



PROGRAMA NACIONAL DE MODA Y JOYERÍA

**Talleres de diseño y comercialización a
comunidades joyeras del país
Informe Final de Actividades**

**Mario Danilo Reina Cardona
Contratista Artesanías de Colombia
Contrato de Prestación de Servicios Profesionales**

Artesanías de Colombia S.A. Bogotá.



Créditos Institucionales
Artesanías de Colombia S.A

Ana María Frías

Gerente General

Jimena Puyo Posada

Subgerente de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

Ángela María Merchán Correa

Coordinadora Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

Juan Carlos Pacheco Contreras

Especialista de Proyecto Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

Ángela María Galindo Cañón

Profesional de gestión de la Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

Equipo de Trabajo:

Ángela María Galindo Cañón – Directora del Programa Nacional de Moda y Joyería

Mario Reina Cardona – Director Creativo Programa Nacional de Joyería

Miguel Vélez – Diseñador Programa Nacional de Joyería

Natalia Pérez – Directora Creativa Programa Nacional de Moda

Alejandra Bedoya – Diseñadora Sénior Programa Nacional de Moda

Mabel Sierra – Asesora de Talento Humano Programa Nacional de Moda y Joyería

Paola Martínez – Patronista Programa Nacional de Moda

Manuela Castaño – Asesora Programa Nacional de Joyería

Roció Arias – Asesora Programa Nacional de Moda

CONTENIDO

Debido a la situación de salud presentada a nivel Mundial por la pandemia del COVID 19, las actividades desarrolladas en el año 2020 se vieron afectadas, no permitiendo el viaje a comunidades por parte de los asesores del programa de joyería. Por esta razón, las estrategias utilizadas para el trabajo y atención de los artesanos se realizan por medios digitales, dictando talleres y realizando actividades a distancia con cada grupo. El resultado de esta estrategia varía según la región, ya que muchos logran participar en todos los talleres, mientras que otras comunidades por la lejanía y el difícil acceso a internet, quedan dispuestos para otro tipo de ejercicios y atención, priorizando en la compra y promoción de productos.

1. MODULO DE DISEÑO

Mompox

Colección 2020

Santa fe de Antioquia

Colección 2020

Tumaco

Colección 2020

Guapi

Colección 2020

Barbacoas

Colección 2020

Vetas

Colección 2020

2. MODULO DE COMERCIALIZACIÓN

LITORAL PACIFICO

Estrategia digital y talleres de capacitación

MOMPOX

Estrategia digital y talleres de capacitación

ALTIPLANO

Talleres de capacitación

INTRODUCCIÓN

Programa Nacional de Joyería.



Proyecto especial de la subgerencia de desarrollo y fortalecimiento del sector Artesanal, cuyo objetivo es el apoyo a las comunidades joyeras del país, buscando fortalecer el oficio tradicional en diseño y comercialización, aumentando ingresos de los beneficiarios atendidos, impactando en los mercados locales y generando empleo en las comunidades.

OBJETIVOS:

1. Rescate de oficio tradicional.

2. Brindar asesoría técnica para el mejoramiento de calidad de los productos y proceso productivos de las comunidades

3. Desarrollo e innovación de productos de joyería para ampliar y fortalecer la oferta comercial de las comunidades

Se encuentran divididas en tres grupos:

1. Tradicionales: Ejercen el oficio desde épocas de la colonia. El conocimiento es transmitido en núcleos familiares por generaciones, manteniendo viva la tradición técnica y artesanal.
2. Recuperación de Oficio: Al igual que las tradicionales, son comunidades que ejercen el oficio desde la colonia, pero que por sus condiciones geográficas y la situación socio-económica del territorio, el oficio artesanal a mermado al punto de desaparecer.
3. No Tradicionales: Comunidades que a partir de proyectos de desarrollo impulsados por gobernaciones o empresas privadas, son capacitados en el oficio, al igual que reciben talleres dotados de herramientas especializadas para la joyería.

Una estrategia enfocada en manejo de redes, promoción de productos y comercialización que permita a los artesanos estar activos durante la época de cuarentena, que impacto el turismo y las economías locales a nivel nacional.

Las comunidades priorizadas por el programa en el 2020 son:

- Mompox
- Santa fe de Antioquia
- Barbacoas
- Guapi
- Tumaco
- Ciénaga de Oro
- Quibdó
- Vetas
- Marmato
- Quimbaya
- Ataco

Sin embargo, se tiene en cuenta la convocatoria nacional de artesanías de Colombia, donde hay registro de mas grupos joyeros como:

- Envigado
- Medellín
- Cali
- Ibagué
- Bogotá
- Bucaramanga
- Cúcuta

Y se supervisan las actividades de los proyectos convenio que involucren joyería dentro de sus actividades, como es el caso de:

- Segovia
- Otanche

Este informe será dividido por componentes que abarcan el total de las actividades realizadas, donde se hablara de la estrategia utilizada en cada región o comunidad particular, ya que muchos de los talleres fueron presenciados por mas de una comunidad a la vez.

MODULO DE DISEÑO

Socialización del ejercicio de diseño “desde mi ventana” donde los artesanos responden una serie de preguntas que permiten a los diseñadores encaminar la actividad de co-diseño. Estas preguntas buscan analizar el concepto de los joyeros a partir del cambio de actividad y lugar de trabajo. Que extrañan, cuales son los cambios mas relevantes y como se ve impactada la comunidad y el oficio, debido a las nuevas dinámicas establecidas por la cuarentena. El ejercicio se realiza en las comunidades de Santa fe de Antioquia, Guapi, Vetas, Mompox, Marmato, Quimbaya y Barbacoas.

