territorial de las comunidades artesanales

Total beneficiarios: 15

3.1.5.2.2 Ciclos territoriales: tiempo y territorio.

Objetivo: Identificar la importancia del cuidado ambiental y los calendarios agroecológicos en la labor artesanal para la generación de una relación sostenible con el territorio.

Total beneficiarios: 20

3.1.5.2.3 Identidad cultural: referentes y oficios artesanales.

Objetivo: Desde la perspectiva del patrimonio cultural inmaterial y la salvaguardia de los oficios artesanales, se propuso generar un espacio de reflexión frente a la centralidad de la identidad cultural como horizonte de la labor artesanal y los oficios artesanales, a partir de la centralidad de los referentes culturales y simbólicos de cada comunidad.

Total beneficiarios: 53

3.1.5.2.4 Desarrollo Humano reanuda.

Objetivo: Espacio de revisión y retroalimentación integral de los temas previamente abordados, especialmente la importancia del territorio, la identidad cultural y la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial.





Total beneficiarios: 9

3.1.5.2.5 Problemáticas del sector artesanal I y II

Objetivo: Desde la Teoría de los medios de vida y la identificación de los capitales y activos de las comunidades (capital físico, económico, social, humano y medioambiental), se reflexionó acerca de las macro y micro problemáticas de diversa índole presentes en el sector artesanal, con el fin de identificar el rol de los y las artesanos/as en la resolución de problemáticas y retos sociales presentes a nivel territorial.

Total beneficiarios: 10

3.1.5.2.6 ¿Cómo transmitir un saber artesanal?

Objetivo: En el marco de la reflexión sobre los oficios artesanales como patrimonio cultural inmaterial del país, los talleres de Transmisión de saberes tuvieron como propósito reconocer la importancia de las estrategias de transmisión de saberes en la sostenibilidad de la práctica artesanal y la salvaguardia efectiva de los oficios. De igual manera, se abordaron metodologías prácticas para la transmisión de los saberes artesanales.

Total beneficiarios: 5

3.1.5.2.7 Taller práctico: plan de vida artesanal.

Objetivo: Desarrollar un inventario de la vida como un insumo práctico para la elaboración de un plan de vida artesanal.

Total beneficiarios: 3

3.2 Componente de Diseño y Producción

3.2.1 Carmen de Viboral

Fundada el 13 de abril de 1752 y con 47.340 habitantes, El Carmen de Viboral es conocido como la Cuna de la cerámica artesanal, pues en el lugar hay varias fábricas productoras de cerámica, además de la buena reputación que estas tienen. Tradicionalmente la economía de El Carmen de Viboral se ha basado en la agricultura, en el comercio y en la industria cerámica.





Anteriormente, la industria de la cerámica era la principal fuente de empleo en el municipio. Sin embargo, tras un periodo de crisis, la cerámica se ha convertido en un producto representativo de las tradiciones y de la cultura carmelitana, llegando al punto de ser reconocida como una artesanía colombiana, que es consumida por muchos de los habitantes de El Carmen y por algunos de los visitantes, logrando darle un reconocimiento a nivel nacional e internacional y promoviendo el renacimiento de la demanda y por lo tal, el de la producción de cerámica en el municipio

Hay una creciente actividad turística que atrae a personas que por lo general son de municipios cercanos y de la ciudad de Medellín, que buscan conocer el municipio, sus paisajes y atractivos naturales además de acercarse más a la tradición ceramista.²



*Imagen 3 Mapa de Carmen de Viboral,
Fuente: Elaboración propia, 2020*



² Tomado de: https://es.wikipedia.org/wiki/El_Carmen_de_Viboral#Etnograf%C3%ADa





*Imagen 4 Plaza de Carmen de Viboral,
Fuente: Fotografía Herney Villota, Carmen de Viboral 2020*

El Carmen de Viboral, se funda inicialmente como una hacienda de descanso con el nombre de El Carmen de las Cimarronas. Su nombre eventualmente cambia a Carmen de Viboral, supuestamente debido a la presencia de serpientes al costado derecho del río cimarrones.

Inicialmente su economía era agrícola, pero posteriormente esta evolucionó, gracias a la entrada del negocio de la cerámica, el cual se convirtió por un largo periodo de tiempo en la principal fuente de trabajo en el municipio. Su losa tuvo un reconocimiento nacional y se reconoce su presencia en casi todos los hogares colombianos. Dados procesos tecnológicos, sociales y económicos, la industria decayó y su hegemonía económica local desapareció.

En los últimos años se ha comenzado a rescatar la importancia de la losa como patrimonio nacional y esto ha reactivado la función económica y cultural a nivel nacional y local.

3.2.1.1 Talleres artesanales

3.2.1.1.1 Cerámica El Dorado

A cargo de la señora Gladis Bello, realiza las técnicas de Preparación, moldeado de pasta, decorado, pintado y esmaltado después de la primera y segunda cocción.





Imagen 5 Fotografías de oficio – técnica de los artesanos 2020

Fuente: Fotografía Herney Villota, 2020

3.2.1.1.2 Artemanía Cerámica

A cargo del señor Eduar Cardona, realiza las técnicas de preparación, moldeado de pasta, decorado, pintado y esmaltado después de la primera cocción y segunda cocción. Actualmente, elabora piezas de la colección del laboratorio Antioquia 2018.



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "http://www.artesantiasdecolombia.com.co" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co" artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





Imagen 6 Fotografías de oficio – técnica de los artesanos 2019
Fuente: Fotografía Herney Villota, 2019

3.2.1.1.3 Cerámicas Esmaltarte

Realiza las técnicas de Preparación, moldeado de pasta, para luego realizar el decorado, pintado y esmaltado después de la primera y segunda cocción.



Imagen 7 Fotografías de oficio – técnica de los artesanos 2019
Fuente: Fotografía Herney Villota, 2019





3.2.1.1.4 Cerámicas Bernardo Betancur

El taller de cerámicas Bernardo Betancur se encuentra en sociedad con el taller gratitud, pero cada uno realiza sus propias propuestas por el momento la sociedad realiza encuentros educativos en enseñar el oficio de la cerámica, el maestro Bernardo realiza piezas pequeñas ya que su horno es pequeño y no trabaja con producto de mayor escala.



Imagen 8 Fotografías de oficio – técnica de los artesanos 2019

Fuente: Fotografía Herney Villota, 2019

3.2.1.2 Módulo de virtualidad asesorías.

El Gobierno declaró Emergencia Sanitaria (resolución 385 del 12 de marzo de 2020) en todo el país hasta el 30 de mayo. Esto significa que se implementarán nuevas medidas preventivas a través de un marco normativo que permita aplicarlas en los territorios, de la mano de las directrices de la OMS y con el acompañamiento de las autoridades locales.

Artesanías de Colombia, tuvo que realizar una nueva propuesta en este año (2020) la metodología de encuentros con los artesanos se vuelve virtual.



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "<http://www.artesantiasdecolombia.com.co>" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "<mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co>"
artesantias@artesantiasdecolombia.com.co

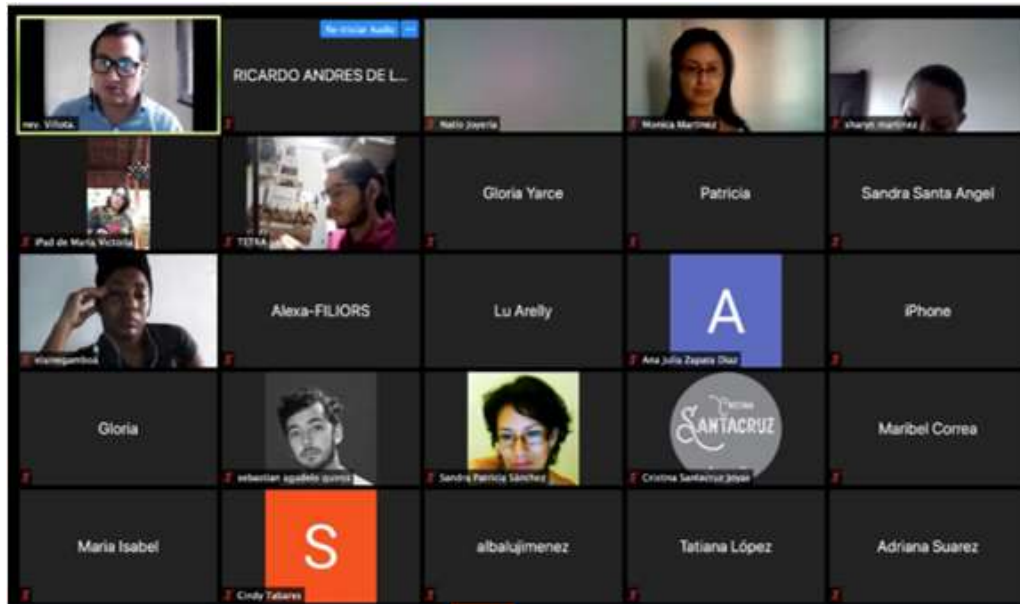




Utilizar las nuevas herramientas tecnológicas que ofrece la internet, como aplicaciones como Google Meet- WhatsApp, etc.

Los primeros encuentros que realiza el Laboratorio de diseño de Antioquia es las convocatorias por medio de llamadas telefónicas y WhatsApp fue el primer medio que se aplica, luego se realizan encuentros grupales con diferentes aplicaciones como Zoom – GoTo Webinar etc.

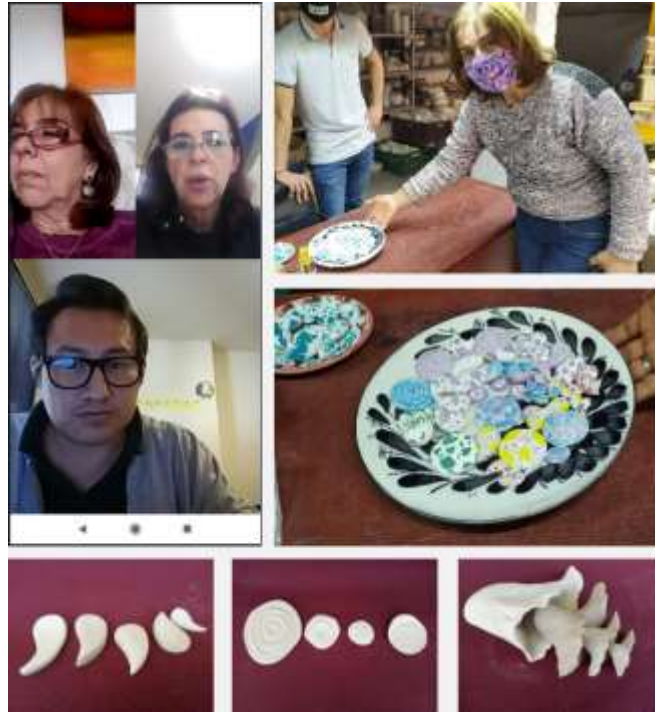
Las convocatorias se hacen para el departamento de Antioquia.



*Imagen 9 Encuentro virtual – taller virtual
Fuente: Fotografía Herney Villota, 2020*

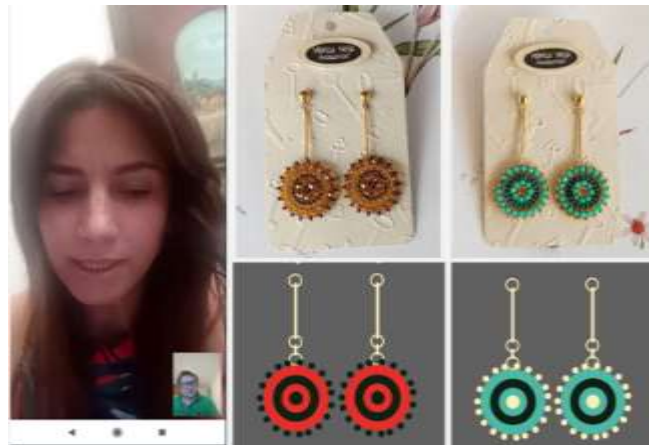
Esta metodología llevo a que los talleres de diseño se hagan virtuales, también que los artesanos se comuniquen por medio de celular móvil o computadores.





*Imagen 10 Encuentro virtual – asesorías puntuales Artesana Clara Teresa Toro y Fanny Bello.
Fuente: Fotografía Herney Villota, 2020*

Son de los primeros encuentros que se realizan en el municipio el Carmen de Viboral. El encuentro se hace acompañando en el oficio de la joyería y cerámica grupo de artesanas que lograron fisionar para crear unas propuestas a partir de las decoraciones carmelitanas. En las imágenes se ven ya en biscocho las piezas para luego decorar y crear unas nuevas propuestas con la joyería



*Imagen 11 Encuentro virtual – asesorías puntuales Mónica María Mejía.
Fuente: Fotografía Herney Villota, 2020*





Este encuentro en asesorías puntuales con la beneficiaria Mónica María Mejía eran darle charlas sobre tendencias en joyería 2020 y diversificación de sus propuestas se realizaron unas mejoras en sus productos y también rediseño de su imagen de identidad.

Estas charlas se realizaron con el acompañamiento de Jairo Rodríguez diseñador líder de la región cafetera y Antioquia.

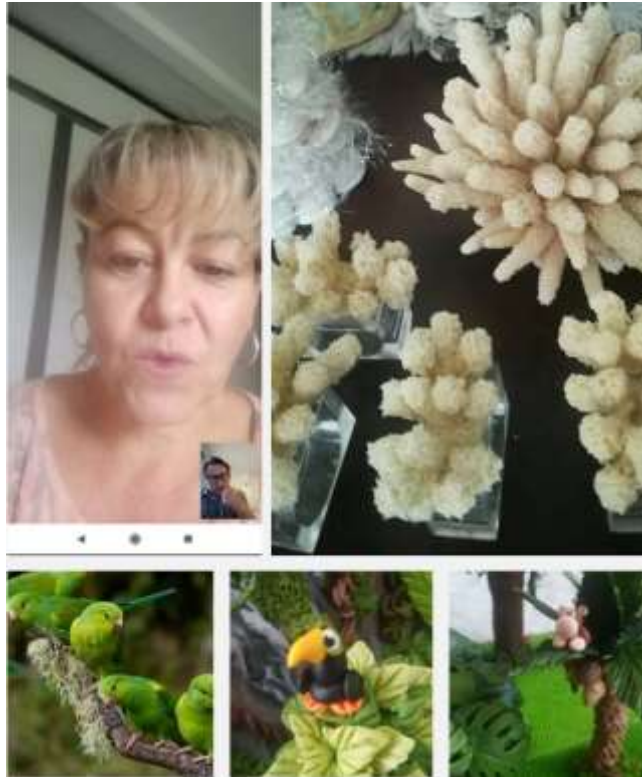


Imagen 12 Encuentro virtual – asesorías puntuales Luz Mercedes Piedrahita.

Fuente: Fotografía Herney Villota, 2020

Los talleres se encuentran organizados de acuerdo al espacio comercial, en donde se evidencian los principales procesos para la elaboración de piezas cerámicas de pequeño y mediano formato en su gran mayoría. A continuación, se presentan las actividades realizadas en el módulo para los diferentes talleres:

3.2.1.3 Módulo de Diseño virtualidad

En el desarrollo de las actividades del módulo de diseño, se ejecutaron talleres y capacitaciones las cuales fortalecen de manera virtual los procesos de diseño, a través del entendimiento de los procesos que le permiten establecer una mejor comunicación desde la parte fundamental de diseño hasta llegar al proceso productivo y su posterior relación comercial y aceptación del consumidor final. Para estos aspectos de diseño se presentó el fortalecimiento desde los talleres enfocados en: color, texturas, referentes, tendencias, identidad, empaques etc.



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "<http://www.artesantiasdecolombia.com.co>" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "<mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co>"
artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





En estos talleres, se trabajó desde los siguientes aspectos:

1. Rediseño y diversificación en la oferta artesanal enfocada al mercado local.
2. Capacitación teórica/práctica en temas como: Tendencias, color, texturas, identidad, referentes, línea y colección, vitrina, empaque etc.
3. Revisión y recomendaciones puntuales para mejoramiento del producto enfocado a mercado local. Sugiriendo cambios a nivel de color y composición de las pintas estableciendo diseños que destaquen la técnica y las habilidades de cada taller artesanal.
4. Exposición de los fundamentos en técnicas relacionados al empaque y embalaje. Se establecen conceptos para generar personalización y distinción a través del empaque. Actividad teórico práctica en la cual se genera la propuesta de empaque para uno de los productos que seleccione el artesano.

Todo esto, se realizó bajo la metodología de co-diseño, ya que permite desarrollar nuevos productos y procesos, teniendo en cuenta la curva de aprendizaje de cada taller artesanal como insumo indispensable para crear piezas comercialmente atractivas en mercado local y nacional.

3.2.1.3.1 Taller de Artesanía y su oferta comercial / Artesanía como un estilo de vida

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
Taller de Artesanía y su oferta comercial	1-may.	10
Taller de Artesanía y su oferta comercial	4-may.	5
Taller de Artesanía como un estilo de vida	8-may.	10
Taller de Artesanía como un estilo de vida	11-may.	5

Tabla 3 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.

Fuente: Elaboración propia, 2020

Artesanía como un estilo de vida

El oficio artesanal deriva el principal sustento económico del artesano. (Compromiso y pasión por el trabajo) La exploración técnica y artística de cada individuo o comunidad hacen de su trabajo algo único. (Dominio del oficio) Mantiene un legado que viene de generación en generación (Artesanía tradicional e indígena)





Artesanía y su oferta comercial

Analice que canales pueden ser los más indicados para contactarse con el público de su empresa:

- . Proveedores
- . Aliados estratégicos
- . Clientes

Llamadas, correos, chats, documentos, publicidad digital e impresa.

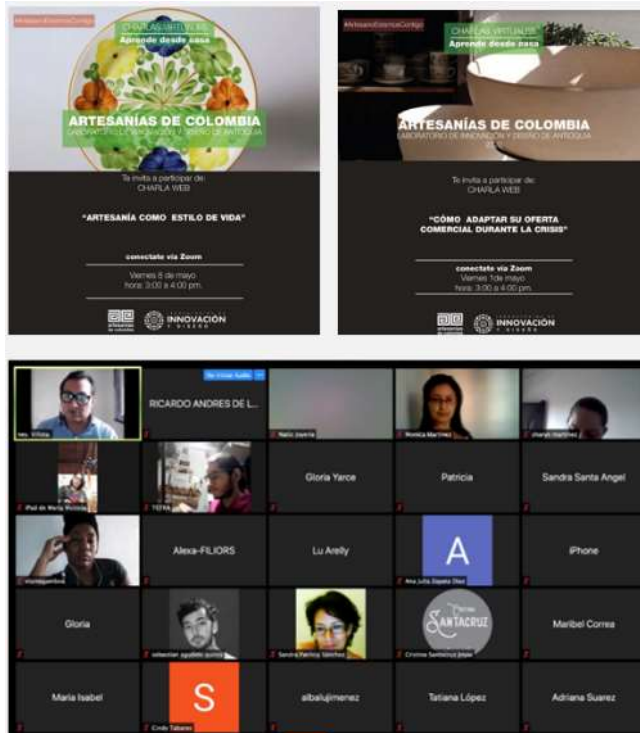


Imagen 13 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.1.3.2 Taller de fotografía de producto / taller de formatos y casos de éxito de laboratorios.

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
Taller de fotografía de producto	21-may.	12
Taller de formatos y casos de éxito de laboratorios	29-may.	4

Tabla 4 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.

Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.1.3.3 Taller De Fotografía De Producto.

La fotografía de producto es el proceso por el cual se registra visualmente en un medio digital o analógico las características físicas y estéticas de un producto; este proceso puede tener como fin apoyar actividades comerciales, culturales o sociológicas de una comunidad.

Actualmente la fotografía de producto es el medio más directo que se puede ofrecer al mercado para dar a conocer la oferta productiva de un taller artesanal, los dispositivos móviles y las redes sociales permiten llegar instantáneamente a clientes potenciales con material fotográfico de calidad, sin necesidad de hacer grandes inversiones en equipos y herramientas especializadas en fotografía.

3.2.1.3.4 Taller de formatos y casos de éxito de laboratorios.

Este taller de formatos de casos de éxitos es visibilizar las propuestas que tienen mayor venta en las ferias de Expoartesánías y Expoartesano con un estudio de ventas, se dan estadísticas que ciertos productos son los más vendidos en las ferias y al consumidor le gusta.



Imagen 14 presentación – muestra de formatos de mobiliario

Fuente: Elaboración propia, 2020

Mobiliario. mesas de centro - butacas - pouff

Iluminación. lámparas de techo

Cestos y contenedores. ropero - papelera - organizadores

Textiles. mantas - manteles - caminos de mesa - individuales

Menaje de mesa y cocina. vajillas

Materas y floreros. de techo - de mesa



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "http://www.artesantiasdecolombia.com.co" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co" artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





Centros de mesa. fruteros
 Jarrones. decorativos
 Objetos decorativos. aplique a mesa y pared.

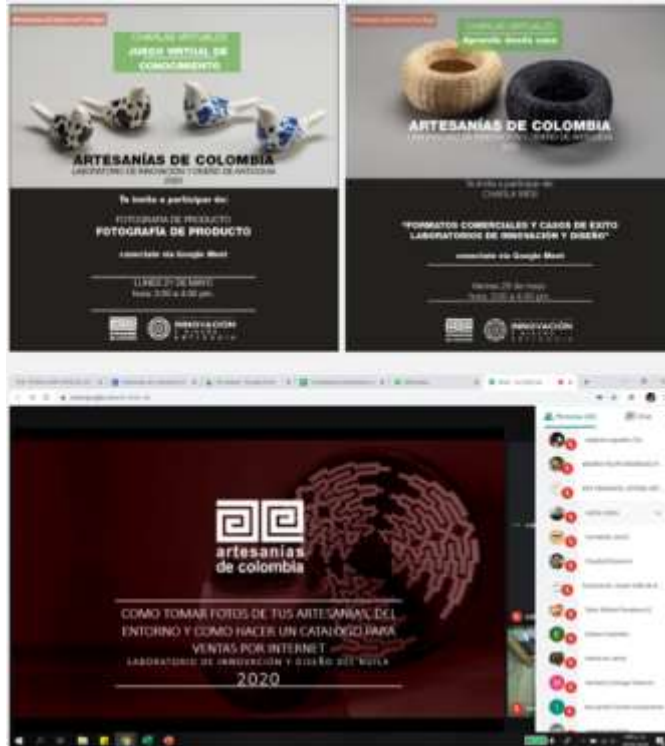


Imagen 15 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
 Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.1.3.5 Taller tips para crear catálogos / Línea y colección

TEMA	FECHA	# ASISTECIA
TALLER TIPS PARA CREAR CATÁLOGOS	5-jun.	18
TALLER LINEA Y COLECCION	12-jun.	12

Tabla 5 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes
 Fuente: Elaboración propia, 2020

Tips Para Crear Catálogos.

Un catálogo es una publicación (Física o digital) donde se dan a *conocer, en forma ordenada, clara y atractiva, los productos o servicios con los que cuenta una empresa.*



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
 HYPERLINK "<http://www.artesantiasdecolombia.com.co>" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
 HYPERLINK "<mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co>"
artesantias@artesantiasdecolombia.com.co



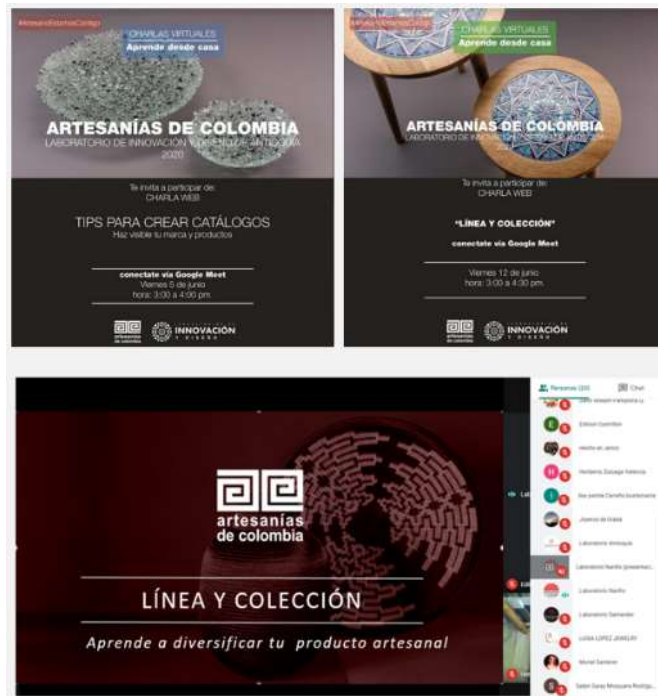


3.2.1.3.6 Taller Línea Y Colección

Este taller va dirigido a todos los artesanos de **Antioquia** con el fin socializar nuevas metodologías y puntos de partida **para diversificar el diseño de productos** elaborados por las comunidades y talleres artesanales.



*Imagen 16 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020*



*Imagen 17 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020*





3.2.1.3.7 Taller Souvenir / Taller Logo

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
TALLER REMOTO 10: SOUVENIR <u>RECUERDO</u>	19-jun.	18
TALLER REMOTO 11: LOGO	2-jul.	16

Tabla 6 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.1.3.8 Taller Souvenir Recuerdo

“Objeto que sirve como recuerdo de la **visita a un lugar**” *Fácil transporte.*



Imagen 18 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.1.3.9 Taller Logo

Un **logotipo** es un símbolo gráfico que identifica visualmente a una marca, producto, proyecto o empresa, para facilitar su reconocimiento, diferenciarse y transmitir información.





Imagen 19 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020

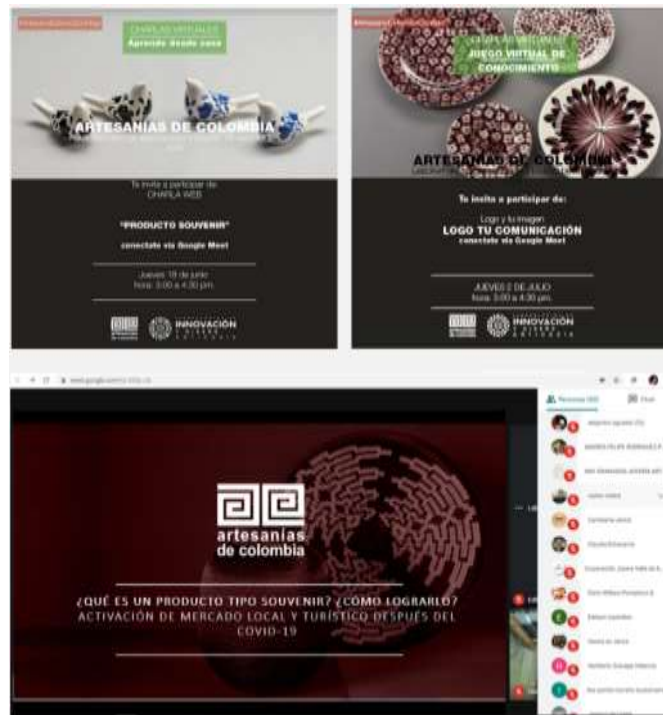


Imagen 20 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.1.3.10 Taller empaque y embalaje / Empaque para la artesanía

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
TALLER REMOTO 12: EMPAQUE Y EMBALAJE	24-jul.	22
TALLER REMOTO 13 EMPAQUE PARA LA ARTESANÍA	12-ago.	12

Tabla 7 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.1.3.11 Taller Empaque Y Embalaje

Los empaques se utilizan para:

- Proteger el producto
- Informar de sus características y uso
- Generar diferenciación y distinción
- Fidelización y posicionamiento de marca

El embalaje se utiliza:

- Contener los productos de forma temporal
- Agrupar unidades de productos
- Transportar y almacenar.



Imagen 21 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.1.3.12 Taller Empaque Para La Artesanía

1. GUACALES DE MADERA
Los guacales de madera son muy resistentes y garantizan el acondicionamiento de la mercancía. Evitan posibles desperfectos de la producción ocasionados por su transporte y almacenamiento. Los guacales se fabrican con madera y son a medida según los requerimientos de la producción.

CARACTERÍSTICAS Y BENEFICIOS
Rígidos, Resistentes, Recomendado para envíos marítimos, terrestres o aéreos y son apilables.

2. GUACALES DE MADERA Y CARTÓN
Guacales fabricadas en cartón y madera, ofrecen máximas prestaciones en cuanto a resistencia, protección y conservación del contenido. La envoltura se puede realizar a partir de uno o dos formatos de cartón plegado alrededor de los marcos de madera, formando un tubo cerrado de sección rectangular. Diseñados a medida, pueden configurarse para ser transportados manualmente o por elementos de manipulación.

CARACTERÍSTICAS Y BENEFICIOS
Apilables, Gran resistencia, Livianos, Producto reciclable 100% y reutilizable, Personalizadas según las necesidades del cliente, Cierre mediante precintado, flejado o granado.

El progreso es de todos. Gobierno de Colombia. Ministerio de Comercio Exterior y Economía.

Imagen 22 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020

Empaques y embalajes para el sector artesano
Conferencia virtual
<https://meet.google.com/za-mat-xyz>
Miércoles, 12 de Agosto de 2020
3:00 pm
Conéctate vía Google Meet

¿QUÉ ES UN PRODUCTO TIPO SOUVENIR? ¿CÓMO LOGRARLO?
ACTIVACIÓN DE MERCADO LOCAL Y TURÍSTICO DESPUÉS DEL COVID-19

Imagen 23 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.1.4 Módulo producción

Bocetos de productos.

Estas propuestas son generadas por el taller de Cerámicas Esmaltarte, El maestro Francisco Cardona.



Imagen 24 Propuestas de bocetos – resultados de productos Taller Cerámica Esmaltarte
Fuente: Elaboración propia, 2020

Estas propuestas son generadas por el taller de Cerámicas El Dorado, La maestra Gladys Bello



Imagen 25 Propuestas de bocetos – resultados de productos Taller Cerámica El Dorado
Fuente: Elaboración propia, 2020



Imagen 26 Propuestas de bocetos – resultados de productos Taller Cerámica El Dorado
Fuente: Elaboración propia, 2020





Estas propuestas son generadas por el taller de Cerámicas El Dorado, el maestro Eduar Cardona



Imagen 27 Propuestas de bocetos – resultados de productos Taller Cerámica Artemania
Fuente: Elaboración propia, 2020



Imagen 28 Propuestas de bocetos – resultados de productos Taller Cerámica Artemania
Fuente: Elaboración propia, 2020



Imagen 29 Propuestas de bocetos – resultados de productos Taller Cerámica Artemania
Fuente: Elaboración propia, 2020



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "<http://www.artesantiasdecolombia.com.co>" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "<mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co>"
artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





Imagen 30 Propuestas de bocetos – resultados de productos Taller Cerámica Bernardo Betancur

Fuente: Elaboración propia, 2020

Las propuestas que se realizaron para Carmen de Viboral con los talleres de Cerámicas Esmaltarte Cerámicas Artemanía y Cerámicas Bernardo Betancur se lograron 20 propuestas aprobadas, en este proceso se realizó previos de consultas con el diseñador líder para mejorar las propuestas.

El día de comité de diseño se presentan las propuestas bocetos donde se hacen las aprobaciones para realizar los prototipos. En el siguiente modulo se presenta los seguimientos de las propuestas aprobadas.

REFERENCIAS DISEÑADAS	REFERENCIAS APROBADAS	REFERENCIAS PRODUCIDAS
28	22	20

Tabla 8 Tabla de referencias presentadas ante comité de diseño

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.1.5 Prototipos

Las propuestas que se realizaron para Carmen de Viboral con los talleres de Cerámicas Esmaltarte Cerámicas Artemanía y Cerámicas Bernardo Betancur, realizan seguimiento por medios fotográficos.





Proceso de diseño

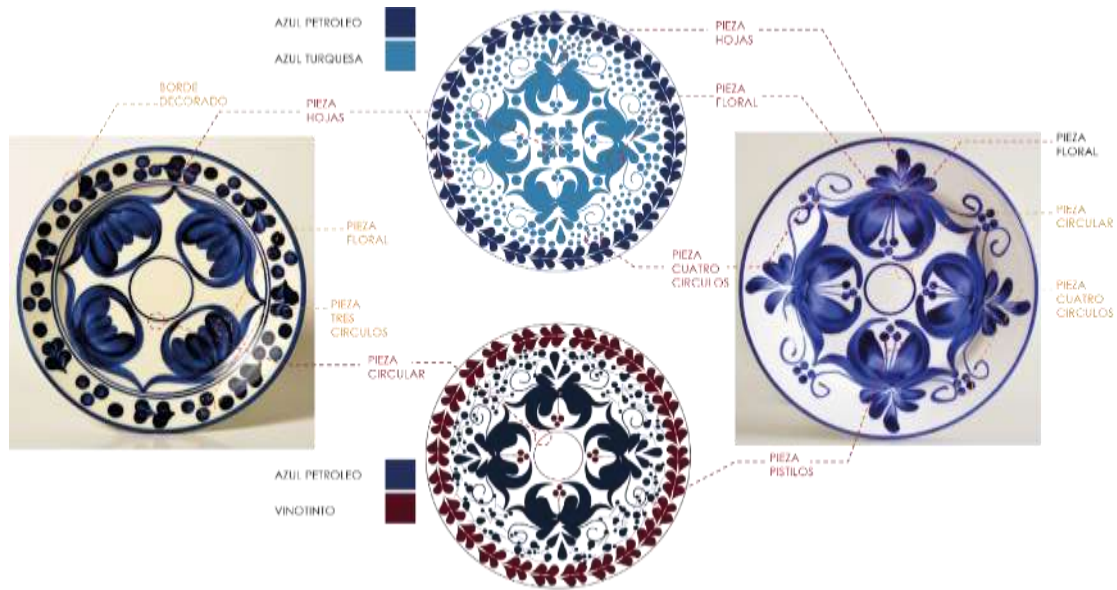


Imagen 31 Propuestas de bocetos – resultados de productos Taller Cerámica Esmaltarte

Fuente: Elaboración propia, 2020



Imagen 32 Prototipos – resultados de productos Taller Cerámica Esmaltarte

Fuente: Elaboración propia, 2020



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "<http://www.artesantiasdecolombia.com.co>" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "<mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co>"
artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





*Imagen 33 Prototipos – resultados de productos Taller Cerámica Esmaltarte
Fuente: Elaboración propia, 2020*



*Imagen 34 Prototipos – resultados de productos Taller Cerámica Esmaltarte
Fuente: Elaboración propia, 2020*



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "<http://www.artesantiasdecolombia.com.co>" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "<mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co>"
artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





Imagen 34 Prototipos – resultados de productos Taller Cerámica Esmaltarte
Fuente: Elaboración propia, 2020



Imagen 35 Prototipos – resultados de productos Taller Cerámica Artemania
Fuente: Elaboración propia, 2020





*Imagen 36 Prototipos – resultados de productos Taller Cerámica Artemania
Fuente: Elaboración propia, 2020*



*Imagen 37 Prototipos – resultados de productos Taller Cerámica Artemania
Fuente: Elaboración propia, 2020*





Imagen 38 Prototipos – resultados de productos Taller Cerámica Artemania
Fuente: Elaboración propia, 2020



Imagen 39 Prototipos – resultados de productos Taller Cerámica Artemania
Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.1.6 Líneas de producción desarrolladas

Después de finalizado el proceso de fortalecimiento y posteriormente llevar a cabo el proceso productivo obtenido del seguimiento a la conceptualización y diseño de los productos, se aprueba un inventario final de producción según las líneas desarrolladas y preseleccionadas de cada municipio de intervención; todos estos productos, fabricados a partir de los planos de producción establecidos durante el periodo de fortalecimiento.



*Imagen 40 guía de envía–Taller Cerámica Esmaltarte
Fuente: Elaboración propia, 2020*

3.2.1.7 Planos técnicos

Durante todo el proceso de acompañamiento y fortalecimiento desde la parte del diseño y la productividad impartidos a cada una de las unidades productivas incluidas dentro del marco del convenio Región Antioquia, y tomando como base de capacitación la identidad artesanal, mediante la cual se fundamentaron los talleres de fortalecimiento. Se puede decir que al final de cada proceso formativo a través del acompañamiento por parte de los profesionales, se generan finalmente productos de buena concepción de diseño y producción acordes a los requerimientos del mercado, dando por terminado un proceso de fortalecimiento que se puede evidenciar mediante planos técnicos concluyentes de cada producto seleccionado.

Por tal motivo, se desarrollaron líneas de producto que sirvieron como base para la renovación y exploración de nuevas ofertas de productos elaborados por medio de oficios artesanales que desempeñan las comunidades. Para el desarrollo de estas líneas de producto se tuvieron en cuenta los conocimientos técnicos y oficios desempeñados por la comunidad, además de sus conocimientos ancestrales desde lo cultural. (Ver anexo 03 FICHAS DE PLANOS FORCVS14A).



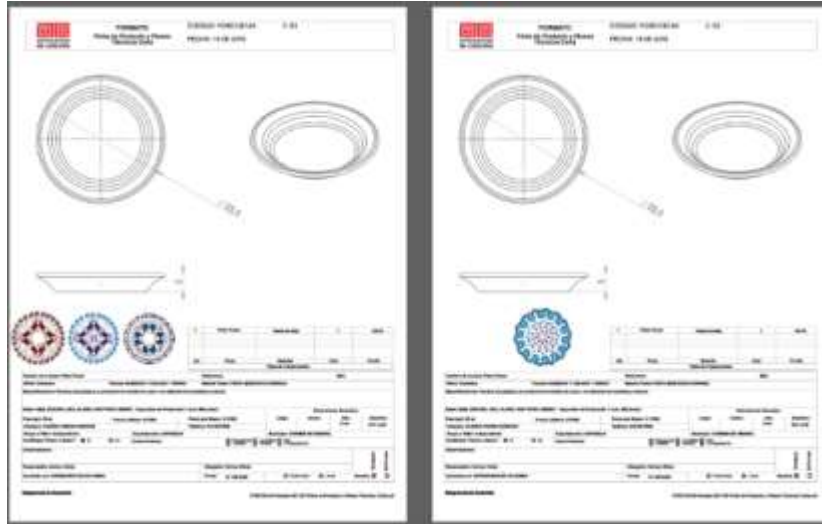


Imagen 41 Planos técnicos –productos aprobados Taller Cerámica Esmaltarte

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.2 El Retiro

El Retiro es un municipio de Colombia, situado en la subregión Oriente del departamento de Antioquia. Limita por el norte con los municipios de Envigado y Rionegro, por el este con los municipios de Rionegro y La Ceja, por el sur con La Ceja y Montebello y por el oeste con los municipios de Santa Bárbara, Caldas y Envigado.

Fundado en el año de 1790 y erigido como municipio el 15 de octubre de 1814; El Retiro es de tradición ebanista y carpintera, de manos laboriosas y experimentadas que han transmitido sus conocimientos de generación tras generación durante más de 100 años. La inspiración, la creatividad y el trabajo manual de estos artesanos transforman la madera en muebles de reconocida hermosura, calidad y duración y esta producción es uno de los principales renglones de la economía del Municipio.³ Esta labor artesanal, se puede ver evidenciada en la carretera que lleva desde Medellín a al municipio de Rionegro donde se puede encontrar carpinterías productoras de muebles a lo largo de toda la carretera.



³ Tomado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/El_Retiro_\(Antioquia\)](https://es.wikipedia.org/wiki/El_Retiro_(Antioquia))





Imagen 42 Mapa del Retiro
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.2.1 Talleres artesanales.

3.2.2.1.1 José Saldarriaga

Realiza la alfarería como su oficio, en el cual lleva 20 años. Elabora piezas utilitarias y de decoración, también piezas decorativas de navidad y algunas frutales.



Imagen 43 Fotografías de productos del artesano José Saldarriaga
Fuente: Fotografía Herney Villota, 2019





3.2.2.1.2 Luz Bedoya

Realiza la técnica de la cuerda seca en la que se desempeña desde hace 15 años. Aplica la decoración de Baldosas usándolas sobre piezas de madera como mesas, queseras, portavasos etc. Su fuerte es la decoración en pintura.



*Imagen 44 Fotografías de productos artesana Luz Bedoya
Fuente: Fotografía Herney Villota, 2019*

3.2.2.2 Módulo de Virtualidad asesorías

En el desarrollo de las actividades del módulo de diseño, se ejecutaron talleres y capacitaciones las cuales fortalecen de manera virtual los procesos de diseño, a través del entendimiento de los procesos que le permiten establecer una mejor comunicación desde la parte fundamental de diseño hasta llegar al proceso productivo y su posterior relación comercial y aceptación del consumidor final. Para estos aspectos de diseño se presentó el fortalecimiento desde los talleres enfocados en: color, texturas, referentes, tendencias, identidad, empaques etc.