Preguntas:

1. En que lugar pasa la cuarentena y que espacios son los que mas frecuente dentro de este espacio
2. Con quien esta compartiendo la cuarentena.
3. Cuanto tiempo lleva de encierro.
4. Que aprendizaje ha tenido con esta experiencia.

5. Que es lo que mas extraña del exterior ahora que no puede salir.
6. Tiene una ventana cerca.
7. Que es lo que mas le gusta ver desde su ventana.
8. Que quisiera ver desde su ventana.

1. MOMPOX

Concepto

Fiestas tradicionales de Mompox

Desarrollo de colecciones a partir de referentes culturales dentro de las fiestas tradicionales de la comunidad, inspirándose en formas de naturaleza y animales que están presentes y relacionados al rio magdalena.

Relatos de la comunidad

Folclore y fiestas tradicionales (Carnaval)

Fauna y Flora

Tradición y Folclore

Realizar piezas de gran formato

Volumétricas

Composición Floral

Carnaval de Mompox

Aves



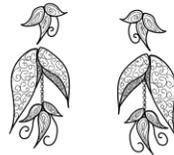
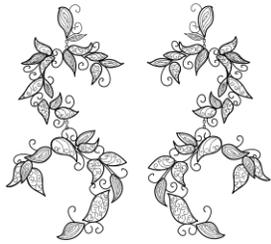


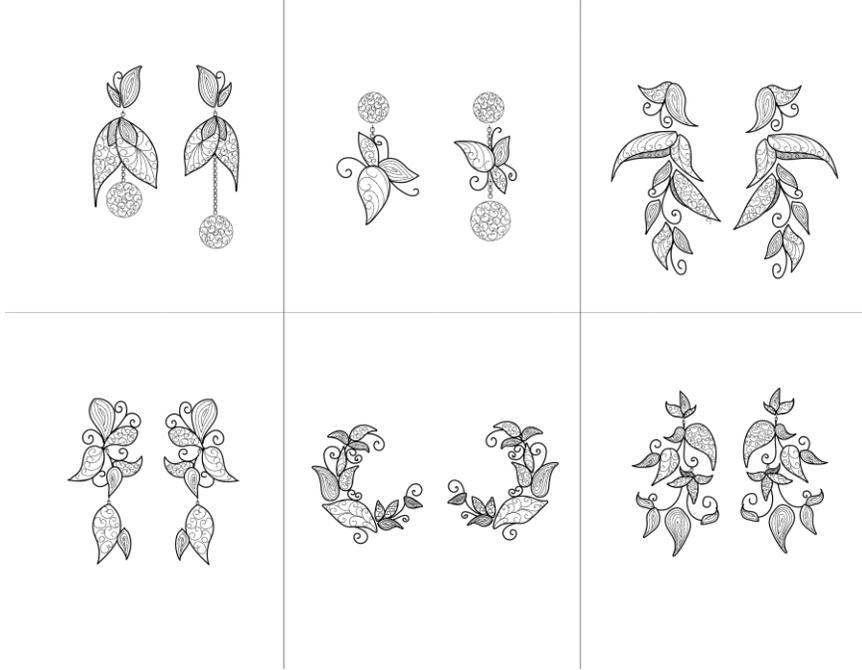
Referentes



Diseños

Inspirados en las formas de plantas tradicionales se realiza la composición de formas relacionadas con naturaleza. Compuesto por 40 referencias, con una colección especial de colgantes y topos.





2. SANTA FE DE ANTIOQUIA

Concepto

Forja y técnicas ancestrales

Desarrollo de colecciones a partir de referentes culturales dentro de las técnicas tradicionales de la comunidad, ejercicio de rescate y reinterpretación del nudo tejido en filigrana, experimentando con piezas planas y formas aleatorias en las estructuras de las piezas.

Mediante la atención del PNJ en la zona, se busca:

Con base en el tejido de nudo turco, se busca realizar piezas de gran formato, variando las formas del nudo, al igual que el entrelazado plano.

Tejidos de cadenas tradicionales y recuperación de oficio con formas geométricas y estructuras grandes