En estos talleres, se trabajó desde los siguientes aspectos:

1. Rediseño y diversificación en la oferta artesanal enfocada al mercado local.
2. Capacitación teórica/práctica en temas como: Tendencias, color, texturas, identidad, referentes, línea y colección, vitrina, empaque etc.





3. Revisión y recomendaciones puntuales para mejoramiento del producto enfocado a mercado local. Sugiriendo cambios a nivel de color y composición de las pintas estableciendo diseños que destaquen la técnica y las habilidades de cada taller artesanal.

4. Exposición de los fundamentos en técnicas relacionados al empaque y embalaje. Se establecen conceptos para generar personalización y distinción a través del empaque. Actividad teórico práctica en la cual se genera la propuesta de empaque para uno de los productos que seleccione el artesano.

Todo esto, se realizó bajo la metodología de co-diseño, ya que permite desarrollar nuevos productos y procesos, teniendo en cuenta la curva de aprendizaje de cada taller artesanal como insumo indispensable para crear piezas comercialmente atractivas en mercado local y nacional.

3.2.2.3 Módulo de Diseño Virtualidad

3.2.2.3.1 Taller de Artesanía y su oferta comercial / Artesanía como un estilo de vida

TEMA	FECHA	# ASISTECIA
Taller de Artesanía y su oferta comercial	1-may.	4
Taller de Artesanía y su oferta comercial	4-may.	7
Taller de Artesanía como un estilo de vida	8-may.	5
Taller de Artesanía como un estilo de vida	11-may.	8

Tabla 9 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.2.3.2 Artesanía como un estilo de vida

El oficio artesanal deriva el principal sustento económico del artesano. (Compromiso y pasión por el trabajo) La exploración técnica y artística de cada individuo o comunidad hacen de su trabajo algo único. (Dominio del oficio) Mantiene un legado que viene de generación en generación (Artesanía tradicional e indígena)

3.2.2.3.3 Artesanía y su oferta comercial

Analice que canales pueden ser los más indicados para contactarse con el público de su empresa:

- . Proveedores
- . Aliados estratégicos
- . Clientes





Llamadas, correos, chats, documentos, publicidad digital e impresa.

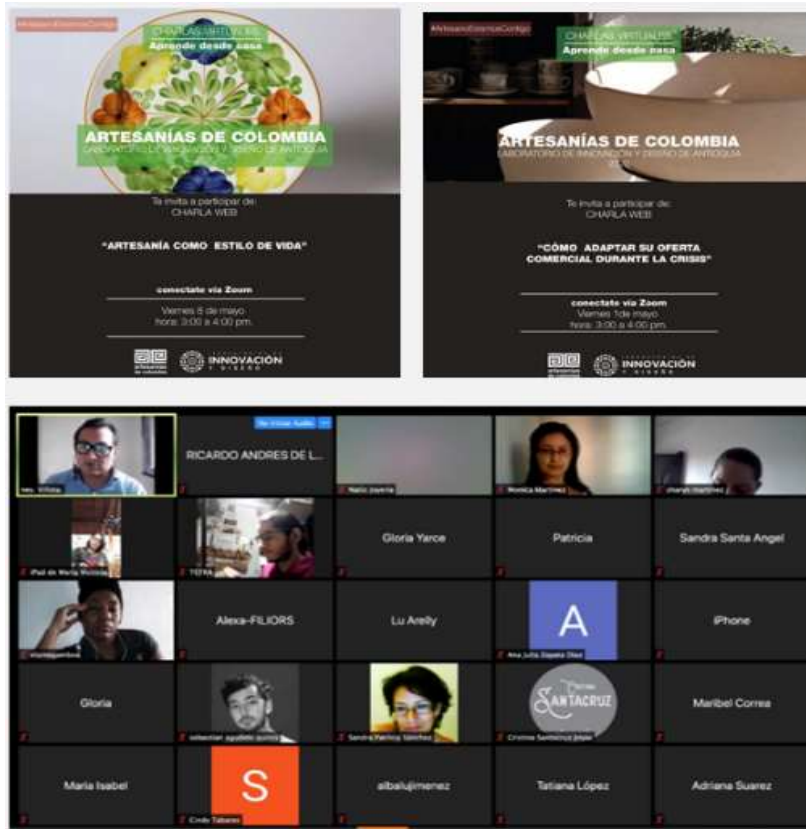


Imagen 45 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.2.3.4 Taller de fotografía de producto / taller de formatos y casos de éxito de laboratorios.

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
Taller de fotografía de producto	21-may.	6
Taller de formatos y casos de éxito de laboratorios	29-may.	5

Tabla 10 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.

Fuente: Elaboración propia, 2020

La fotografía de producto es el proceso por el cual se registra visualmente en un medio digital o analógico las características físicas y estéticas de un producto; este proceso puede tener como fin apoyar actividades comerciales, culturales o sociológicas de una comunidad.



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
 HYPERLINK "http://www.artesantiasdecolombia.com.co" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
 HYPERLINK "mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co" artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





Actualmente la fotografía de producto es el medio más directo que se puede ofrecer al mercado para dar a conocer la oferta productiva de un taller artesanal, los dispositivos móviles y las redes sociales permiten llegar instantáneamente a clientes potenciales con material fotográfico de calidad, sin necesidad de hacer grandes inversiones en equipos y herramientas especializadas en fotografía.

3.2.2.3.5 Taller De Formatos Y Casos De Éxito De Laboratorios.

Este taller de formatos de casos de éxitos es visibilizar las propuestas que tienen mayor venta en las ferias de Expoartesanías y Expoartesano con un estudio de ventas, se dan estadísticas que ciertos productos son los más vendidos en las ferias y al consumidor le gusta.



Imagen 46 presentación – muestra de formatos de mobiliario
Fuente: Elaboración propia, 2020

Mobiliario. mesas de centro - butacas - pouff

Iluminación. lámparas de techo

Cestos y contenedores. ropero - papelera - organizadores

Textiles. mantas - manteles - caminos de mesa - individuales

Menaje de mesa y cocina. vajillas

Materas y floreros. de techo - de mesa

Centros de mesa. fruteros

Jarrones. decorativos

Objetos decorativos. aplique a mesa y pared.



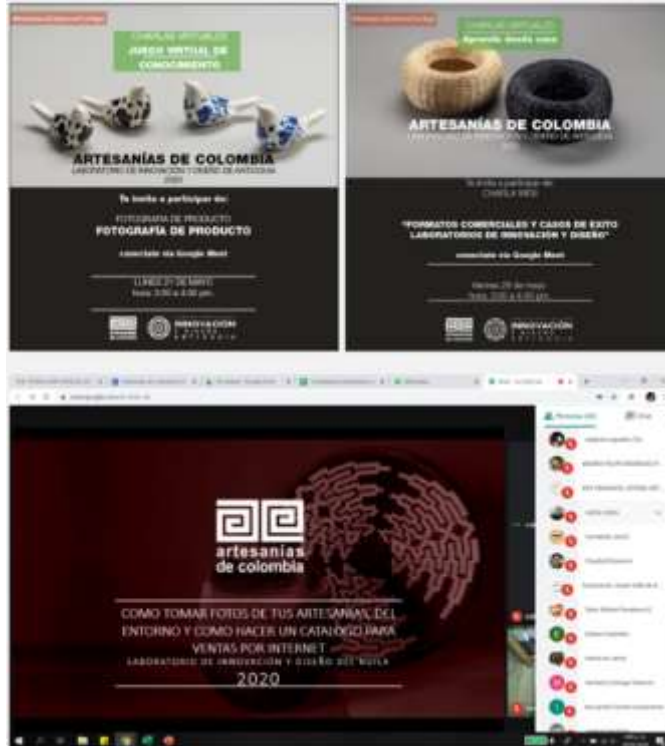


Imagen 47 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.2.3.6 Taller tips para crear catálogos / Línea y colección

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
TALLER TIPS PARA CREAR CATÁLOGOS	5-jun.	4
TALLER LINEA Y COLECCION	12-jun.	6

Tabla 9 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.2.3.7 Tips Para Crear Catálogos.

Un catálogo es una publicación (Física o digital) donde se dan a *conocer, en forma ordenada, clara y atractiva, los productos o servicios con los que cuenta una empresa.*





3.2.2.3.8 Taller Línea Y Colección

Este taller va dirigido a todos los artesanos de **Antioquia** con el fin socializar nuevas metodologías y puntos de partida **para diversificar el diseño de productos** elaborados por las comunidades y talleres artesanales.



Imagen 48 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020

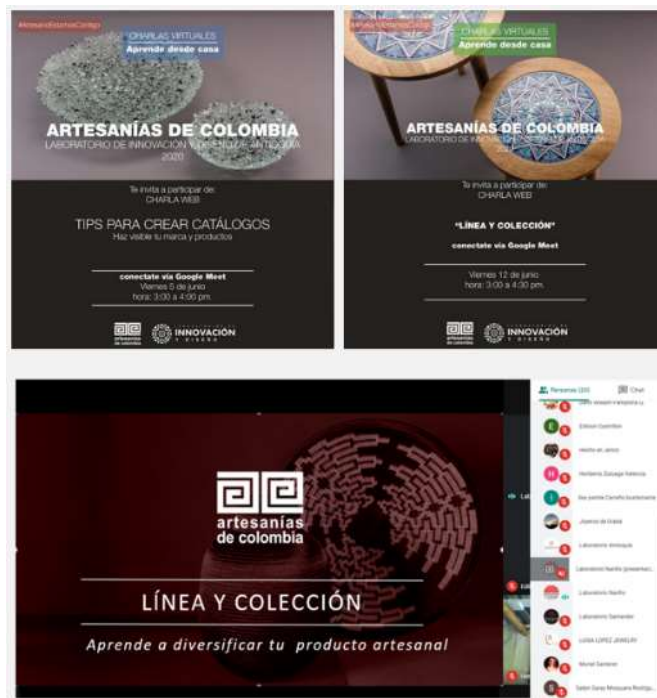


Imagen 49 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.2.3.9 Taller Souvenir / Taller Logo

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
TALLER REMOTO 10: SOUVENIR <u>RECUERDO</u>	19-jun.	7
TALLER REMOTO 11: LOGO	2-jul.	5

Tabla 11 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.2.3.10 Taller Souvenir Recuerdo

“Objeto que sirve como recuerdo de la **visita a un lugar**” *Fácil transporte.*



Imagen 50 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020

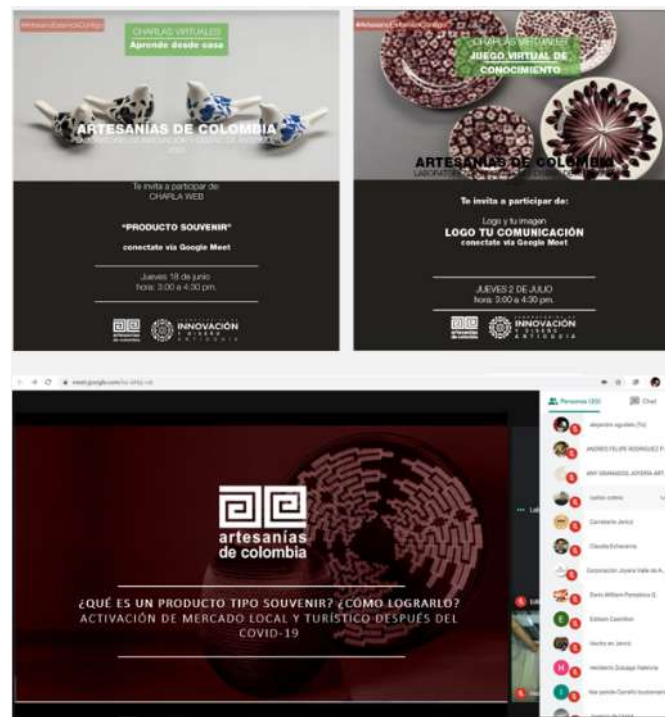
3.2.2.3.11 Taller Logo

Un **logotipo** es un símbolo gráfico que identifica visualmente a una marca, producto, proyecto o empresa, para facilitar su reconocimiento, diferenciarse y transmitir información.





*Imagen 51 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020*



*Imagen 52 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020*





3.2.2.3.12 Taller empaque y embalaje / Empaque para la artesanía

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
TALLER REMOTO 12: EMPAQUE Y EMBALAJE	24-jul.	6
TALLER REMOTO 13 EMPAQUE PARA LA ARTESANÍA	12-ago.	5

Tabla 11 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.2.3.13 Taller Empaque Y Embalaje

Los empaques se utilizan para:

- Proteger el producto
- Informar de sus características y uso
- Generar diferenciación y distinción
- Fidelización y posicionamiento de marca

El embalaje se utiliza:

- Contener los productos de forma temporal
- Agrupar unidades de productos
- Transportar y almacenar.



Imagen 53 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.2.3.14 Taller Empaque Para La Artesanía

1. GUACALES DE MADERA
Los guacales de madera son muy resistentes y garantizan el acondicionamiento de la mercancía. Evitan posibles desperfectos de la producción ocasionados por su transporte y almacenamiento. Los guacales se fabrican con madera y son a medida según los requerimientos de la producción.
CARACTERÍSTICAS Y BENEFICIOS
Rígidos, Resistentes, Recomendado para envíos marítimos, terrestres o aéreos y son apilables.

2. GUACALES DE MADERA Y CARTÓN
Guacales fabricadas en cartón y madera, ofrecen máximas prestaciones en cuanto a resistencia, protección y conservación del contenido. La envoltura se puede realizar a partir de uno o dos formatos de cartón plegado alrededor de los marcos de madera, formando un tubo cerrado de sección rectangular. Diseñados a medida, pueden configurarse para ser transportados manualmente o por elementos de manipulación.
CARACTERÍSTICAS Y BENEFICIOS
Apilables, Gran resistencia, Livianos, Producto reciclable 100% y reutilizable, Personalizadas según las necesidades del cliente, Cierre mediante precintado, flejado o granado.

El progreso es de todos. Gobierno de Colombia. Ministerio de Comercio Exterior y Economía. Artesanías de Colombia.

Imagen 54 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020

Imagen 55 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.2.4 Módulo de Producción

En el desarrollo de actividades del módulo de diseño, se ejecutaron talleres y capacitaciones, las cuales fortalecen de manera dinámica los procesos de diseño, a través del entendimiento de los procesos que le permiten establecer una mejor comunicación desde la parte fundamental de diseño hasta llegar al proceso productivo y su posterior relación comercial y aceptación del consumidor final. Para estos aspectos de diseño se presentó el fortalecimiento desde los talleres enfocados en: color, texturas, referentes, tendencias, identidad, empaques, vitrinismo etc.

Bocetos de productos.



*Imagen 56 Propuestas de bocetos – resultados de productos Taller el Alfarero
Fuente: Elaboración propia, 2020*





*Imagen 57 Propuestas de bocetos – resultados de productos Taller La Baldosería
Fuente: Elaboración propia, 2020*

Las propuestas que se realizaron para El municipio del El Retiro con los talleres de El Alfarero y taller La Baldosería se lograron 3 propuestas aprobadas, en este proceso se realizó previos de consultas con el diseñador líder para mejorar las propuestas.

El día de comité de diseño se presentan las propuestas bocetos donde se hacen las aprobaciones para realizar los prototipos. En el siguiente modulo se presenta los seguimientos de las propuestas aprobadas.

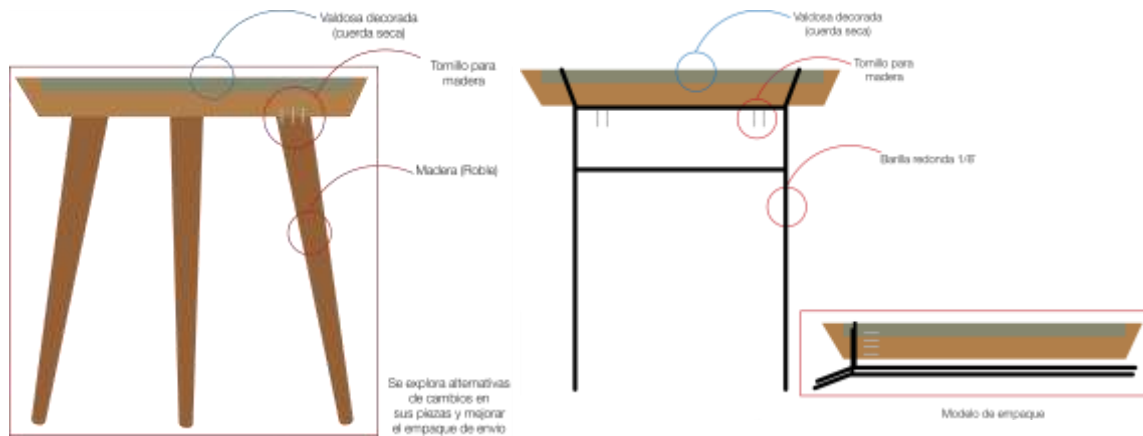
REFERENCIAS DISEÑADAS	REFERENCIAS APROBADAS	REFERENCIAS PRODUCIDAS
7	5	3

*Tabla 12 Tabla de referencias presentadas ante comité de diseño
Fuente: Elaboración propia, 2020*

3.2.2.5 Prototipos de productos.

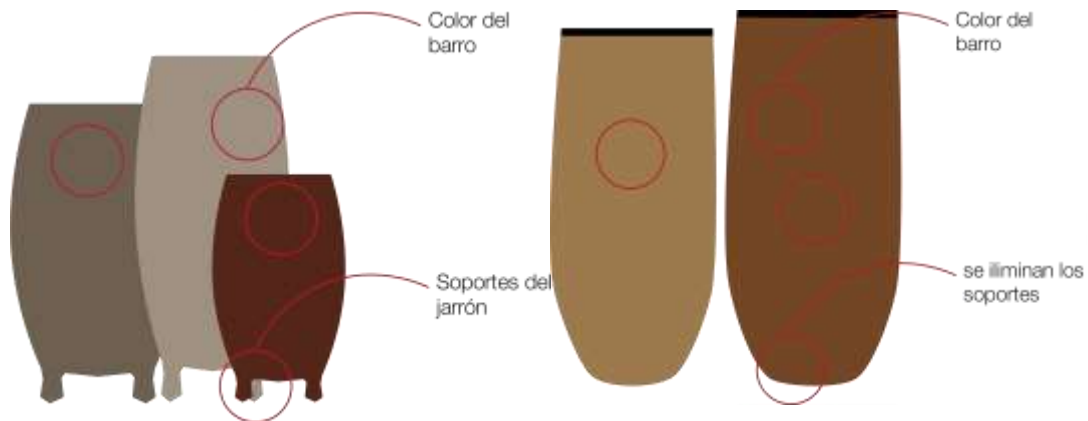
Proceso de diseño





*Imagen 58 Proceso de diseño – resultados de productos Taller La Baldosería
Fuente: Elaboración propia, 2020*

Las propuestas de diseño del año pasado 2019 se toman la parte superior de la base que se contiene la decoración en cuerda seca se evalúa el tamaño de empaque



*Imagen 59 Proceso de diseño – resultados de productos Taller La Baldosería
Fuente: Elaboración propia, 2020*

Cada elemento de cada decoración se toma en cuenta para generar unas nuevas piezas y rediseñar una nueva propuesta.



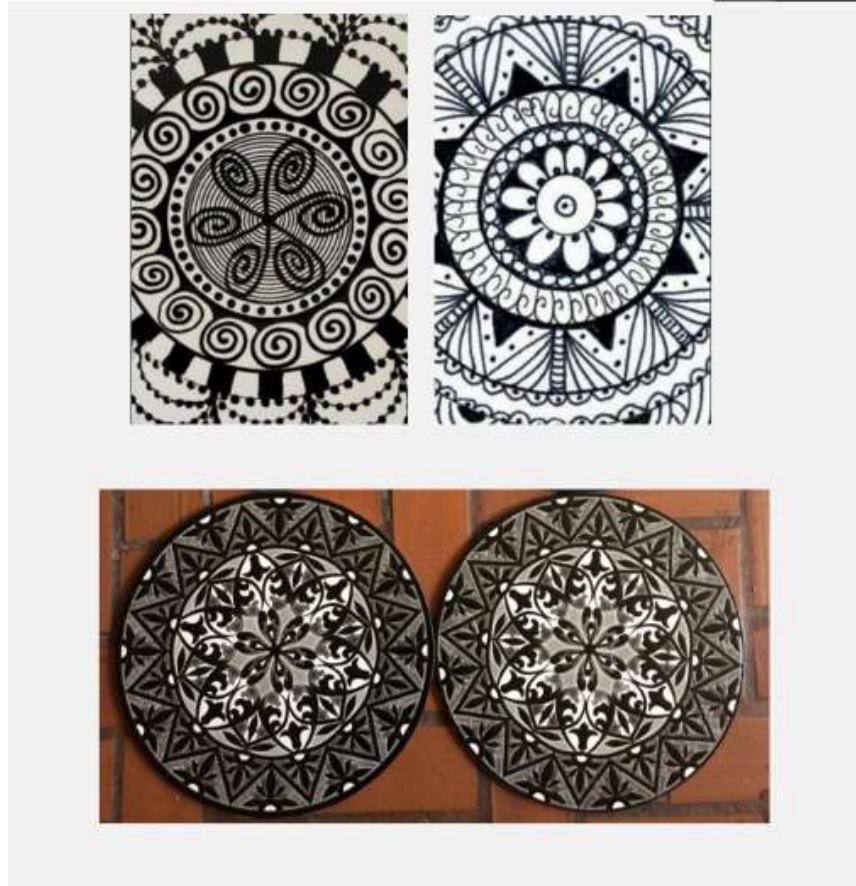


*Imagen 60 Prototipos – resultados de productos Taller La Baldosería
Fuente: Elaboración propia, 2020*



*Imagen 61 Prototipos – resultados de productos Taller La Baldosería
Fuente: Elaboración propia, 2020*



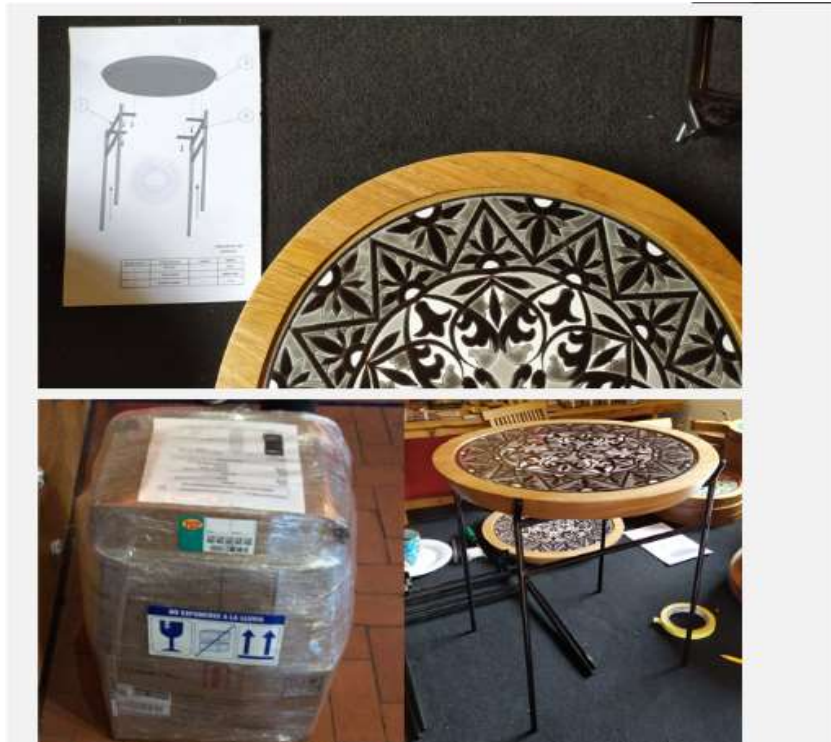


*Imagen 62 Prototipos – resultados de productos Taller La Baldosería
Fuente: Elaboración propia, 2020*



*Imagen 63 Prototipos – resultados de productos Taller La Baldosería
Fuente: Elaboración propia, 2020*





*Imagen 64 Prototipos – resultados de productos Taller La Baldosería
Fuente: Elaboración propia, 2020*



*Imagen 65 Prototipos – resultados de productos Taller El Alfarero
Fuente: Elaboración propia, 2020*





Imagen 66 Prototipos – resultados de productos Taller El Alfarero
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.2.6 Líneas de producción desarrolladas.

Después de finalizado el proceso de fortalecimiento y posteriormente llevar a cabo el proceso productivo obtenido del seguimiento a la conceptualización y diseño de los productos, se aprueba un inventario final de producción según las líneas desarrolladas y preseleccionadas de cada municipio de intervención; todos estos productos, fabricados a partir de los planos de producción establecidos durante el periodo de fortalecimiento.



Imagen 67 GUIAS –Taller La Baldosería / Taller El Alfarero
Fuente: Elaboración propia, 2020

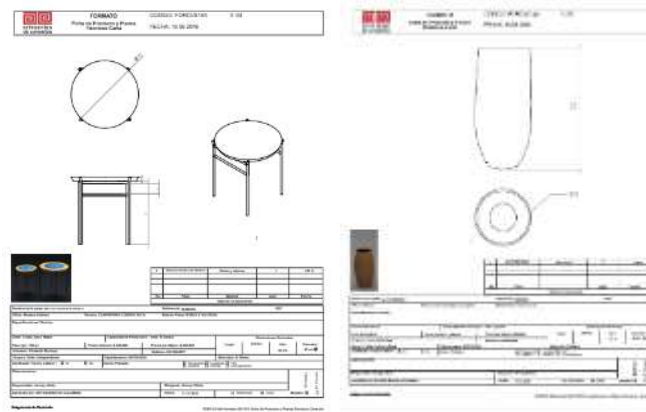




3.2.2.7 Planos técnicos

Durante todo el proceso de acompañamiento y fortalecimiento desde la parte del diseño y la productividad impartidos a cada una de las unidades productivas incluidas dentro del marco del convenio Región Antioquia, y tomando como base de capacitación la identidad artesanal, mediante la cual se fundamentaron los talleres de fortalecimiento. Se puede decir que al final de cada proceso formativo a través del acompañamiento por parte de los profesionales, se generan finalmente productos de buena concepción de diseño y producción acordes a los requerimientos del mercado, dando por terminado un proceso de fortalecimiento que se puede evidenciar mediante planos técnicos concluyentes de cada producto seleccionado.

Por tal motivo, se desarrollaron líneas de producto que sirvieron como base para la renovación y exploración de nuevas ofertas de productos elaborados por medio de oficios artesanales que desempeñan las comunidades. Para el desarrollo de estas líneas de producto se tuvieron en cuenta los conocimientos técnicos y oficios desempeñados por la comunidad, además de sus conocimientos ancestrales desde lo cultural.



*Imagen 68 Planos técnicos –productos aprobados Taller Cerámica Esmaltarte
Fuente: Elaboración propia, 2020*

3.2.3 Sonsón (La Danta)

Fundado el 4 de agosto de 1800 y con una población actual de 35,750 habitantes⁴, Sonsón es un municipio que posee una enorme riqueza natural, singularizada por la extensa zona de páramo con un biodiverso bosque pluvial. Sus suelos cálidos están localizados en las llanuras del Magdalena medio, en límites con los departamentos de Boyacá, Caldas y el municipio



⁴ Tomado de: <http://pdpmagdalenacentro.org/pagina2016/sistema-de-informacion-irmac-sonson-antioquia/>



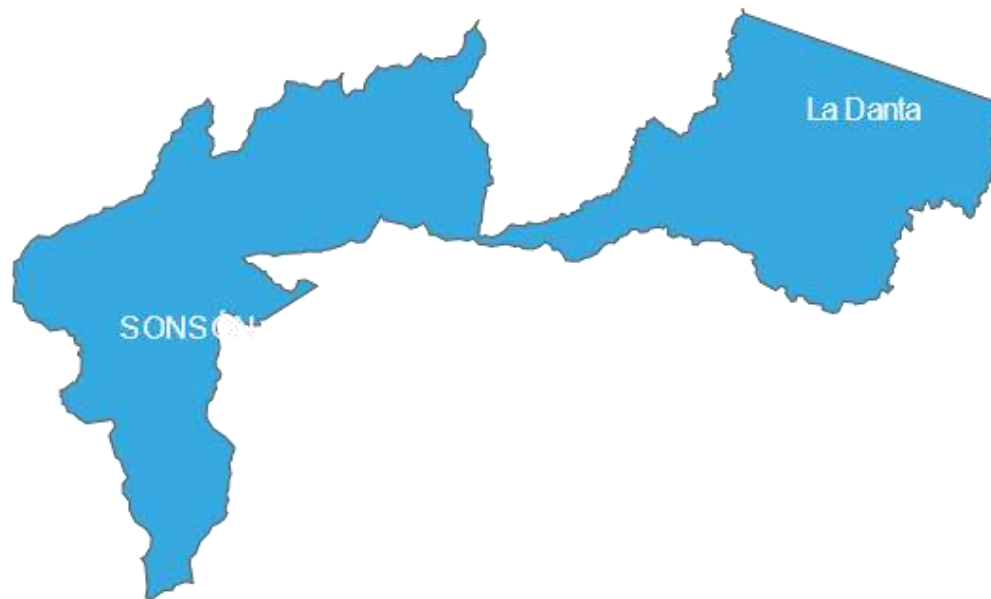


antioqueño de Puerto Triunfo siendo abundantes en la región el mármol, algunos cítricos, el ganado y la trucha.

Dentro de sus recursos naturales, Sonsón cuenta con Caliza, mármol y barro para fabricación de ladrillo y teja, granito y roca para balastrería

Por su situación geográfica y difícil acceso, la conservación del entorno natural es excepcional. Sin embargo, las dificultades económicas y la poca presencia gubernamental en la región, han originado algunos focos de minería ilegal.

De acuerdo al marco constitucional vigente, el municipio se subdivide en una cabecera municipal y 8 corregimientos dentro de los cuales se encuentra el corregimiento de La Danta área de la que se desprende el enfoque artesanal actual.⁵



*Imagen 69 Mapa de Sonsón
Fuente: Elaboración propia, 2020*

Corregimiento La Danta, Talla en Mármol.



⁵ Tomado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Sons%C3%B3n#Historia>





*Imagen 70 Plaza central Corregimiento La Danta
Fuente: Fotografía Herney Villota, 2019*

A 65 kilómetros de Medellín, cinco kilómetros adelante de Río Claro, La Danta está ubicada en el sector del cinturón de mármol de Río Claro, al oriente del municipio de Sonsón. Un corregimiento de 5.000 habitantes, fundada hace 50 años, zona donde se disputaban los grupos armados FARC y AUC luego las AUC toma el corregimiento por 25 años comandado por Alias “Macgyver”.

Luego de un proceso de paz, este grupo retorna a la vida civil después de que el estado y algunas ONG otorgaran algunos beneficios que ofrecieron para desarrollar oficios como el trabajo en la transformación de la guadua y otros oficios técnicos que sirvieron para mejorar su situación.

3.2.3.1 Talleres artesanales.

Grupo 1 se encuentra en la cabecera del corregimiento, transforman la piedra de mármol usando la técnica de la talla.

Grupo 2 se encuentra en la vereda El Reposo, transforman la piedra de mármol usando la técnica de la talla.



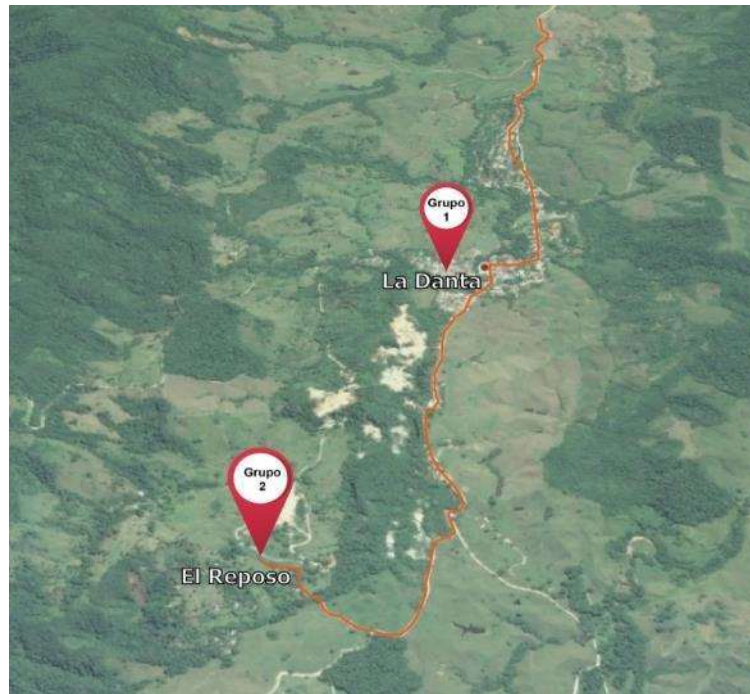


Imagen 71 Grupos de artesanos en la Danta y el Reposo
Fuente: Adaptado por Herney Villota, 2019

3.2.3.1.1 Grupo 1. Corregimiento de la Danta.

Está conformado por Wilman Álvarez y Ernesto Magrovejo quienes se desempeñan en su cotidianidad como constructores. También son artesanos de talla en piedra de mármol oficio que llevan desarrollando por tres años, en el que elaboran piezas pequeñas con figuras de animales como por ejemplo dantas, elefantes, lagartijas, hipopótamos etc.



Imagen 72 Grupos de artesanos en la Danta Artesanos del mármol
Fuente: Adaptado por Herney Villota, 2019





3.2.3.1.2 Grupo 2. Vereda el Reposo.

Está conformado por Horacio Orozco y Noa Sánchez quien se desempeñan en su cotidianidad como agricultores. Ellos también se desempeñan como artesano de talla en piedra de mármol desde hace tres años. También elabora piezas pequeñas con figuras de animales, como, por ejemplo, dantas, elefantes, lagartijas, hipopótamos etc.



Imagen 73 Grupos de artesanos en la vereda El Reposo

Fuente: Fotografía por Herney Villota, 2019

3.2.3.2 Módulo de Virtualidad Asesorías

En el desarrollo de las actividades del módulo de diseño, se ejecutaron talleres y capacitaciones las cuales fortalecen de manera virtual los procesos de diseño, a través del entendimiento de los procesos que le permiten establecer una mejor comunicación desde la parte fundamental de diseño hasta llegar al proceso productivo y su posterior relación comercial y aceptación del consumidor final. Para estos aspectos de diseño se presentó el fortalecimiento desde los talleres enfocados en: color, texturas, referentes, tendencias, identidad, empaques etc.

En estos talleres, se trabajó desde los siguientes aspectos:

5. Rediseño y diversificación en la oferta artesanal enfocada al mercado local.
6. Capacitación teórica/práctica en temas como: Tendencias, color, texturas, identidad, referentes, línea y colección, vitrina, empaque etc.
7. Revisión y recomendaciones puntuales para mejoramiento del producto enfocado a mercado local. Sugiriendo cambios a nivel de color y composición de las pintas estableciendo diseños que destaquen la técnica y las habilidades de cada taller artesanal.





8. Exposición de los fundamentos en técnicas relacionados al empaque y embalaje. Se establecen conceptos para generar personalización y distinción a través del empaque. Actividad teórico práctica en la cual se genera la propuesta de empaque para uno de los productos que seleccione el artesano.

Todo esto, se realizó bajo la metodología de co-diseño, ya que permite desarrollar nuevos productos y procesos, teniendo en cuenta la curva de aprendizaje de cada taller artesanal como insumo indispensable para crear piezas comercialmente atractivas en mercado local y nacional.

3.2.3.3 Módulo de Diseño Virtualidad

3.2.3.3.1 Taller de Artesanía y su oferta comercial / Artesanía como un estilo de vida

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
Taller de Artesanía y su oferta comercial	1-may.	0
Taller de Artesanía y su oferta comercial	4-may.	0
Taller de Artesanía como un estilo de vida	8-may.	0
Taller de Artesanía como un estilo de vida	11-may.	0

Tabla 13 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.3.3.2 Artesanía como un estilo de vida

El oficio artesanal deriva el principal sustento económico del artesano. (Compromiso y pasión por el trabajo) La exploración técnica y artística de cada individuo o comunidad hacen de su trabajo algo único. (Dominio del oficio) Mantiene un legado que viene de generación en generación (Artesanía tradicional e indígena)

3.2.3.3.3 Artesanía y su oferta comercial

Analice que canales pueden ser los más indicados para contactarse con el público de su empresa:

- . Proveedores
- . Aliados estratégicos
- . Clientes

Llamadas, correos, chats, documentos, publicidad digital e impresa.



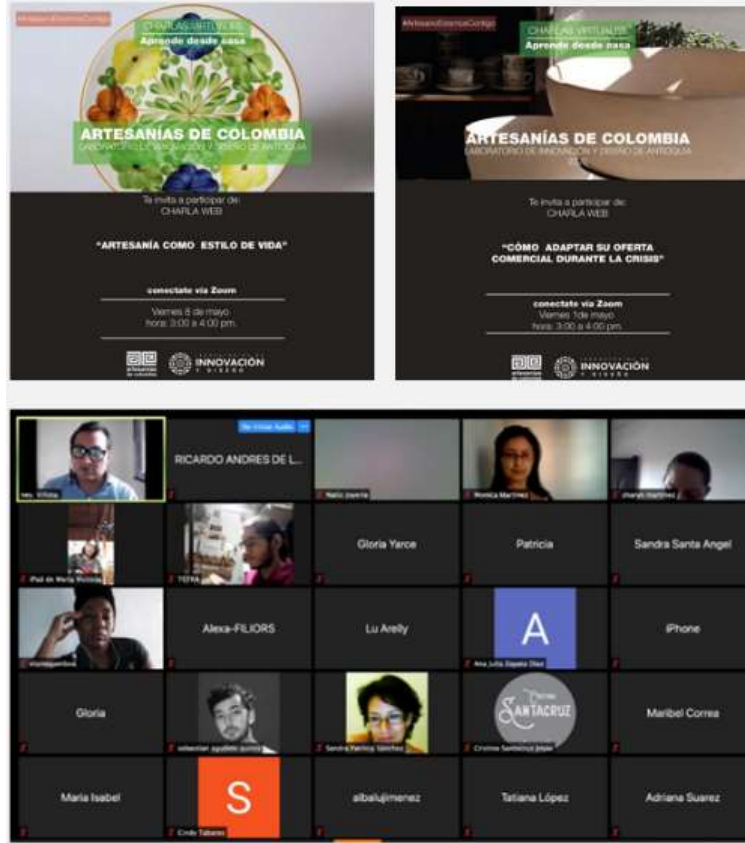


Imagen 74 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.3.3.4 Taller De Fotografía De Producto / Taller De Formatos Y Casos De Éxito De Laboratorios.

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
Taller de fotografía de producto	21-may.	2
Taller de formatos y casos de éxito de laboratorios	29-may.	2

Tabla 14 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes. Fuente: Elaboración propia, 2020

La fotografía de producto es el proceso por el cual se registra visualmente en un medio digital o analógico las características físicas y estéticas de un producto; este proceso puede tener como fin apoyar actividades comerciales, culturales o sociológicas de una comunidad.

Actualmente la fotografía de producto es el medio más directo que se puede ofrecer al mercado para dar a conocer la oferta productiva de un taller artesanal, los dispositivos móviles y las redes sociales permiten llegar instantáneamente a clientes potenciales con





material fotográfico de calidad, sin necesidad de hacer grandes inversiones en equipos y herramientas especializadas en fotografía.

3.2.3.3.5 Taller De Formatos Y Casos De Éxito De Laboratorios.

Este taller de formatos de casos de éxitos es visibilizar las propuestas que tienen mayor venta en las ferias de Expoartesanías y Expoartesano con un estudio de ventas, se dan estadísticas que ciertos productos son los más vendidos en las ferias y al consumidor le gusta.



Imagen 75 presentación – muestra de formatos de mobiliario

Fuente: Elaboración propia, 2020

Mobiliario. mesas de centro - butacas - pouff

Iluminación. lámparas de techo

Cestos y contenedores. ropero - papelera - organizadores

Textiles. mantas - manteles - caminos de mesa - individuales

Menaje de mesa y cocina. vajillas

Materas y floreros. de techo - de mesa

Centros de mesa. fruteros

Jarrones. decorativos

Objetos decorativos. aplique a mesa y pared.