Tejidos Tradicionales

Flores y frutos

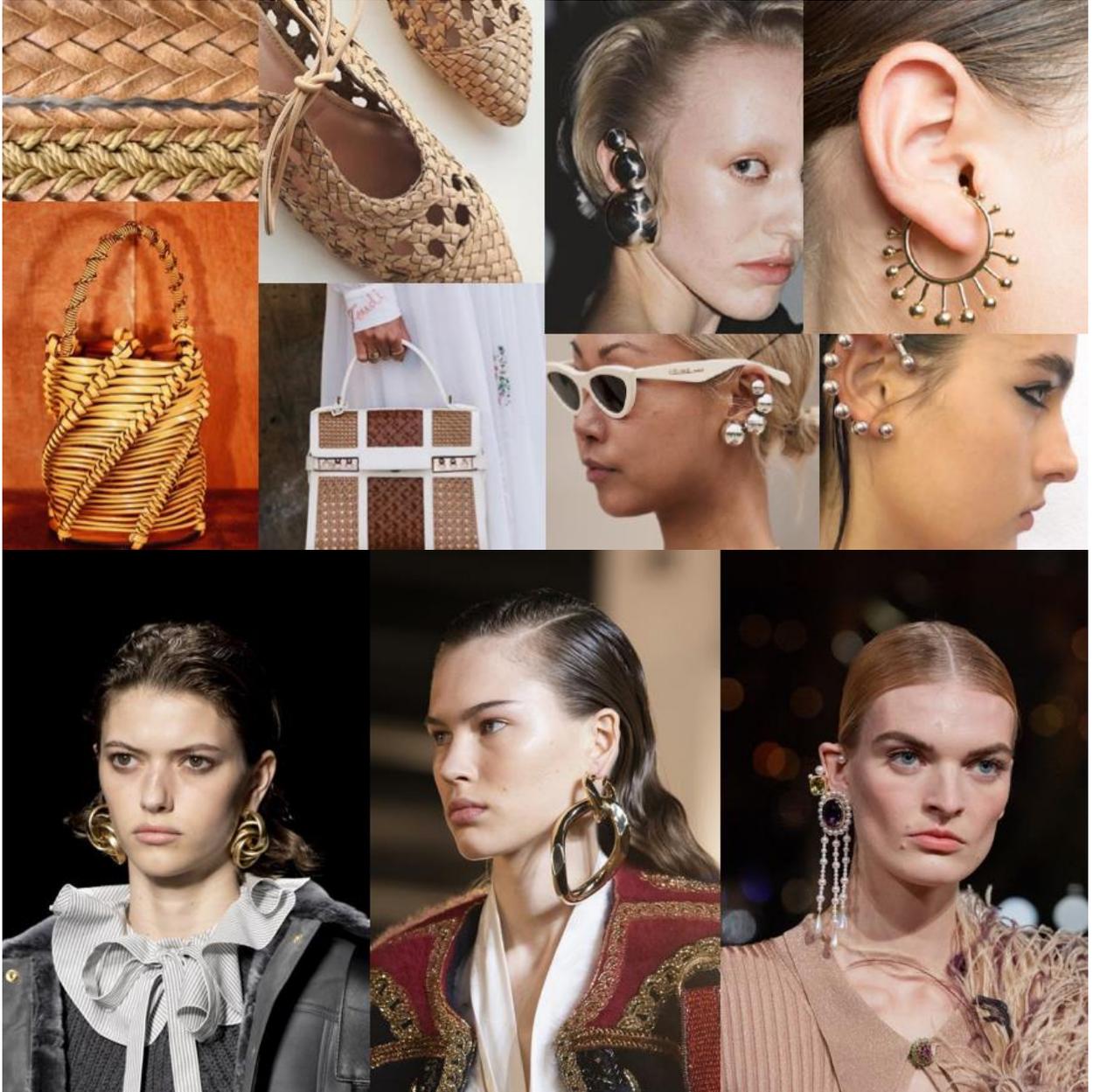
Minería Artesanal

Tejidos en plata y oro

Cadenas tradicionales



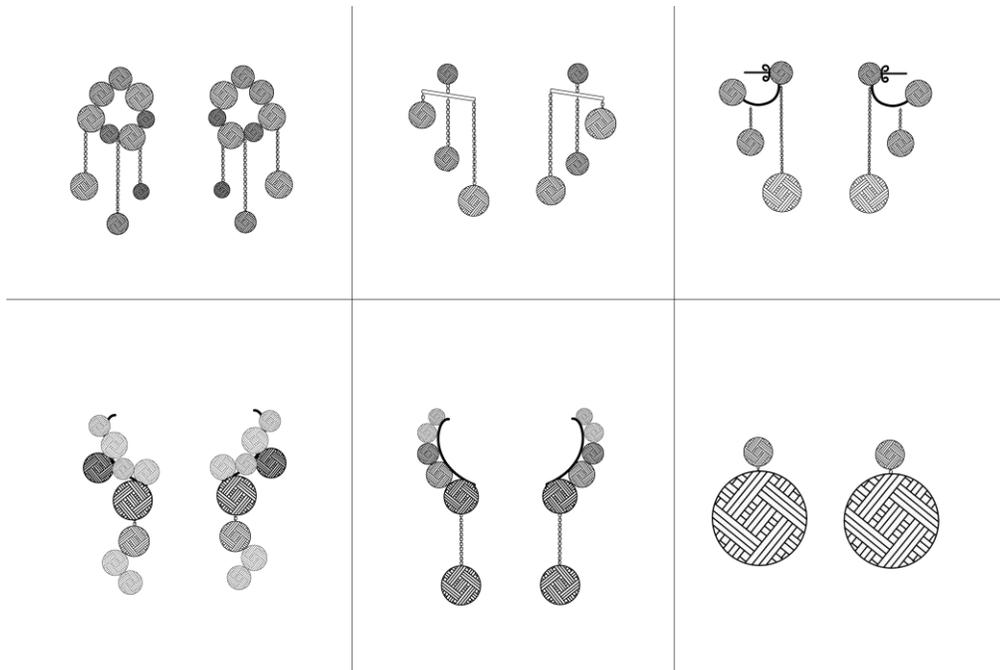
Referentes

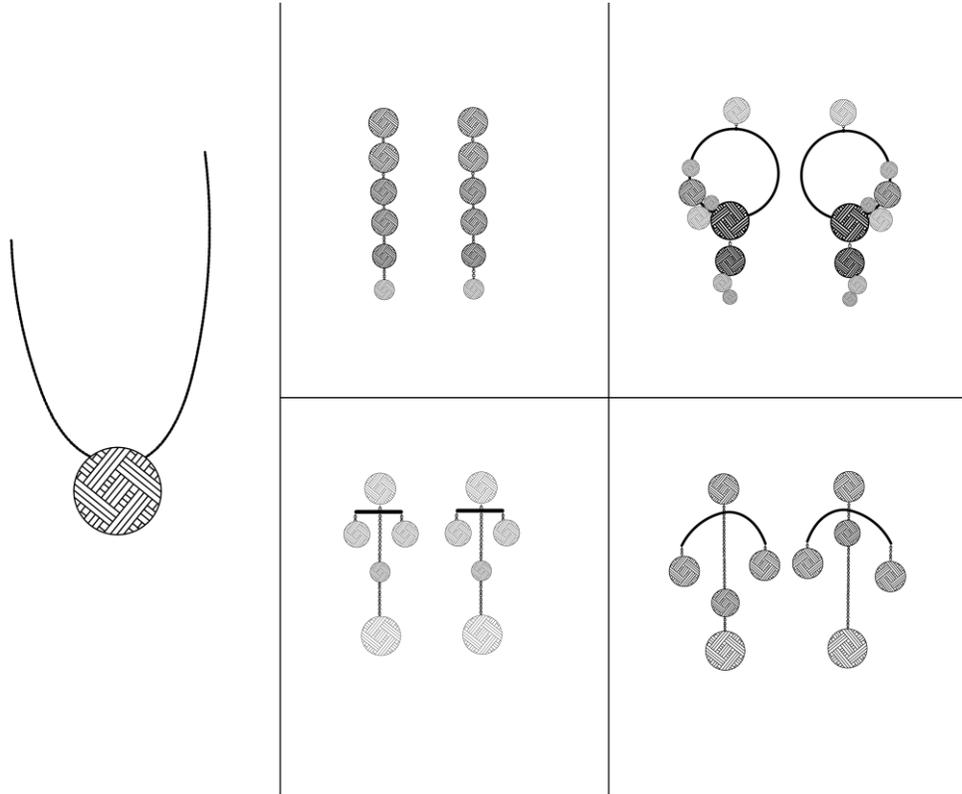




Diseños

Inspirados en las formas de tendencias 2020 se realiza la composición de estructuras móviles. Compuesto por 11 referencias, con una colección especial de colgantes y topos.





3. PACIFICO

Concepto

Desarrollo de colecciones a partir de relatos, historias tradicionales de la comunidad, folclore, fauna y flora. Luego de un ejercicio de investigación tradicional sobre los usos medicinales de las plantas, los referentes gastronómicos y las creencias sobre espíritus y suerte. Dentro de los referentes culturales de las técnicas tradicionales, ejercicio de rescate y reinterpretación del hilo entorchado, experimentando con piezas entrelazadas relacionadas con la vegetación y formas heredadas con los españoles en objetos antiguos.

Mediante la atención del PNJ en la zona, se busca:

Realizar piezas de gran formato, variando las formas de la filigrana, al igual que el entrelazado plano. tejidos de cadenas tradicionales y recuperación de oficio con formas orgánicas y estructuras grandes

Plantas tradicionales

Relatos/Historias de Comunidad

Folclore y Tradición

Fauna y Flora

Usos medicinales

Gastronomía

Creencias/suerte.