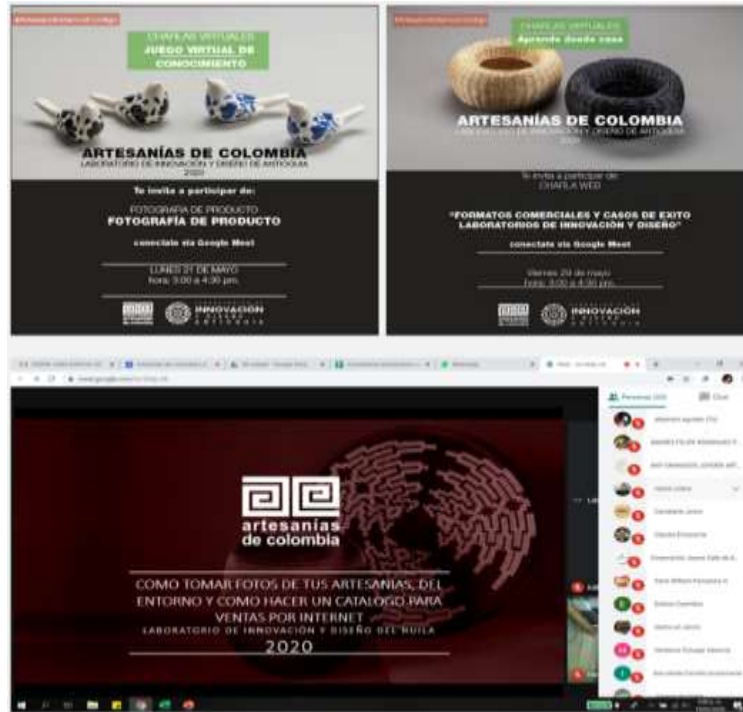


Imagen 76 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.3.3.6 Taller tips para crear catálogos / Línea y colección

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
TALLER TIPS PARA CREAR CATÁLOGOS	5-jun.	2
TALLER LINEA Y COLECCION	12-jun.	0

Tabla 15 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.3.3.7 Tips Para Crear Catálogos.

Un catálogo es una publicación (Física o digital) donde se dan a *conocer, en forma ordenada, clara y atractiva, los productos o servicios con los que cuenta una empresa.*

3.2.3.3.8 Taller Línea Y Colección

Este taller va dirigido a todos los artesanos de **Antioquia** con el fin socializar nuevas metodologías y puntos de partida **para diversificar el diseño de productos** elaborados por las comunidades y talleres artesanales.





LÍNEA

Repetición de las formas,
Colores, texturas y acabados.

Agrupación de productos que se relacionan por su forma y función atendiendo a las necesidades de un mercado específico.



El progreso es de todos

Gobierno de Cundinamarca
Ministerio de Comercio



Imagen 77 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020

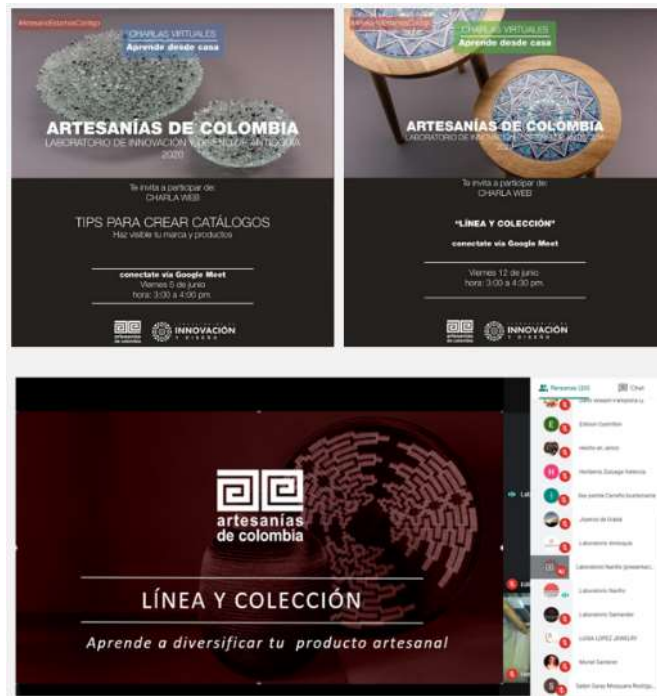


Imagen 78 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "<http://www.artesantiasdecolombia.com.co>" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "<mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co>"
artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





3.2.3.3.9 Taller Souvenir / Taller Logo

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
TALLER REMOTO 10: SOUVENIR <u>RECUERDO</u>	19-jun.	1
TALLER REMOTO 11: LOGO	2-jul.	1

Tabla 16 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.3.3.10 Taller Souvenir Recuerdo

“Objeto que sirve como recuerdo de la **visita a un lugar**” *Fácil transporte.*



Imagen 78 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.3.3.11 Taller Logo

Un **logotipo** es un símbolo gráfico que identifica visualmente a una marca, producto, proyecto o empresa, para facilitar su reconocimiento, diferenciarse y transmitir información.





“Crear una marca no es crear un logotipo, se trata de crear experiencias significativas que las personas recuerden ”

ADW Creative Studio

Imagen 79 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020

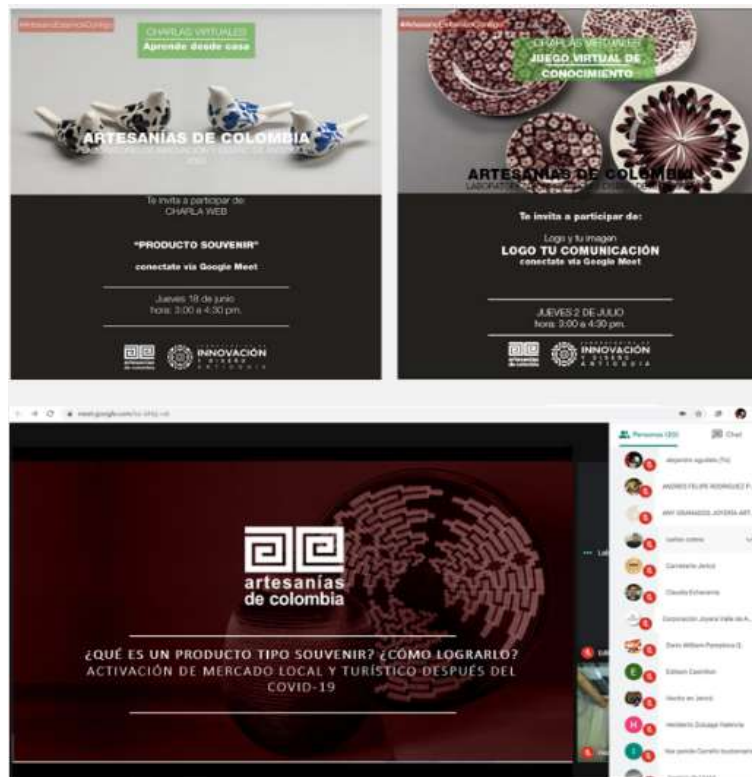


Imagen 80 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.3.3.12 Taller empaque y embalaje / Empaque para la artesanía

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
TALLER REMOTO 12: EMPAQUE Y EMBALAJE	24-jul.	1
TALLER REMOTO 13 EMPAQUE PARA LA ARTESANÍA	12-ago.	2

Tabla 17 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes. Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.3.3.13 Taller Empaque Y Embalaje

Los empaques se utilizan para:

- Proteger el producto
- Informar de sus características y uso
- Generar diferenciación y distinción
- Fidelización y posicionamiento de marca

El embalaje se utiliza:

- Contener los productos de forma temporal
- Agrupar unidades de productos
- Transportar y almacenar.



Imagen 81 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.3.3.14 Taller Empaque Para La Artesanía

1. GUACALES DE MADERA
Los guacales de madera son muy resistentes y garantizan el acondicionamiento de la mercancía. Evitan posibles desperfectos de la producción ocasionados por su transporte y almacenamiento. Los guacales se fabrican con madera y son a medida según los requerimientos de la producción.

CARACTERÍSTICAS Y BENEFICIOS
Rígidos, Resistentes, Recomendado para envíos marítimos, terrestres o aéreos y son aptables.

2. GUACALES DE MADERA Y CARTÓN
Guacales fabricadas en cartón y madera, ofrecen máximas prestaciones en cuanto a resistencia, protección y conservación del contenido. La envoltura se puede realizar a partir de uno o dos formatos de cartón plegado alrededor de los marcos de madera, formando un tubo cerrado de sección rectangular. Diseñados a medida, pueden configurarse para ser transportados manualmente o por elementos de manipulación.

CARACTERÍSTICAS Y BENEFICIOS
Aptables, Gran resistencia, Livianos, Producto reciclable 100% y reutilizable, Personalizadas según las necesidades del cliente. Cierre mediante precintado, flejado o grapado.



Imagen 82 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020

ARTESANÍAS DE COLOMBIA
"EMPAQUE Y EMBALAJE"
Activación de Mercado Local y Turístico Después del COVID-19

Empaques y embalajes para el sector artesano
Conferencia virtual
<https://meet.google.com/zbx-mnll-yvg>
Miércoles, 12 de Agosto de 2020
3:00 pm
Conéctate vía
Google Meet

¿QUÉ ES UN PRODUCTO TIPO SOUVENIR? ¿CÓMO LOGRARLO?
ACTIVACIÓN DE MERCADO LOCAL Y TURÍSTICO DESPUÉS DEL COVID-19

Imagen 83 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.3.4 Módulo de Producción

En el desarrollo de actividades del módulo de diseño, se ejecutaron talleres y capacitaciones, las cuales fortalecen de manera dinámica los procesos de diseño, a través del entendimiento de los procesos que le permiten establecer una mejor comunicación desde la parte fundamental de diseño hasta llegar al proceso productivo y su posterior relación comercial y aceptación del consumidor final. Para estos aspectos de diseño se presentó el fortalecimiento desde los talleres enfocados en: color, texturas, referentes, tendencias, identidad, empaques, vitrinismo etc.

Bocetos de productos.



Imagen 84 Propuestas de bocetos – resultados de productos Taller H&N Horacio & Noa
Fuente: Elaboración propia, 2020

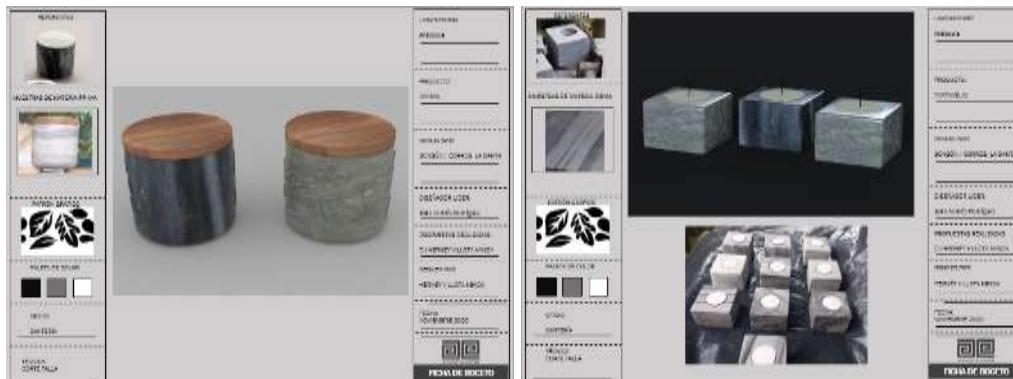


Imagen 85 Propuestas de bocetos – resultados de productos Taller H&N Horacio & Noa
Fuente: Elaboración propia, 2020





Imagen 86 Propuestas de bocetos – resultados de productos Taller H&N Horacio & Noa

Fuente: Elaboración propia, 2020

Las propuestas que se realizaron para El municipio del El Retiro con los talleres de El Alfarero y taller La Baldosería se lograron 3 propuestas aprobadas, en este proceso se realizó previos de consultas con el diseñador líder para mejorar las propuestas.

El día de comité de diseño se presentan las propuestas bocetos donde se hacen las aprobaciones para realizar los prototipos. En el siguiente modulo se presenta los seguimientos de las propuestas aprobadas.

REFERENCIAS DISEÑADAS	REFERENCIAS APROBADAS	REFERENCIAS PRODUCIDAS
9	8	6

Tabla 18 Tabla de referencias presentadas ante comité de diseño

Fuente: Elaboración propia, 2020

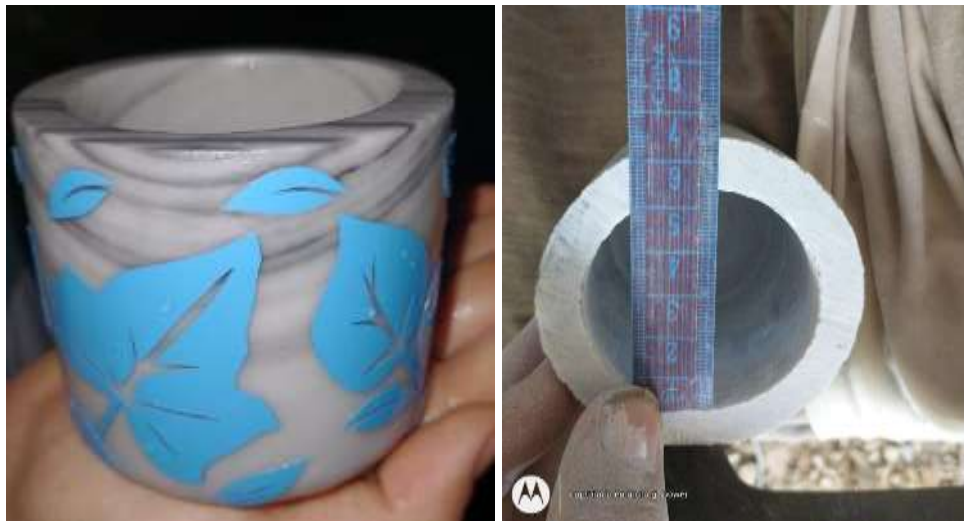
3.2.3.4.1 Prototipos de productos.

Proceso de diseño





*Imagen 87 Prototipos – resultados de productos Taller H&N Horacio & Noa
Fuente: Elaboración propia, 2020*



*Imagen 88 Prototipos – resultados de productos Taller H&N Horacio & Noa
Fuente: Elaboración propia, 2020*



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "<http://www.artesantiasdecolombia.com.co>" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "<mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co>"
artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





Imagen 89 Prototipos – resultados de productos Taller H&N Horacio & Noa
Fuente: Elaboración propia, 2020



Imagen 90 Prototipos – resultados de productos Taller H&N Horacio & Noa
Fuente: Elaboración propia, 2020



Imagen 91 Prototipos – resultados de productos Taller Artesanos del Mármol
Fuente: Elaboración propia, 2020





Imagen 92 Prototipos – resultados de productos Taller Artesanos del Mármol
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.3.4.2 Líneas de producción desarrolladas.

Después de finalizado el proceso de fortalecimiento y posteriormente llevar a cabo el proceso productivo obtenido del seguimiento a la conceptualización y diseño de los productos, se aprueba un inventario final de producción según las líneas desarrolladas y preseleccionadas de cada municipio de intervención; todos estos productos, fabricados a partir de los planos de producción establecidos durante el periodo de fortalecimiento.



Imagen 93 GUIAS –Taller La Baldosería / Taller Artesanos del Mármol
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.3.4.3 Planos técnicos

Durante todo el proceso de acompañamiento y fortalecimiento desde la parte del diseño y la productividad impartidos a cada una de las unidades productivas incluidas dentro del marco del convenio Región Antioquia, y tomando como base de capacitación la identidad artesanal, mediante la cual se fundamentaron los talleres de fortalecimiento. Se puede decir que al final de cada proceso formativo a través del acompañamiento por parte de los profesionales, se





generan finalmente productos de buena concepción de diseño y producción acordes a los requerimientos del mercado, dando por terminado un proceso de fortalecimiento que se puede evidenciar mediante planos técnicos concluyentes de cada producto seleccionado.

Por tal motivo, se desarrollaron líneas de producto que sirvieron como base para la renovación y exploración de nuevas ofertas de productos elaborados por medio de oficios artesanales que desempeñan las comunidades. Para el desarrollo de estas líneas de producto se tuvieron en cuenta los conocimientos técnicos y oficios desempeñados por la comunidad, además de sus conocimientos ancestrales desde lo cultural.

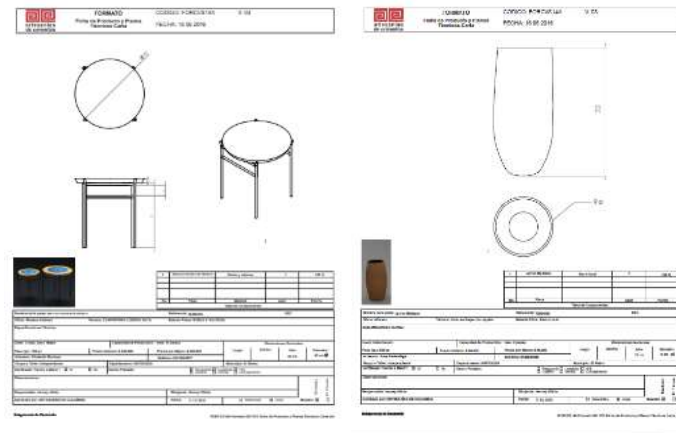


Imagen 94 Planos técnicos –productos aprobados Taller Artesanos del Mármol
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.4 Medellín

Medellín es un municipio colombiano, capital del departamento de Antioquia. Es la ciudad más poblada del departamento y la segunda más poblada del país después de Bogotá.⁹ Se asienta en la parte más ancha de la región natural conocida como Valle de Aburrá, en la cordillera central de los Andes. Se extiende a ambas orillas del río Medellín, que la atraviesa de sur a norte, y es el núcleo principal del área metropolitana del Valle de Aburrá.¹⁰ La ciudad tiene una población proyectada de 2 508 452 habitantes (2018),² mientras que dicha cifra, incluyendo el área metropolitana, asciende a 3 821 797 personas (2016).²

En 1826 fue designada capital de Antioquia, título que ostentaba Santa Fe de Antioquia desde la época colonial. Durante el siglo XIX, Medellín se desarrolló como un centro dinámico de comercio, primero exportando oro, y posteriormente mercancías provenientes de la industrialización de la ciudad.

Como capital departamental, Medellín alberga las sedes de la Gobernación de Antioquia, la Asamblea Departamental, el Tribunal Superior del Distrito Judicial de Medellín, el Área





metropolitana del Valle de Aburrá y la Fiscalía General, así como diferentes empresas públicas, instituciones y organismos del estado colombiano; es sede de empresas nacionales e internacionales en sectores como: textil, confecciones, metalmecánico, energético, financiero, salud, telecomunicación, construcción, automotriz, y alimentos, entre otros.⁶



*Imagen 95 Mapa de Medellín
Fuente: Elaboración propia, 2020*

3.2.5 Talleres artesanales.

Grupo 1 se encuentra al occidente de Medellín, el oficio desempeñado es: La Carpintería, con técnicas de ensamblajes y Taracea



⁶ <https://es.wikipedia.org/wiki/Medell%C3%ADn>





*Imagen 96 Grupos de artesanos en San Juan de Urabá
Fuente: Adaptado por Herney Villota, 2019*

3.2.5.1 Grupo 1. Medellín.

Está conformado por Guillermo. Artesano dedicado a la carpintería, oficios en los que elaboran piezas como muebles de hogar, y a la taracea



*Imagen 97 Imágenes de Oficio – Técnica de los Artesanos de Medellín
Fuente: Herney Villota, 2019*





3.2.5.2 Módulo de Virtualidad asesorías

En el desarrollo de las actividades del módulo de diseño, se ejecutaron talleres y capacitaciones las cuales fortalecen de manera virtual los procesos de diseño, a través del entendimiento de los procesos que le permiten establecer una mejor comunicación desde la parte fundamental de diseño hasta llegar al proceso productivo y su posterior relación comercial y aceptación del consumidor final. Para estos aspectos de diseño se presentó el fortalecimiento desde los talleres enfocados en: color, texturas, referentes, tendencias, identidad, empaques etc.

En estos talleres, se trabajó desde los siguientes aspectos:

9. Rediseño y diversificación en la oferta artesanal enfocada al mercado local.
10. Capacitación teórica/práctica en temas como: Tendencias, color, texturas, identidad, referentes, línea y colección, vitrina, empaque etc.
11. Revisión y recomendaciones puntuales para mejoramiento del producto enfocado a mercado local. Sugiriendo cambios a nivel de color y composición de las pintas estableciendo diseños que destaquen la técnica y las habilidades de cada taller artesanal.
12. Exposición de los fundamentos en técnicas relacionados al empaque y embalaje. Se establecen conceptos para generar personalización y distinción a través del empaque. Actividad teórico práctica en la cual se genera la propuesta de empaque para uno de los productos que seleccione el artesano.

Todo esto, se realizó bajo la metodología de co-diseño, ya que permite desarrollar nuevos productos y procesos, teniendo en cuenta la curva de aprendizaje de cada taller artesanal como insumo indispensable para crear piezas comercialmente atractivas en mercado local y nacional.





3.2.6 Módulo de Diseño Virtualidad

3.2.6.1 Taller de Artesanía y su oferta comercial / Artesanía como un estilo de vida

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
Taller de Artesanía y su oferta comercial	1-may.	28
Taller de Artesanía y su oferta comercial	4-may.	25
Taller de Artesanía como un estilo de vida	8-may.	28
Taller de Artesanía como un estilo de vida	11-may.	25

Tabla 19 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.6.2 Artesanía como un estilo de vida

El oficio artesanal deriva el principal sustento económico del artesano. (Compromiso y pasión por el trabajo) La exploración técnica y artística de cada individuo o comunidad hacen de su trabajo algo único. (Dominio del oficio) Mantiene un legado que viene de generación en generación (Artesanía tradicional e indígena)

Artesanía y su oferta comercial

Analice que canales pueden ser los más indicados para contactarse con el público de su empresa:

- . Proveedores
- . Aliados estratégicos
- . Clientes

Llamadas, correos, chats, documentos, publicidad digital e impresa.



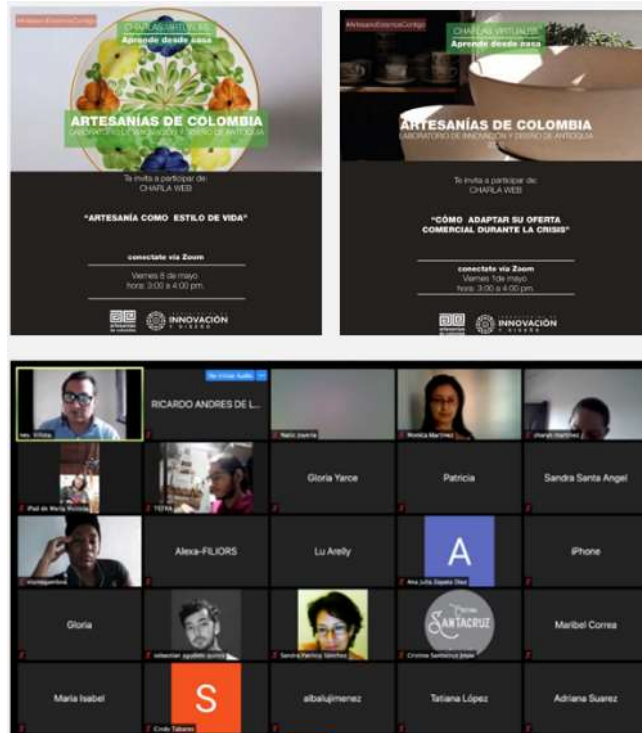


Imagen 98 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.6.3 Taller de fotografía de producto / taller de formatos y casos de éxito de laboratorios.

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
Taller de fotografía de producto	21-may.	55
Taller de formatos y casos de éxito de laboratorios	29-may.	5

Tabla 20 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.
Fuente: Elaboración propia, 2020

La fotografía de producto es el proceso por el cual se registra visualmente en un medio digital o analógico las características físicas y estéticas de un producto; este proceso puede tener como fin apoyar actividades comerciales, culturales o sociológicas de una comunidad.

Actualmente la fotografía de producto es el medio más directo que se puede ofrecer al mercado para dar a conocer la oferta productiva de un taller artesanal, los dispositivos móviles y las redes sociales permiten llegar instantáneamente a clientes potenciales con material fotográfico de calidad, sin necesidad de hacer grandes inversiones en equipos y herramientas especializadas en fotografía.





3.2.6.4 Taller de formatos y casos de éxito de laboratorios.

Este taller de formatos de casos de éxitos es visibilizar las propuestas que tienen mayor venta en las ferias de Expoartesanías y Expoartesano con un estudio de ventas, se dan estadísticas que ciertos productos son los más vendidos en las ferias y al consumidor le gusta.



Imagen 99 presentación – muestra de formatos de mobiliario

Fuente: Elaboración propia, 2020

Mobiliario. mesas de centro - butacas - pouff

Iluminación. lámparas de techo

Cestos y contenedores. ropero - papelera - organizadores

Textiles. mantas - manteles - caminos de mesa - individuales

Menaje de mesa y cocina. vajillas

Materas y floreros. de techo - de mesa

Centros de mesa. fruteros

Jarrones. decorativos

Objetos decorativos. aplique a mesa y pared.



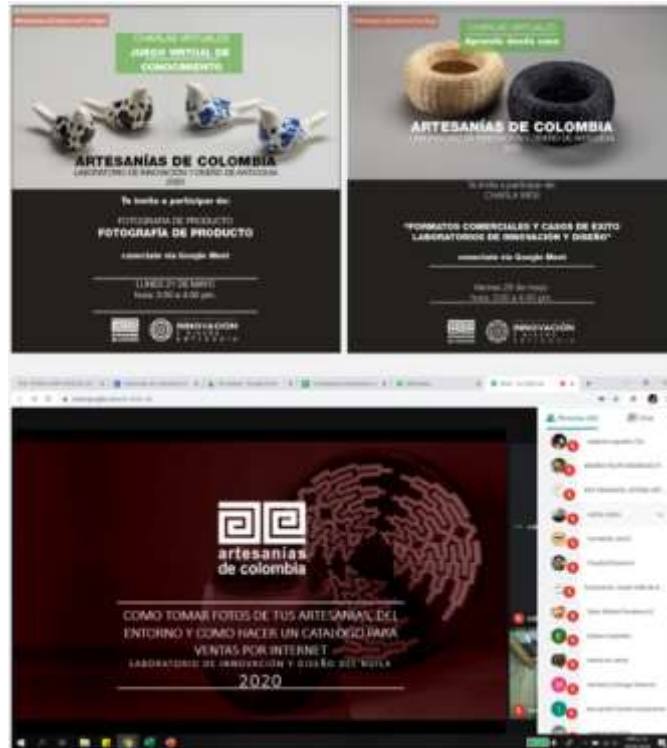


Imagen 100 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.6.5 Taller tips para crear catálogos / Línea y colección

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
TALLER TIPS PARA CREAR CATÁLOGOS	5-jun.	45
TALLER LINEA Y COLECCION	12-jun.	35

Tabla 21 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.6.6 Tips Para Crear Catálogos.

Un catálogo es una publicación (Física o digital) donde se dan a *conocer, en forma ordenada, clara y atractiva, los productos o servicios con los que cuenta una empresa.*

3.2.6.7 Taller Línea Y Colección

Este taller va dirigido a todos los artesanos de **Antioquia** con el fin socializar nuevas metodologías y puntos de partida **para diversificar el diseño de productos** elaborados por las comunidades y talleres artesanales.



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
 HYPERLINK "http://www.artesantiasdecolombia.com.co" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
 HYPERLINK "mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co" artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





Imagen 101 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020

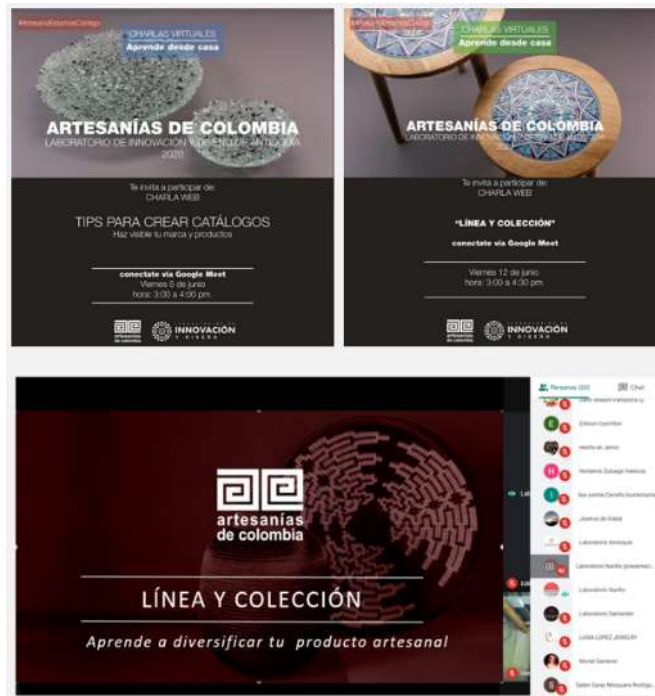


Imagen 15 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.6.8 Taller Suvenir / Taller Logo

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
TALLER REMOTO 10: SOUVENIR <u>RECUERDO</u>	19-jun.	45
TALLER REMOTO 11: LOGO	2-jul.	50

Tabla 22 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.6.9 Taller Souvenir Recuerdo

“Objeto que sirve como recuerdo de la **visita a un lugar**” *Fácil transporte.*



Imagen 102 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.6.10 Taller Logo

Un **logotipo** es un símbolo gráfico que identifica visualmente a una marca, producto, proyecto o empresa, para facilitar su reconocimiento, diferenciarse y transmitir información.





Imagen 103 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020

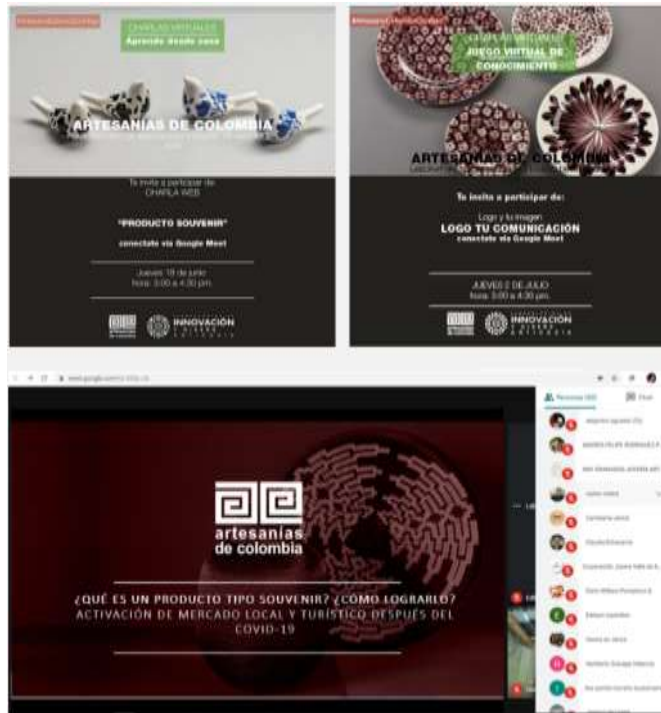


Imagen 104 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.6.11 Taller empaque y embalaje / Empaque para la artesanía

Tabla 23 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "<http://www.artesantiasdecolombia.com.co>" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "<mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co>"
artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
TALLER REMOTO 12: EMPAQUE Y EMBALAJE	24-jul.	55
TALLER REMOTO 13 EMPAQUE PARA LA ARTESANÍA	12-ago.	15

Tabla 23 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.6.12 Taller Empaque Y Embalaje

Los empaques se utilizan para:

- Proteger el producto
- Informar de sus características y uso
- Generar diferenciación y distinción
- Fidelización y posicionamiento de marca

El embalaje se utiliza:

- Contener los productos de forma temporal
- Agrupar unidades de productos
- Transportar y almacenar.



Imagen 105 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.6.13 Taller Empaque Para La Artesanía

1. GUACALES DE MADERA
Los guacales de madera son muy resistentes y garantizan el acondicionamiento de la mercancía. Evitan posibles desperfectos de la producción ocasionados por su transporte y almacenamiento. Los guacales se fabrican con madera y son a medida según los requerimientos de la producción.

CARACTERÍSTICAS Y BENEFICIOS
Rígidos, Resistentes, Recomendado para envíos marítimos, terrestres o aéreos y son apilables.

2. GUACALES DE MADERA Y CARTÓN
Guacales fabricadas en cartón y madera, ofrecen máximas prestaciones en cuanto a resistencia, protección y conservación del contenido. La envoltura se puede realizar a partir de uno o dos formatos de cartón plegado alrededor de los marcos de madera, formando un tubo cerrado de sección rectangular. Diseñados a medida, pueden configurarse para ser transportados manualmente o por elementos de manipulación.

CARACTERÍSTICAS Y BENEFICIOS
Apilables, Gran resistencia, Livianos, Producto reciclable 100% y reutilizable, Personalizadas según las necesidades del cliente, Cierre mediante precintado, flejado o granado.

El progreso es de todos. Gobierno de Colombia. Ministerio de Comercio Exterior y Economía.

Imagen 106 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020

Empaques y embalajes para el sector artesano
Conferencia virtual
<https://meet.google.com/zba-mnll-yvg>
Miércoles, 12 de Agosto de 2020
3:00 pm
Conferente vía: Google Meet
INNOVACIÓN

¿QUÉ ES UN PRODUCTO TIPO SOUVENIR? ¿CÓMO LOGRARLO?
ACTIVACIÓN DE MERCADO LOCAL Y TURÍSTICO DESPUÉS DEL COVID-19

Imagen 107 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.7 Módulo de Producción

En el desarrollo de actividades del módulo de diseño, se ejecutaron talleres y capacitaciones, las cuales fortalecen de manera dinámica los procesos de diseño, a través del entendimiento de los procesos que le permiten establecer una mejor comunicación desde la parte fundamental de diseño hasta llegar al proceso productivo y su posterior relación comercial y aceptación del consumidor final. Para estos aspectos de diseño se presentó el fortalecimiento desde los talleres enfocados en: color, texturas, referentes, tendencias, identidad, empaques, vitrinismo etc.

Bocetos de productos.



*Imagen 108 Propuestas de bocetos – resultados de productos Taller Acanto Guillermo Salazar.
Fuente: Elaboración propia, 2020*

Las propuestas que se realizaron para El municipio de Medellín con el taller del maestro Guillermo Salazar, el taller Acanto se lograron 3 propuestas aprobadas, en este proceso se realizó previos de consultas con el diseñador líder para mejorar las propuestas.

El día de comité de diseño se presentan las propuestas bocetos donde se hacen las aprobaciones para realizar los prototipos. En el siguiente modulo se presenta los seguimientos de las propuestas aprobadas.

REFERENCIAS DISEÑADAS	REFERENCIAS APROBADAS	REFERENCIAS PRODUCIDAS
4	3	3

Tabla 24 Tabla de referencias presentadas ante comité de diseño





3.2.7.1 Prototipos de productos.

Proceso de diseño



Imagen 109 Proceso de diseño – resultados de productos Taller Acanto Guillermo Salazar

Fuente: Elaboración propia, 2020



Imagen 110 Prototipos – resultados de productos Taller Acanto Guillermo Salazar

Fuente: Elaboración propia, 2020





Imagen 111 Prototipos – resultados de productos Taller Acanto Guillermo Salazar
Fuente: Elaboración propia, 2020

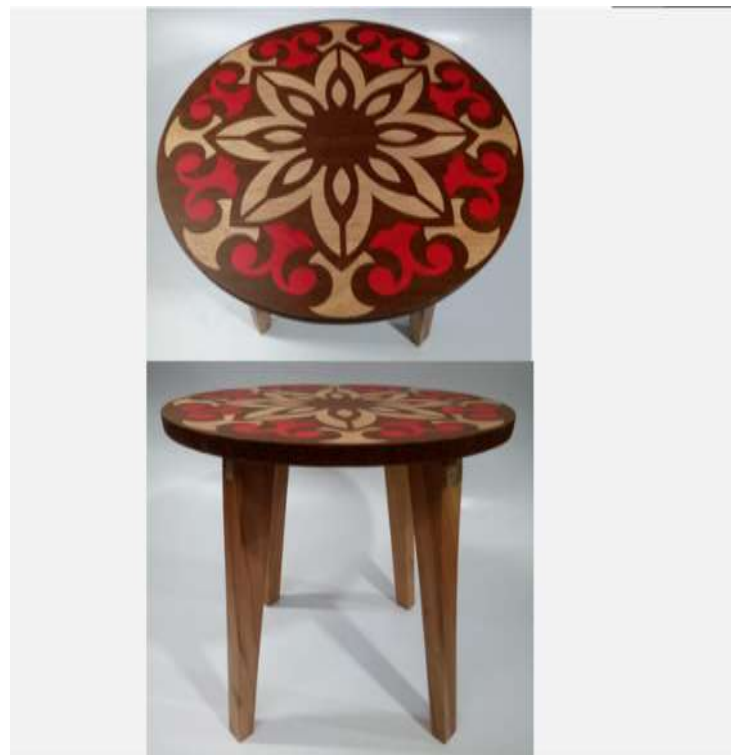


Imagen 112 Prototipos – resultados de productos Taller Acanto Guillermo Salazar
Fuente: Elaboración propia, 2020





Imagen 113 Prototipos – resultados de productos Taller Acanto Guillermo Salazar
Fuente: Elaboración propia, 2020



Imagen 114 Prototipos – resultados de productos Taller Acanto Guillermo Salazar
Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.7.2 Líneas de producción desarrolladas.

Después de finalizado el proceso de fortalecimiento y posteriormente llevar a cabo el proceso productivo obtenido del seguimiento a la conceptualización y diseño de los productos, se aprueba un inventario final de producción según las líneas desarrolladas y preseleccionadas de cada municipio de intervención; todos estos productos, fabricados a partir de los planos de producción establecidos durante el periodo de fortalecimiento.



*Imagen 115 GUIAS –Taller Acanto
Fuente: Elaboración propia, 2020*

3.2.7.3 Planos técnicos

Durante todo el proceso de acompañamiento y fortalecimiento desde la parte del diseño y la productividad impartidos a cada una de las unidades productivas incluidas dentro del marco del convenio Región Antioquia, y tomando como base de capacitación la identidad artesanal, mediante la cual se fundamentaron los talleres de fortalecimiento. Se puede decir que al final de cada proceso formativo a través del acompañamiento por parte de los profesionales, se generan finalmente productos de buena concepción de diseño y producción acordes a los requerimientos del mercado, dando por terminado un proceso de fortalecimiento que se puede evidenciar mediante planos técnicos concluyentes de cada producto seleccionado.

Por tal motivo, se desarrollaron líneas de producto que sirvieron como base para la renovación y exploración de nuevas ofertas de productos elaborados por medio de oficios artesanales que desempeñan las comunidades. Para el desarrollo de estas líneas de producto se tuvieron en cuenta los conocimientos técnicos y oficios desempeñados por la comunidad, además de sus conocimientos ancestrales desde lo cultural.



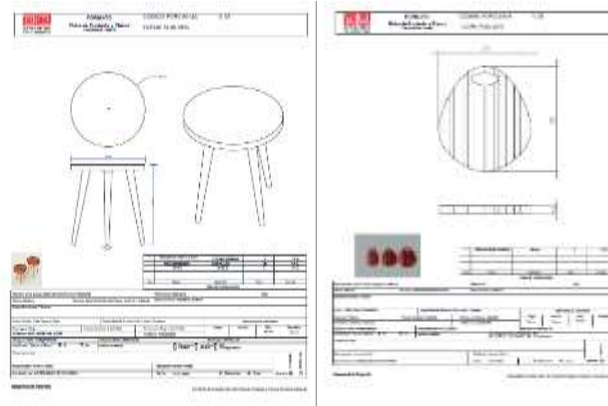


Imagen 116 Planos técnicos –productos aprobados Taller Acanto
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.8 Jericó

Jericó es un municipio de Colombia, situado en la subregión suroeste del departamento de Antioquia. Hace parte de la Red de pueblos patrimonio de Colombia.

Limita por el norte con los municipios de Tarso y Fredonia, por el este con los municipios de Fredonia y Támesis, por el sur con los municipios de Támesis, Jardín y Andes y por el oeste con Andes y Pueblorrico.

Jericó es conocido como *La Atenas del Suroeste*, dado el progreso y la cultura de su gente; llamado también el "pueblo más hermoso de Antioquia" por su topografía, estilo republicano y paisajes.⁷

Jericó es uno de esos pueblos jóvenes de Colombia. Su característico carriel y el pueblo pueden tener más o menos la misma edad. Jericó se funda en 1848 por Don Santiago Santamaría y Bermúdez de Castro, en el contexto de la colonización antioqueña.