La joya como objeto de valor espiritual





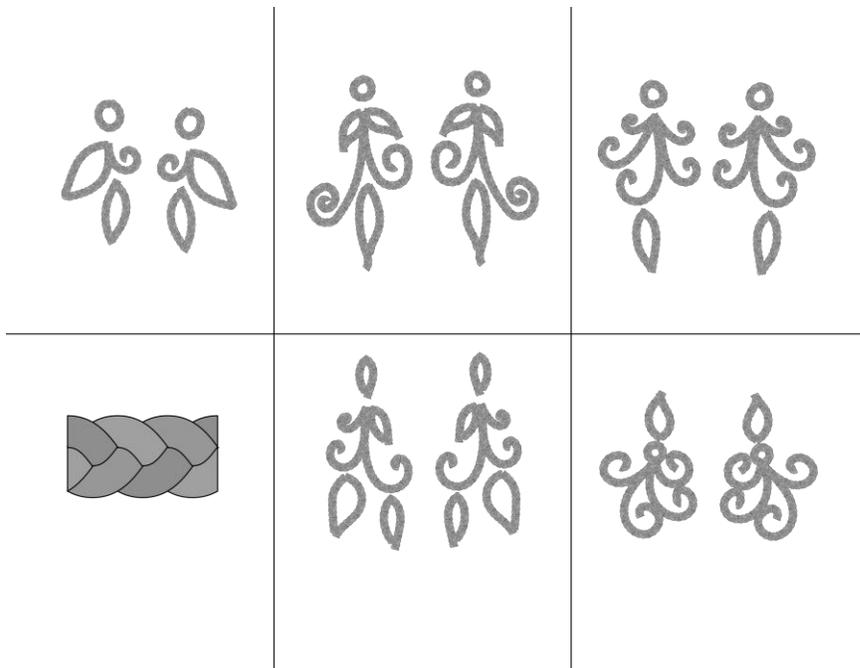
Referentes

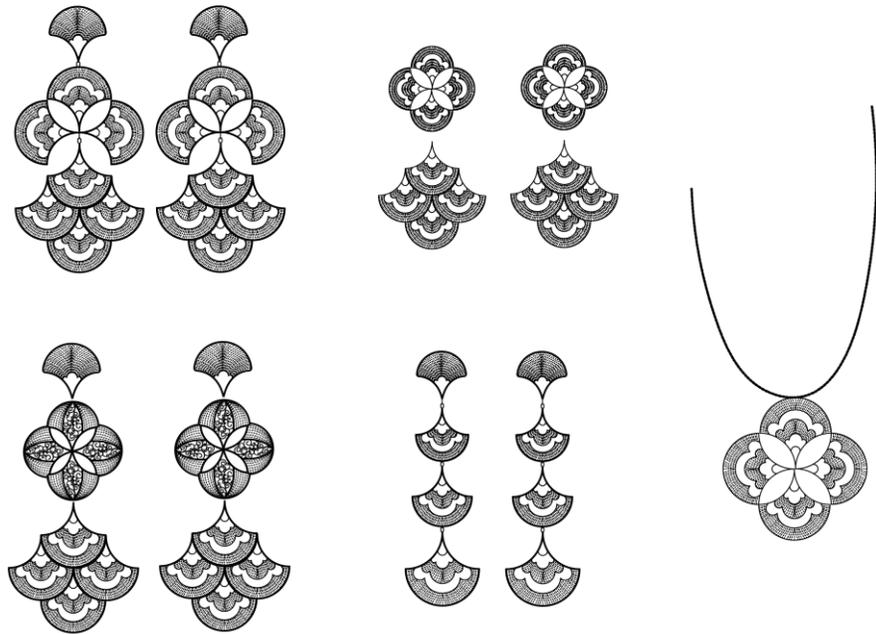


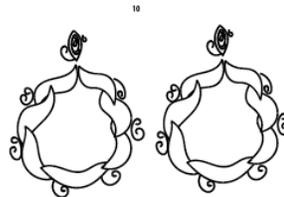
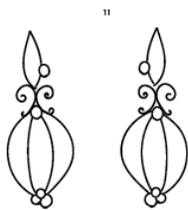
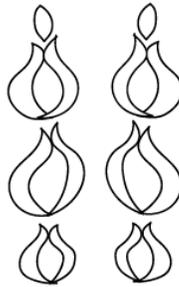
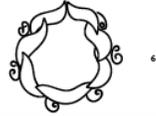
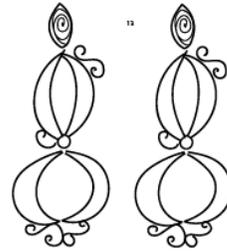
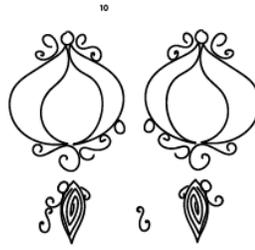


Diseños

Inspirados en las formas de tendencias 2020 se realiza la composición de estructuras móviles. Compuesto por 11 referencias, con una colección especial de colgantes y topos.







1. VETAS

Concepto

La vida en la mina.

Inspirado en acabados, accesorios de carácter industrial y colores de los minerales en la zona, las piezas tendrán pequeños elementos decorativos tipo móvil, para lograr piezas de gran formato y bajo peso

Mediante la atención del PNJ en la zona, se busca:

Realizar piezas de gran formato, variando las formas armadas tipo modulo, al igual que las formas en miniatura. Micro fundición y piezas modulares.

La vida en la mina

Herramientas

Maquinas

La mina como fuente de trabajo

La explotación minera y sus usos como sustento para la comunidad

La joya como objeto representativo de una actividad y su transformación de herramienta a elemento decorativo.

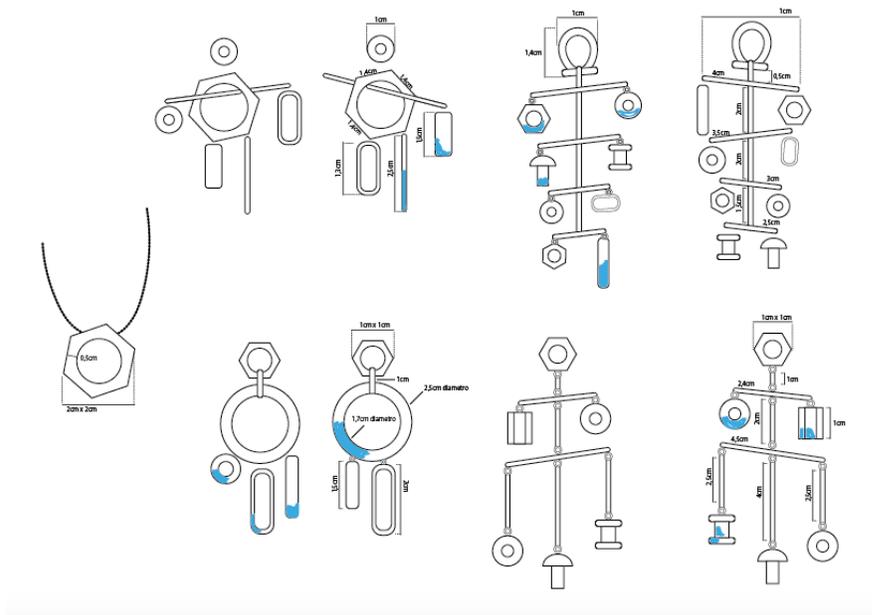


Inspiración



Diseño

Inspirados en las formas de tendencias 2020 se realiza la composición de estructuras móviles. Compuesto por 5 referencias, con una colección especial de colgantes y topes.



MODULO DE COMERCIALIZACIÓN

La estructura utilizada por el programa de joyería se evidencia en el litoral pacifico, el cual recibió la atención completa en todos los puntos, como desarrollo, comercial, comunicación y ventas. Estos puntos desarrollados aquí fueron los mismo que se utilizaron en Mompox y el altiplano, haciendo énfasis en los antes nombrados, sobre las actividades puntuales.