La comunidad Jericuana se caracteriza por la elaboración del carriel o guarniel, como se refieren a este los locales. Un bolso utilitario que ha pasado a caracterizar al pueblo Antioqueño, su cultura de la monta a caballo y su característico emprendimiento.

Su manufactura ha llevado a los jericuanos a adquirir una gran técnica en la marroquinería, produciendo todo tipo de artículos de alta complejidad en cuero y últimamente explorando nuevas formas con esta materia.

⁷ [https://es.wikipedia.org/wiki/Jeric%C3%B3_\(Antioquia\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Jeric%C3%B3_(Antioquia))





*Imagen 117 Mapa de Jericó
Fuente: Elaboración propia, 2019*

3.2.8.1 Talleres artesanales.

Grupo 1 se encuentra en la cabecera del municipio, donde transforman el cuero en carriles
Taller Darío Agudelo del maestro Darío Agudelo

Grupo 1 se encuentra en la cabecera del municipio, donde transforman el cuero en carriles
Taller Carrieles y algo más del maestro Henry Saldarriaga

3.2.8.1.1 Grupo 1. Jericó

Está conformado por Darío Agudelo e hijas son artesanos de guarnielería en la transformación del cuero en carriles llevan desarrollando por tres generaciones, en el que elaboran accesorios de moda como son los bolsos de caballero y dama (carriles)





*Imagen 118 Grupos de artesanos Darío Agudelo e Hijas
Fuente: fotografía Herney Villota, 2018*

3.2.8.1.2 Grupo 2. Henry Saldarriaga

Está conformado por Henry Saldarriaga en técnica de la guarnielería en la transformación del cuero en carriles llevan desarrollando por más de 30 años en el oficio, en el que elabora accesorios de moda como son los bolsos de caballero y dama (carriles)



*Imagen 119 Grupos de artesanos Henry Saldarriaga
Fuente: fotografía Herney Villota, 2018*





3.2.8.2 Módulo de Virtualidad asesorías

En el desarrollo de las actividades del módulo de diseño, se ejecutaron talleres y capacitaciones las cuales fortalecen de manera virtual los procesos de diseño, a través del entendimiento de los procesos que le permiten establecer una mejor comunicación desde la parte fundamental de diseño hasta llegar al proceso productivo y su posterior relación comercial y aceptación del consumidor final. Para estos aspectos de diseño se presentó el fortalecimiento desde los talleres enfocados en: color, texturas, referentes, tendencias, identidad, empaques etc.

En estos talleres, se trabajó desde los siguientes aspectos:

13. Rediseño y diversificación en la oferta artesanal enfocada al mercado local.
14. Capacitación teórica/práctica en temas como: Tendencias, color, texturas, identidad, referentes, línea y colección, vitrina, empaque etc.
15. Revisión y recomendaciones puntuales para mejoramiento del producto enfocado a mercado local. Sugiriendo cambios a nivel de color y composición de las pintas estableciendo diseños que destaquen la técnica y las habilidades de cada taller artesanal.
16. Exposición de los fundamentos en técnicas relacionados al empaque y embalaje. Se establecen conceptos para generar personalización y distinción a través del empaque. Actividad teórico práctica en la cual se genera la propuesta de empaque para uno de los productos que seleccione el artesano.

Todo esto, se realizó bajo la metodología de co-diseño, ya que permite desarrollar nuevos productos y procesos, teniendo en cuenta la curva de aprendizaje de cada taller artesanal como insumo indispensable para crear piezas comercialmente atractivas en mercado local y nacional.

3.2.8.3 Módulo de Diseño Virtualidad

3.2.8.3.1 Taller de Artesanía y su oferta comercial / Artesanía como un estilo de vida





TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
Taller de Artesanía y su oferta comercial	1-may.	2
Taller de Artesanía y su oferta comercial	4-may.	0
Taller de Artesanía como un estilo de vida	8-may.	1
Taller de Artesanía como un estilo de vida	11-may.	0

Tabla 25 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.8.3.2 Artesanía Como Un Estilo De Vida

El oficio artesanal deriva el principal sustento económico del artesano. (Compromiso y pasión por el trabajo) La exploración técnica y artística de cada individuo o comunidad hacen de su trabajo algo único. (Dominio del oficio) Mantiene un legado que viene de generación en generación (Artesanía tradicional e indígena)

3.2.8.3.3 Artesanía Y Su Oferta Comercial

Analice que canales pueden ser los más indicados para contactarse con el público de su empresa:

- . Proveedores
- . Aliados estratégicos
- . Clientes

Llamadas, correos, chats, documentos, publicidad digital e impresa.



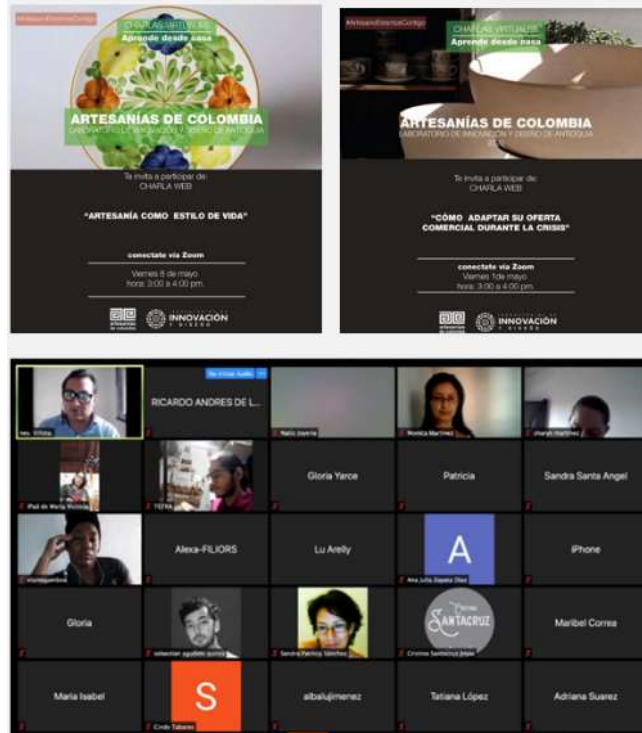


Imagen 120 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
 Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.8.3.4 Taller de fotografía de producto / taller de formatos y casos de éxito de laboratorios.

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
Taller de fotografía de producto	21-may.	2
Taller de formatos y casos de éxito de laboratorios	29-may.	2

Tabla 26 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.
 Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.8.3.5 Taller De Fotografía De Producto.

La fotografía de producto es el proceso por el cual se registra visualmente en un medio digital o analógico las características físicas y estéticas de un producto; este proceso puede tener como fin apoyar actividades comerciales, culturales o sociológicas de una comunidad.

Actualmente la fotografía de producto es el medio más directo que se puede ofrecer al mercado para dar a conocer la oferta productiva de un taller artesanal, los dispositivos móviles y las redes sociales permiten llegar instantáneamente a clientes potenciales con





material fotográfico de calidad, sin necesidad de hacer grandes inversiones en equipos y herramientas especializadas en fotografía.

3.2.8.3.6 Taller De Formatos Y Casos De Éxito De Laboratorios.

Este taller de formatos de casos de éxitos es visibilizar las propuestas que tienen mayor venta en las ferias de Expoartesanías y Expoartesano con un estudio de ventas, se dan estadísticas que ciertos productos son los más vendidos en las ferias y al consumidor le gusta.



Imagen 121 presentación – muestra de formatos de mobiliario

Fuente: Elaboración propia, 2020

Mobiliario. mesas de centro - butacas - pouff

Iluminación. lámparas de techo

Cestos y contenedores. ropero - papelera - organizadores

Textiles. mantas - manteles - caminos de mesa - individuales

Menaje de mesa y cocina. vajillas

Materas y floreros. de techo - de mesa

Centros de mesa. fruteros

Jarrones. decorativos

Objetos decorativos. aplique a mesa y pared.



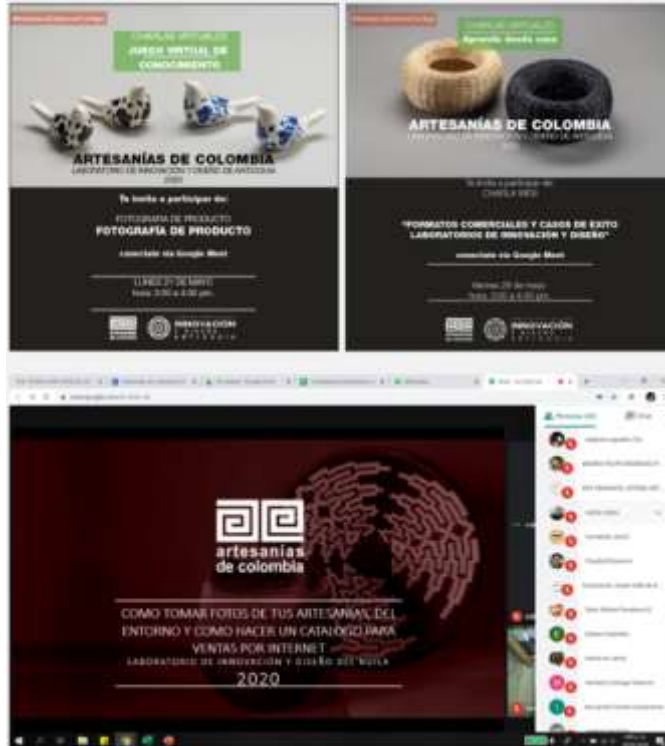


Imagen 122 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.8.3.7 Taller tips para crear catálogos / Línea y colección

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
TALLER TIPS PARA CREAR CATÁLOGOS	5-jun.	2
TALLER LINEA Y COLECCION	12-jun.	0

Tabla 27 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.8.3.8 Tips Para Crear Catálogos.

Un catálogo es una publicación (Física o digital) donde se dan a *conocer, en forma ordenada, clara y atractiva, los productos o servicios con los que cuenta una empresa.*





3.2.8.3.9 Taller Línea Y Colección

Este taller va dirigido a todos los artesanos de **Antioquia** con el fin socializar nuevas metodologías y puntos de partida **para diversificar el diseño de productos** elaborados por las comunidades y talleres artesanales.



Imagen 123 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020

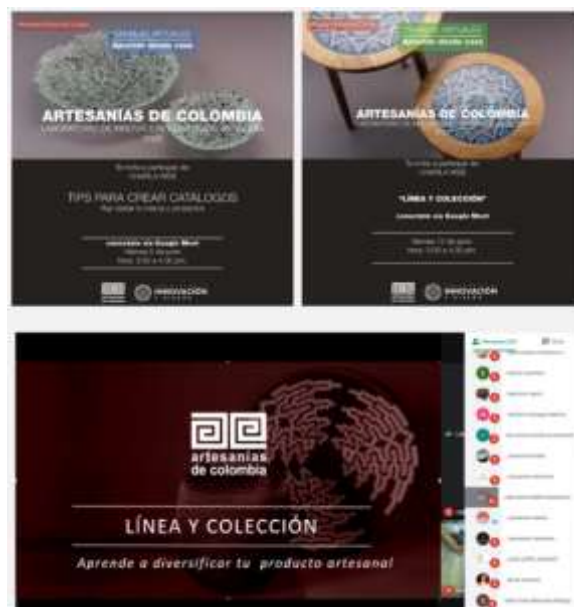


Imagen 124 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.8.3.10 Taller Souvenir / Taller Logo

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
TALLER REMOTO 10: SOUVENIR <u>RECUERDO</u>	19-jun.	1
TALLER REMOTO 11: LOGO	2-jul.	1

Tabla 28 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.8.3.11 Taller Souvenir Recuerdo

“Objeto que sirve como recuerdo de la **visita a un lugar**” *Fácil transporte.*



Imagen 125 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.8.3.12 Taller Logo

Un **logotipo** es un símbolo gráfico que identifica visualmente a una marca, producto, proyecto o empresa, para facilitar su reconocimiento, diferenciarse y transmitir información.

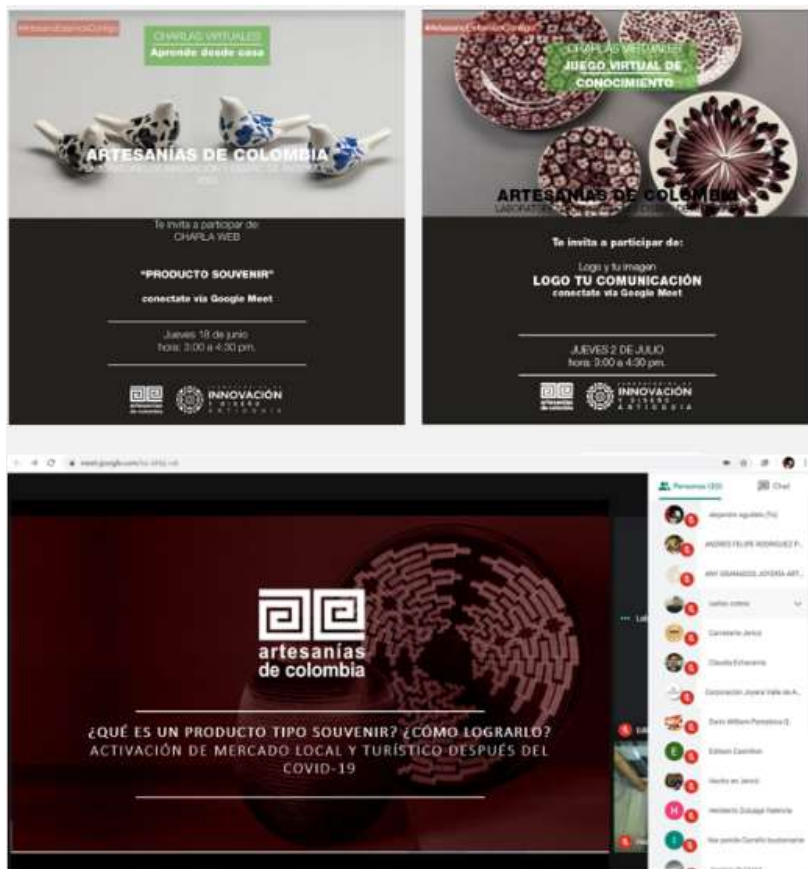




“Crear una marca no es crear un logotipo, se trata de crear experiencias significativas que las personas recuerden”

ADW Creative Studio

*Imagen 126 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020*



*Imagen 127 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020*





3.2.8.3.13 Taller empaque y embalaje / Empaque para la artesanía

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
TALLER REMOTO 12: EMPAQUE Y EMBALAJE	24-jul.	1
TALLER REMOTO 13 EMPAQUE PARA LA ARTESANÍA	12-ago.	2

Tabla 29 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.8.3.14 Taller Empaque Y Embalaje

Los empaques se utilizan para:

- Proteger el producto
- Informar de sus características y uso
- Generar diferenciación y distinción
- Fidelización y posicionamiento de marca

El embalaje se utiliza:

- Contener los productos de forma temporal
- Agrupar unidades de productos
- Transportar y almacenar.



Imagen 128 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.8.3.15 Taller Empaque Para La Artesanía

1. GUACALES DE MADERA

Los guacales de madera son muy resistentes y garantizan el acondicionamiento de la mercancía. Evitan posibles desperfectos de la producción ocasionados por su transporte y almacenamiento. Los guacales se fabrican con madera y son a medida según los requerimientos de la producción.

CARACTERÍSTICAS Y BENEFICIOS
Rígidos, Resistentes, Recomendado para envíos marítimos, terrestres o aéreos y son apilables.

2. GUACALES DE MADERA Y CARTÓN

Guacales fabricadas en cartón y madera, ofrecen máximas prestaciones en cuanto a resistencia, protección y conservación del contenido. La envoltura se puede realizar a partir de uno o dos formatos de cartón plegado alrededor de los marcos de madera, formando un tubo cerrado de sección rectangular. Diseñados a medida, pueden configurarse para ser transportados manualmente o por elementos de manipulación.

CARACTERÍSTICAS Y BENEFICIOS
Apilables, Gran resistencia, Livianos, Producto reciclable 100% y reutilizable, Personalizadas según las necesidades del cliente, Cierre mediante precintado, flejado o granado.

El progreso es de todos. Gobierno de Colombia. Ministerio de Comercio Exterior y Relaciones Económicas Internacionales.

Imagen 129 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020

Empaques y embalajes para el sector artesano

Conferencia virtual
<https://meet.google.com/jhx-mhli-yvg>

Miércoles, 12 de Agosto de 2020
3:00 pm

Conferente vía: Google Meet

¿QUÉ ES UN PRODUCTO TIPO SOUVENIR? ¿CÓMO LOGRARLO?
ACTIVACIÓN DE MERCADO LOCAL Y TURÍSTICO DESPUÉS DEL COVID-19

Imagen 130 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental
Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.8.3.16 Acabados en cuero

TEMA	FECHA	# ASISTENCIA
CUERO procesos de modelado 1 / 2 parte	24, 25 SEP.	6
CUERO corte, ensamble y tinturado de cantos	02 oct.	5
CUERO armado	16 oct.	3

Tabla 30 Tabla de talleres y fecha de encuentros y número de asistentes.

Fuente: Elaboración propia, 2020

Este taller explora como las diversas técnicas del cuero van transformando productos de hogar y moda accesorios etc. Este taller lo dicta un maestro Juan Hernández, también la existencia de técnicas aplicadas al trabajo con el oficio del cuero: Talabartería, Marroquinería, Tafiliería, Preformado, Zapatería, Encuadernación, Tejido Caladuría, Corioplastia, Técnicas de Decorado y Tapicería, entre otros.

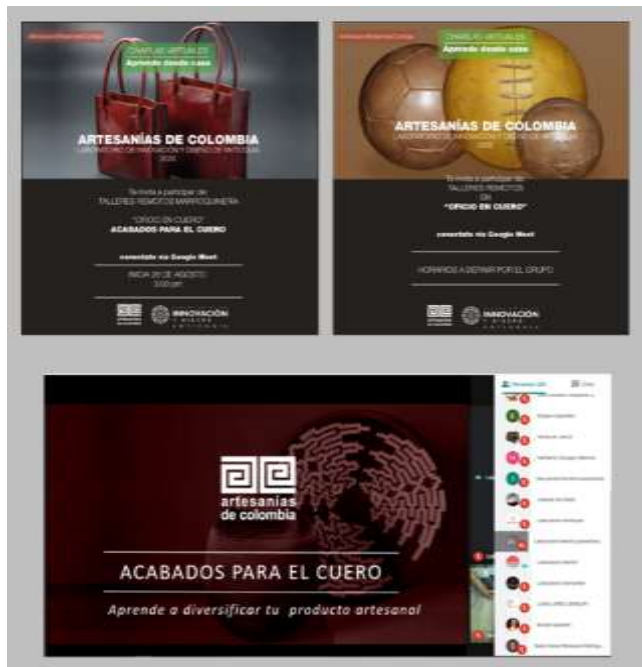


Imagen 131 Encuentro virtual – Talleres a nivel departamental

Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.8.3.17 Módulo de Producción

En el desarrollo de actividades del módulo de diseño, se ejecutaron talleres y capacitaciones, las cuales fortalecen de manera dinámica los procesos de diseño, a través del entendimiento de los procesos que le permiten establecer una mejor comunicación desde la parte



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "<http://www.artesantiasdecolombia.com.co>" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "<mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co>"
artesantias@artesantiasdecolombia.com.co





fundamental de diseño hasta llegar al proceso productivo y su posterior relación comercial y aceptación del consumidor final. Para estos aspectos de diseño se presentó el fortalecimiento desde los talleres enfocados en: tendencias, identidad, empaques etc.

3.2.8.3.18 Comunicación e Identidad Visual

Por medio de este componente, se pretende potencializar la visibilidad de la unidad productiva a través de su imagen corporativa y portafolio de productos, mediante el diseño de una marca como herramienta para incrementar sus ventas en los espacios de comercialización

Para este aspecto se logra establecer para las unidades productivas, cuatro piezas de diseño las cuales conforman su identidad y representación visual ante el mercado.