LITORAL PACIFICO

1. De acuerdo con las brechas que aún existen en las organizaciones del Pacifico, se apoya la preparación en calidad y cantidad (stock) de la producción para acercamientos comerciales y alianzas con el sector privado, y actividades de promoción y ventas por canales digitales todas éstas actividades realizadas de manera virtual, apoyadas en videos educativos, trabajo de plataformas virtuales, WhatsApp, llamadas telefónicas, Facebook live etc, todo esto debido al momento que estamos atravesando por la contingencia sanitaria.
 - Seguimiento producción para ferias Expoartesanias 2020, Market Place y Petronio Alvarez comercial.

Se realiza el seguimiento de las producciones para los diferentes eventos comerciales, enviando referencias seleccionadas, pruebas de calidad y garantizando el avastecimiento del stand en medellin según la venta de referencias.



Se realiza una selección de las piezas en mejor estado y las que tienen mayor salida comercial enfatizando en:

Accesorio

Tipo de Pieza

Formato

Aretes	Topos, Aretes con ansuelo	Pequeño - mediano
Anillos	Anillos tradicionales	No. 5 – 6
Cadenas	Cadenas Tradicionales	45cm – 50cm

Los eventos comerciales para los que se realiza la producción implican unos productos muy diferentes, ya que uno es presencial, donde los artesanos tendrán la felicidad de mostrar al cliente sus productos y poder comercializar piezas como los anillos. Sin embargo, para los eventos digitales, se hace énfasis en los aretes pequeños y de gran formato.



Piezas seleccionadas para el evento Petronio Álvarez, feria que se realizará en Cali, con una vitrina comercial abierta al público.

- Participación en Expoartesanías y Market Place de los Grupos Morro, Mambi y Jegua.

Se realiza el seguimiento y entrega de producto en Bogotá de las joyas que serán exhibidas en la Feria Expoartesanías 2020. En este caso, se revisan las piezas antes de ser entregadas y se encuentran algunos daños que deben ser reparados de forma urgente.

Se entregan los documentos necesarios para la participación y se facilita la entrega de formatos con datos de ingreso para cada producto, referencias, precios, peso, características específicas, medidas y fotografía de producto, se llevan los tiempos de entrega y el despacho de las joyas.



Productos Morro y Mambi

- Produccion para vitrina en medellin y Marketplace.

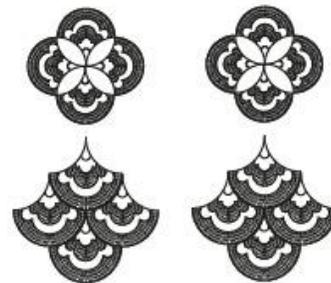
Desarrollo y supervision de piezas en joyeria para los eventos en medellin y Bogota. Dentro de los acuerdos establecidos con el grupo “de la mano” se realizan tres pedidos para los diferentes grupos joyeros, quienes tendran una muestra comercial en la ciudad de medellin y en la plataforma digital de artesanias de colombia, sin embargo, para esto se debe lograr producir las diferentes piezas entre diseños tradicionales y nueva colección.

El grupo jegua es quien mas pedido de piezas tiene para los dos eventos, luego le sigue el grupo morro de tumaco, quienes participan con nuevos diseños

colección desarrollada con base en los trenzados de las mujeres del pacifico, que son llevados al metal de plata.



El grupo “de la mano” aclara el pedido de piezas tradicionales y escamas en diferentes diseños. Se plantea el modelo de consignacion para facilitar el mayor numero de piezas en vitrina, a lo cual Ana berrio acepta la proupesta.



A partir de los diseños socializados con Ana Berrio, se intentan producir nuevos diseños que permitan tener mayor rotacion, con el acuerdo de que luego de terminar la exhibicion en medellin, el grupo de la mano comprar varias referencias a los talleres.



Tejidos en plata para nuevos diseños de joyas del morro, prueba de estructura y soldadura para las joyas, el trenzado permite dar formas organicas a las piezas y las hace muy ligeras.

- Seguimiento a produccion para eventos comerciales y vitrina Medellin. Acuerdos de trabajo Moda-Elan.

Dentro de la alianza establecida con Moda-Elan en el año 2019, se restablece contacto con Ana Maria Sierra, quien manifiesta interes en conocer el estado actual de los grupos con la situacion de la pandemia. Ella detiene sus actividades con los grupos y decide pausar el trabajo de moda elan en el pacifico sur, debido a la dificultad para exportar, sin embargo con la apertura de municipios y aeropuertos, se piensa en la reactivacion. Dentro de los puntos de interes Ana Maria Sierra pregunta por:

1. Disposicion de trabajo para realizar piezas con los grupos, pidiendo informacion sobre las personas activadas y los tiempos de entrega
2. Envios de materia prima certificada. Con interes de tener material que pueda ser exportado y que cumpla todos los requisitos de aduana.
3. Compromiso de trabajo y facilidad de envios de joyas desde las comunidades a Bogota.

Luego de termina con el compromiso de escribir un correo donde se comprometen las necesidades que permitan seguir con el trabajo de los joyeros.

- Seguimiento a contactos comerciales de los grupos joyeros del pacifico.