3.2.8.3.19 Taller Gráfico Darío Agudelo



*Imagen 132 Logotipo Taller Darío Agudelo / Planimetría, colores y tipografía.
Fuente: Elaboración propia, 2020*





Imagen 133 Logotipo Taller Darío Agudelo / Tarjetas de presentación y texturas de negativo y positivo.
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.8.3.20 Taller Gráfico Carriel y algo mas



Imagen 134 Logotipo Taller Carriel y algo mas / Tarjetas de presentación y texturas de negativo y positivo.
Fuente: Elaboración propia, 2020



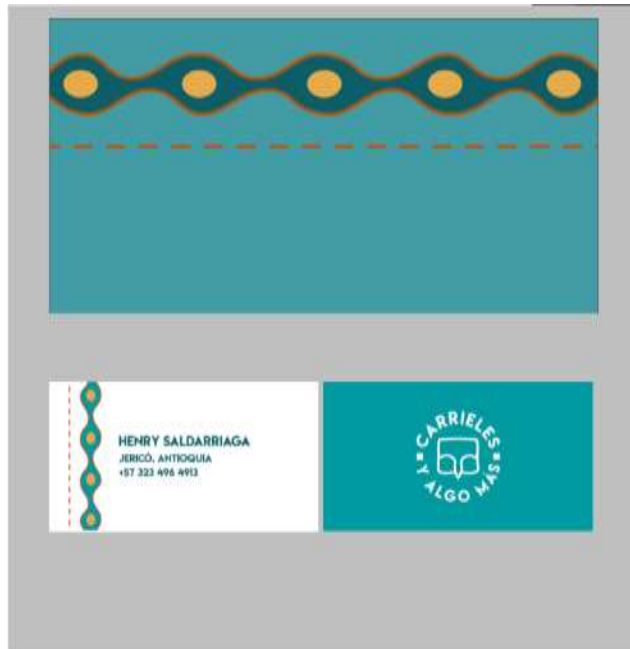


Imagen 135 Logotipo Taller Carrieles Jericó / Tarjetas de presentación y texturas
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.8.3.21 Módulo Desarrollo Virtual Antioquia

Durante todo el proceso de acompañamiento y fortalecimiento desde el programa de diseño se realizaron encuentros en el departamento de Antioquia por un total de 306 beneficiarios en municipios priorizados y no priorizados. En cuadro siguiente se muestra como la atención en Antioquia tuvo estos encuentros.

Tabla 31 Tabla de municipios y beneficiarios actividades virtuales componente de diseño departamento de Antioquia *Municipios Si priorizados*

MUNICIPIO PRIORIZADOS	BENEFICIARIOS
MEDELLÍN	186
EL RETIRO	6
CARMEN DE VIBORAL	28
JERICÓ	4
JARDÍN	3
NECOCLÍ	5
SONSÓN	6
TOTAL	238





Tabla 31 Tabla de municipios y beneficiarios actividades virtuales componente de diseño departamento de Antioquia Municipios Si priorizados

Fuente: Elaboración propia, 2020

MUNICIPIO NO PRIORIZADOS	BENEFICIARIOS
ABEJORRAL	1
AMAGÁ	2
AMALFI	2
APARTADÓ	7
BELLO	10
JARDÍN	3
ENVIGADO	19
GOMEZ PLATA	1
ITAGÜÍ	9
MARINILLA	1
RÍO NEGRO	2
SABANETA	5
TURBO	1
YOLOMBÓ	5
TOTAL	68

Tabla 32 Tabla de municipios y beneficiarios actividades virtuales componente de diseño departamento de Antioquia Municipios No priorizados

Fuente: Elaboración propia, 2020



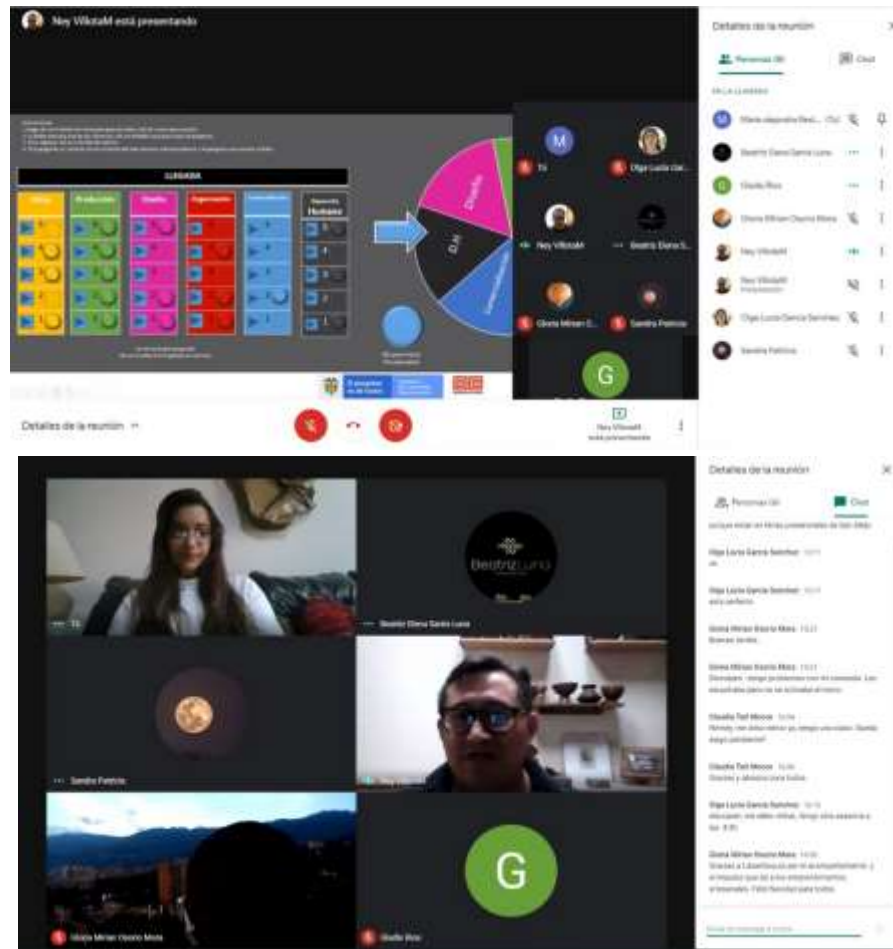


ACTIVIDADES VIRTUALES	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
VIDEO CONFERENCIAS	17	Presentación del laboratorio, la artesanía y su oferta comercial, artesanía como un estilo de vida, inspiración natural, tipos para crear catálogos.
PRESENTACIONES	5	Color, diversificación.
CÁPSULAS	9	Pack de imágenes entregados para vídeos.
ASESORIAS VIRTUALES	297	Diseño de producto, edición de color.
VIDEOS GESTIONADOS	5	Videos con mensajes de artesanos
CATALOGOS	15	Catálogos realizados para cada taller artesanal.
CARTILLAS	2	Portafolio.
INVENTARIOS	2	Desarrollo de inventarios para compra de producto ADC
MANUAL DE IDENTIDAD	21	Tarjetas de presentación Logo y etiquetas y Bolsa de presentación (empaque)
TOTAL	373	

Tabla 33 Tabla de municipios y actividades virtuales componente de diseño departamento de Antioquia

Fuente: Elaboración propia, 2020





3.2.8.4 Líneas De Producción Desarrolladas

Después de finalizado el proceso de fortalecimiento y posteriormente llevar a cabo el proceso productivo obtenido del seguimiento a la conceptualización y diseño de los productos, se aprueba un inventario final de producción según las líneas desarrolladas y preseleccionadas de cada municipio de intervención; todos estos productos, fabricados a partir de los planos de producción establecidos durante el periodo de fortalecimiento

ANTIOQUIA	Carmen de Viboral	21
	El Retiro	6
	Sonsón	8
	Medellín	5
	REFERENCIAS DISEÑADAS	40





	REFERENCIAS APROBADAS	37
	REFERENCIAS PRODUCIDAS	29
	UNIDADES	226

Tabla 34 Líneas desarrolladas en los Municipios Intervenidos
Fuente: Elaboración propia, 2020

3.2.8.5 Módulo de comercialización

Compra de productos

De acuerdo con el objetivo propuesto en el **módulo de comercialización**, donde se indica la finalidad de adquirir productos para la colección expo artesanías 2019 región Antioquia; se cumple la meta de comprar un mínimo dos líneas desarrolladas con la calidad de las unidades productivas seleccionadas de acuerdo a los municipios priorizados, definiendo así, los productos a comprar y se hacen los procesos de gestión y legalización por medio de órdenes de compra como la que se muestra a continuación:

Imagen 137 Formato solicitudes de compra
Fuente: Elaboración propia, 2020





3.3 Componente Comercial

Para el departamento de Antioquia se realizó fortalecimiento en 21 Municipios y se beneficiaron 204 Artesanos, a través de 17 talleres dictados con la ayuda de las Tic's que generaron 711 impactos.

Durante el mes de abril se dictó una charla llamada Prepárese para el futuro y Cualidades del liderazgo emprendedor donde tuvimos la presencia (de manera virtual) de 51 Artesanos divididos de esta manera (Ver Imagen Anexa) y se ajustaron las redes sociales locales para abracar visibilidad en el departamento de Antioquia

Municipio	Asistentes
Amagá	1
Apartadó	2
El Carmen de Viboral	7
Envigado	7
Gómez Plata	1
Medellín	27
Rionegro	1
Sabaneta	2
San Pedro de Uraba	1
Urrao	1
Yolombó	1
Total general	51



En el mes de mayo se llevaron a cabo 6 capacitaciones virtuales con los siguientes asistentes

Municipio	Capacitación Comercio Electrónico - Donde vender en tiempo de Crisis	Capacitación Discursos de Ventas	Capacitación Estrategia de Promoción	Capacitación Redes Sociales: Haz Visible tu Negocio	Costos Y Precios: 4 Pasos Para Calcular El Precio De Sus Productos	Venta de Productos artesanales por medios digitales	Total general
Amagá	1	1	1	1	1	1	6
Amalfi	1		1	2	2	2	8
Apartadó	3	3	3	2	3	2	16





Bello	1		1	1		1	4
El Carmen de Viboral	7	8	6	4	12	4	41
Envigado	2	2	3	4	6	4	21
Girardota						1	1
Gómez Plata				1	1	1	3
Itagüí	3	2	2	1	2	1	11
Medellín	28	31	28	36	43	39	205
Necoclí	1		1	1		1	4
Retiro	1	1	1		1		4
Rionegro	1	1	1	1	1	1	6
Sabaneta	3	1	3	2	2	3	14
San Juan de Urabá		1					1
Turbo					1		1
Yolombó	2	1	2	2	1	1	9
Total general	54	52	53	58	76	62	355

Para el departamento de Antioquia se realizaron acercamientos con la gobernación, la Alcaldía y Tele Antioquia con el fin de buscar alternativas de comercialización para los artesanos, dentro de estas conversaciones se obtuvieron resultados con el mercado de San Alejo, que gracias a la gestión con el laboratorio de innovación y diseño se pudieron realizar capacitaciones e invitar a nuestros artesanos a participar de las iniciativas que promueve el mercado, con Teleantioquia se logró que recibieran información de nuestros artesanos para promocionarlos a través de sus redes, sin embargo no se obtuvieron aun resultados positivos, con la gobernación tuvimos acercamientos con la secretaría de turismo con el fin de promover la campaña *del departamento a tu casa*, esas propuestas serán retomadas en el 2021, de igual manera se presentó una propuesta de kits artesanales para generar dinamismo comercial y promover a los artesanos como construcción departamento, esta propuesta por temas presupuestales derivados del Covid, quedan para reevaluación del 2021 y como





resultado a las acciones de las asesorías puntuales otras actividades, en el departamento se lograron facilitar negocios por valor de \$20'597.000

3.3.1 Propiedad intelectual

A través del equipo de propiedad intelectual, actualmente Artesanías de Colombia se encuentra realizando los estudios jurídicos de viabilidad de cara a dar cumplimiento a los requisitos de registrabilidad propios de la normatividad vigente para el registro de marca. Esta actividad se realiza con la finalidad de minimizar el riesgo de negación de una solicitud ante la Superintendencia de Industria y Comercio SIC buscando optimizar la inversión en beneficio de los artesanos. (Ver Anexo 06 REGISTROS DE MARCA ANTIOQUIA 2020)

*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****
*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****		
*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****		
*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****		
*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****		
*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****		
*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****	*****		

Tabla 35 Cuadro de registros de Marca
Fuente: Elaboración propia, 2020





4 EVENTOS FERIALES

En el año 2020 todos los eventos comerciales de Artesanías de Colombia pasaron a ser totalmente virtuales a causa del confinamiento obligatorio y las precauciones de bioseguridad del COVID-19 requeridas por el gobierno nacional, esto cambio drásticamente la actividad comercial y de ventas de algunos artesanos del departamento que dependían en gran medida de las ferias artesanales tradicionales. La entidad organizo tres eventos virtuales de gran importancia para impulsar las ventas en tiempos de crisis.

4.1 Semana de la Joyería

Se apoyó en la planeación del evento y se participó a través de diferentes talleres, charlas y entrevistas. Con resultados de participación virtual de 359 beneficiarios nacionales y 156 extranjeros.

4.2 Feria Expoartesano

Mediante el proceso de fortalecimiento en el diseño, producción y comercialización de productos artesanales, a mediados de año se realiza una feria en la ciudad de Medellín, en este encuentro el laboratorio de diseño, debe realizar seguimiento a la producción a nivel nacional y dar apoyo en la parte logística, realizando control de calidad del producto.



*Imagen 138 Formato solicitudes de compra
Fuente: Elaboración propia, 2020*





Alcaldía de Medellín, apoyó la participación de 55 artesanos- Gobernación de Antioquia, apoyó la participación de 9 artesanos- Comfama, apoyó la participación de 4 artesanos

Algunos productos que estaban destinados para Market Place también llegaron a esta feria sin embargo no tuvieron tanta visualización dentro de la plataforma de ventas.

En el evento los resultados comerciales fueron poco alentadores ya que muchos productos se ingresaron a la plataforma muy tarde y no fue posible encontrarlos todo el tiempo que duró el evento, en general la percepción de la comunidad no fue muy buena con este evento, se recibieron quejas de poca visualización y falta de difusión al público general.

Algunos artesanos se mostraron contrariados con la organización y modelo de la feria, ya que consideran que la plataforma no presenta de manera equitativa a todos los artesanos y falta mucha más difusión y facilidad en la venta digital de los productos mostrados en el evento para poder tener unos ingresos significativos. Muchos han expresado que se han visto muy afectados con el cambio de la feria física tradicional a esta feria virtual ya que los ingresos por ventas son muy bajos comparados con la tradicional. Adicional se manifestó por parte de algunos patrocinadores y artesanos, inconformidad con la fotografía de los productos, a lo sumo se presentaron problemas de referenciación, que se reflejaron en devoluciones de ventas. Otra de las dificultades fue la devolución de producto no vendido, algunos artesanos demostraron que el producto llegó dañado, a causa de la manipulación por la empresa de transporte.

4.3 Expoartesanías 2020

El evento de Expoartesanías de año 2020 también se realiza de manera virtual con participación de 40 referencias de colección nacional en representación del departamento de Antioquia en el evento, con los municipios de Carmen de Viboral, el Retiro, Medellín y el corregimiento de La Danta, del municipio de Sonsón

Adicionalmente participa en la feria la comunidad indígena de Frontino con el programa de 20 comunidades, se llevaron los productos que quedaron de Expoartesanías 2020 y se planteó hacer un ajuste en los precios para lograr ser más competitivos en el evento.

4.4 La Troja

Programación virtual dentro del evento de Expoartesanías 2020, se participa con el taller Carrielarte de Jericó. En un espacio de entrevista en directo de 25 mins.





4.5 Market Place 2020

El último evento que se planea realizar este año es el Market Place de Artesanías de Colombia que será una tienda virtual de productos artesanales que estará disponible en un plazo indefinido de tiempo y que permitirá al cliente tener disposición de este tipo de producto en cualquier momento.

Algunos de los productos destinados a este evento han sido probados en Expoartesano o Expoartesánías para revisar el interés del público por ellos o competitividad en precios.



Calle 74 # 11 - 91 Conmutador: (57) (1) 2861766 - (57) (1) 5550326 /27 /28 /29
HYPERLINK "<http://www.artesantiasdecolombia.com.co>" www.artesantiasdecolombia.com.co Email
HYPERLINK "<mailto:artesantias@artesantiasdecolombia.com.co>"
[artesantias@artesantiasdecolombia.com.co](http://www.artesantiasdecolombia.com.co)





5 CONCLUSIONES

El desarrollo de las actividades del laboratorio de Innovación y Diseño en Antioquia fueron desarrolladas de manera asertiva, adecuándonos a la nueva realidad que obligaba realizar grandes esfuerzos para que, por medio de la virtualización, se pudiera llegar a todos los artesanos y que pudieran asistir y entender las capacitaciones dadas virtualmente.

En ese sentido se desarrollaron estrategias de fidelización frente a comunidades artesanales, que fueron atendidas por medios de capacitaciones en los 4 módulos, Levantamiento de línea base, Desarrollo humano, Comercialización y Diseño captando la atención de las comunidades y desarrollando de manera virtual las actividades necesarias.

También se pudo evidenciar el liderazgo que tiene Artesanía de Colombia en el territorio, frente al manejo de la pandemia, ya que fue una de las entidades que primero realizó acciones para amoldarse a la nueva realidad, adaptando su metodología presencial, a diferentes medios digitales, radiales y televisivos, que permitieran llegar a cada uno de los rincones donde los artesanos necesitaban de nuestro apoyo.

Se puede concluir, además, que varias actividades que en otrora, se realizaban de manera presencial, pueden hacerse de manera virtual, disminuyendo costos de desplazamiento y aumentando la posible cobertura de beneficiarios en diferentes partes del departamento





6 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

La convocatoria abierta a nivel nacional, presentó dificultades al no ser proyectada bajo diferenciación de arte manual y artesanía, a lo sumo ofertaba la promesa de ser atendidos en su totalidad; el siguiente paso fue una etapa de selección, de esta forma se faltó a la promesa que se ofertó en un principio. Esto fue y es una gran dificultad que quedó en manos del laboratorio, para dar solución a satisfacción de las comunidades inscritas. Otra de las dificultades que trajo esta iniciativa, fue que la cantidad de inscritos de diferentes municipios del departamento desbordaba la capacidad de atención del Laboratorio, a lo sumo la ubicación demográfica y topográfica de algunas comunidades no eran fáciles de acceder, ya sea por seguridad, presupuesto de viáticos, tiempos de atención. Al no tener en cuenta las variables mencionadas se abre un camino a generar un ambiente incredulidad de la institución. Situación que no aporta a los logros del laboratorio.

Otra dificultad inesperada fue el COVID-19, algunas actividades de atención requieren presencia del diseñador para asegurar buenos resultados, como el seguimiento de producción o el diseño de producto en codiseño.

Se encontraron demasiados grupos grandes de beneficiarios de arte manual u oficios que no se consideran artesanías y que tienen un gran interés en el apoyo del laboratorio de innovación y diseño de AdC. La atención que se le puede dar a estos beneficiarios es muy limitada y desafortunadamente en el contexto del artesano en su gran mayoría presentan dificultades de acceso a las tecnologías y su comprensión funcional.

Para algunas comunidades es muy difícil trabajar con las condiciones comerciales de Artesanías de Colombia ya que no cuentan con capital de trabajo para invertir en la producción y al ser comunidades de muchos artesanos no se muestran dispuestos a esperar 60 días por los pagos de los productos aprobados para eventos comerciales.





7 RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS.

Se recomienda planear la convocatoria nacional teniendo en cuenta la experiencia de los enlaces y el diseñador de campo, en el departamento que le corresponde. De esta forma se podrán definir acciones de invitación, teniendo en cuenta todas las variables que involucran una correcta oferta, viable y confiable.

El departamento de Antioquia, tiene una gran influencia joyería y textil, por lo tanto, se sugiere en lo posible en lograr la adición de diseñadores con este perfil, que puedan dar solución a los diferentes requerimientos que se solicitan. Por prioridad un perfil textil y moda, resolvería atenciones de guarnieleros, talabarteros, marroquineros, telares y tejidos, abarcando municipios como Medellín, Envigado, Jericó, Santa Helena, Frontino, Carmen de Viboral.

Se propone la formulación de un proyecto del orden nacional, con características de flexibilización o adaptabilidad, por parte del equipo central esto con el fin de generar una línea estratégica definida, que permita a los Enlaces de manera local, adoptar dicho proyecto y aterrizar a las necesidades particulares de su departamento.

Para el nuevo mundo de paso del físico a lo virtual es importante capacitar al artesano en el manejo de nuevas tecnologías con enfoque comercial, así mismo como en temas logísticos de envíos y bodegaje, dos contextos fundamentales para los nuevos procesos de mercado.