Con el fin de retomar actividades y dar seguimiento a los lazos comerciales generados en el año 2019, se contacta de nuevo al las diseñadoras Ana Berrío y

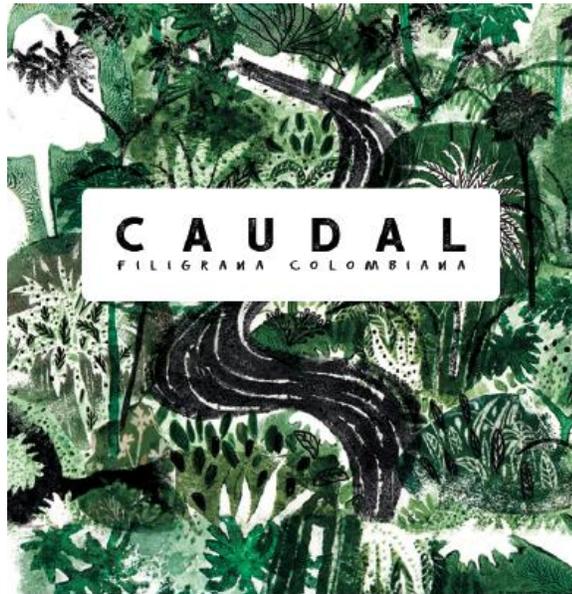
Alina Lopez para generar actividades conjuntas y saber en que estado va el trabajo con los jovenes joyeros. Dentro de los compromisos realizados estan:

- Revisión de compras de producto a los grupos joyeros, realizando seguimiento a los pedidos y evaluando calidad de las piezas.
- Posibles alianzas en trabajo conjunto con la ADC para generar nuevos espacios comerciales.
- Proyectos futuros.

Junto al grupo “de la mano” quienes tienen una fuerte presencia comercial en la ciudad de Medellín, se revisan los puntos anteriores que permiten la reactivación comercial de los grupos joyeros del pacífico, quienes especifican sobre el éxito de los productos y comunican sus puntos de interés:

- Apoyo por parte de la ADC para generar nuevas referencias de productos que permitan a los jóvenes tener una mayor oferta en vitrinas.
- Posible alianza para generar una vitrina por 4 meses en el centro comercial Unicentro de Medellín, donde los grupos tendrían 2 vitrinas con producto.
- Apoyo con material fotográfico y nuevos productos para la página web del grupo “de la mano”.
- Seguimiento a las producciones de los grupos joyeros del pacífico, dando cumplimiento a la entrega de joyas dentro de las fechas establecidas por el cliente, manteniendo unos altos estándares de calidad.

De la mano crea una marca especial para promocionar las joyas del pacífico, que tendrá página web, espacio comercial y compra de productos. Redes sociales, fotos de comunidad, talleres y proceso productivo.



@CAUDAL_filigrana
Caudalfiligrana@gmail.com

Compra de producto: \$1.670.000

2. Realizar un proceso de formación - capacitación inicial, en el manejo de herramientas y plataformas para el trabajo de manera virtual.

- Ejercicio para video he historias de instagram

Con el fin de tener videos de rapido uso donde los artesanos puedan contar historias cortas y publicarlas en redes, se plantea una estrategia de videos tipo historia para instagram y facebook, donde se cuentan pequeños relatos que tienen relacion con los talleres y sus procesos. Como los integrantes narran historias respecto a las joyas y su estilo de vida.



Formato vertical para historias de instagram y facebook. De medio cuerpo y cuerpo completo, en casa, taller y espacio de trabajo.



- Taller de fotografía para joyería. Contexto y toma de producto.

Para poder dar respuesta a los productos de catalogo y mejora en redes sociales, se realiza el taller de fotografía, diferentes charlas donde se capacita a los artesanos en la toma de fotografías desde sus celulares o camara, con las especificaciones tecnicas y resaltando los detalles a trabajar. Esta charla consta de diferentes partes donde los artesanos participan de forma interactiva con experiencias propias frente a la fotografía y su relacion con los coneptos.

Primera Parte: Composicion.

Con el fin del familiarizar a los artesanos con los terminos y conceptos generales de fotografía, se explica la importancia de la composicion dentro del manejo visual para redes y para catalogos. Para estas piezas se utilizan fotografias de las comunidades con las que los jovenes se sientan familiarizados y entiendan los conceptos aplicados a su comunidad.



Segunda parte: Contexto.

Como podemos utilizar nuestro contexto para mejorar ventas. Crear una historia detrás del producto, comunicar a los clientes el lugar donde vivimos y como logramos llamar su atención con la narrativa visual.

Tipos de fotografía

Paisajismo se describe generalmente como imágenes donde se captan lugares, a menudo asociados con naturaleza, sin presencia o actividad humana.



Existe el paisaje urbano, que se encarga de plasmar las dinámicas de contexto y las estructuras construidas por el hombre. Detalles del paisaje. Exploración del entorno.

Tipos de fotografía

Fotografía Documental se entiende como fotoperiodismo, que trata de documentar nuestro mundo con el propósito de mostrar las cosas tal como son, la objetividad ante todo.



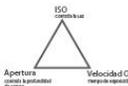
Fotoperiodismo: Asociado a historias de imágenes individuales y de corto plazo, interpretadas de forma subjetiva.
Fotografía documental: Crea ensayos a largo plazo, imágenes de impacto y que marcaron la historia.

Tercera Parte: Conceptos basicos de fotografia.

Entender la exposicion en una foto, la apertura y el iso de los celulares y camaras, cruciales para entender como tomar una fotografia. Esto les permitira entender la iluminacion, como mejorar la calidad y poder lograr dar profundidad a las piezas

Conceptos Básicos

La **exposición** de una foto es el equilibrio entre la apertura de diafragma, el tiempo de exposición y la sensibilidad para captar correctamente la luz existente.



La exposición puede medirse como combinación del tiempo y del nivel de iluminación recibido.

Conceptos Básicos

Sensibilidad ISO es un parámetro que permite indicar al sensor qué cantidad de luz debe recoger. Los captadores de imágenes tienen una sensibilidad, que normalmente coincide con el valor ISO más bajo que podemos habilitar desde la cámara.



ISO 100 ISO 400 ISO 8000

Cuanto mayor sea el valor ISO que habilitemos en nuestra cámara, más luz recogerá el sensor, pero tendrá mayor ruido.

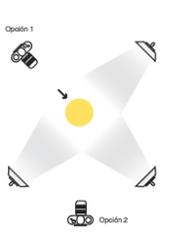
Cuarta Parte: Iluminacion

Como se puede hacer uso de las luces, cajas de luz, luz natural contra luz artificial, las horas adecuadas para tomar fotos de producto, donde podemos tomarlas y que estrategias nos pueden ayudar. La iluminación es el punto mas importante para las fotos de joyas, lo que nos permite editar y resaltar detalles de cada pieza.

Fotografía para joyería 2020

Luz e Iluminación

Iluminación de tres puntos Es una técnica que se utiliza para dar profundidad a la imagen. Mediante el uso de luces se dan propiedades tridimensionales a una imagen bidimensional.





Opción 1



Opción 2

En estudios especializados se pueden utilizar dos tipos de fuentes de iluminación, luz continua o de flash. Según sea el detalle a resaltar, la cámara se puede ubicar en diferentes puntos.

Fotografía para joyería 2020

Luz e Iluminación

Calidad de Luz Se refiere a la dirección, intensidad, naturaleza difusa o directa, color. Luz Fuerte/Dura: Proviene de una sola fuente de iluminación y se propaga en línea recta. Crea sombras definidas y de alto contraste.



Suave



Fuerte/Dura



Fuerte/Difusión



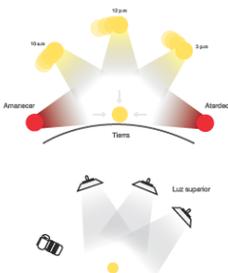
Difusión

Luz Suave: Es difusa y multidireccional. Crea bordes suaves y de bajo contraste. Difusión: Es causada por la atmósfera, por la reflexión en una superficie mate o de manera artificial, cuando la luz atraviesa un material translúcido.

Fotografía para joyería 2020

Luz e Iluminación

Dirección de la luz La experiencia de luz sobre la tierra es del sol por encima de nosotros, según sea la hora, el lugar y la estación. La importancia de ubicar fuentes de luz artificial según el referente de la naturaleza.



Luces por debajo son una anomalía que engaña los sentidos, aunque son utilizadas por algunos fotógrafos de moda y arquitectos, ya que les permiten dar un carácter dramático a los escenarios y las fachadas de edificios.

Quinta Parte: Fotografía con el celular.

Como podemos utilizar nuestro celular para las fotos de producto, como ubicamos las joyas sobre el fondo y como podemos adecuar los elementos del celular para que la imagen tenga una buena iluminación .

Fotografía para joyería 2020

Luz e Iluminación

Luz Artificial Se utilizan para iluminar de forma sistemática y controlada una escena o el registro de un objeto. Proporcionan una gran variedad de colores. Se generan con LED, Flash, lámparas HMI, fluorescentes.

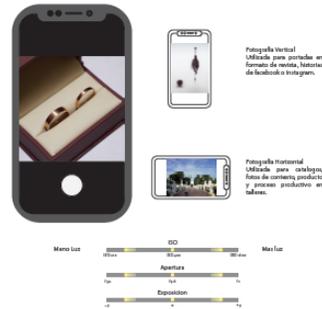


Tipos de luz: Flash/LED: Azules/Blancos/Amarillos. Vapor de Sodio: Amarillo intenso. Es importante evitar la mezcla de la luz artificial y la luz natural, pues podría generar una confusión entre los colores y la temperatura de la imagen.

Fotografía para joyería 2020

Fotos con el Celular

El celular Uso de herramientas básicas como aumento en exposición, brillo o contraste. Los celulares vienen con unos parámetros básicos que pueden ser utilizados, ya que muchos no permiten cambiar las opciones de cámara.



La fotos tomadas por celular, pueden ser mejoradas con herramientas de edición que encontramos en el menú de nuestras imágenes.

Sexta Parte: Fondo

La diferencia entre el fondo negro y el fondo blanco. Como el blanco funciona para resaltar las características de una joya y da una imagen mas limpia. El negro como fondo de producto para redes sociales y con historia detrás.

Fotografía para joyería 2020

Fotografía y Joyería

El Fondo puede resaltar o quitar protagonismo de una pieza según sea la intención de la imagen. Es muy diferente el fondo del catálogo al de la puesta en escena o una joya con modelo, sin embargo los principios luz y composición aplican de forma similar.



Fondo Negro

El fondo negro elimina sombras que afectan la profundidad de la imagen. Crea muchos reflejos sobre la joya, oscurece la imagen. Sin embargo el negro es utilizado por algunas marcas para dar un carácter dramático a sus joyas.



Fondo Blanco

El fondo blanco es ideal para fotografía de joyas. No compete con la pieza, resalta los detalles de la joya, ilumina la imagen. Este fondo es utilizado para catálogos o muestra de producto.

El fondo no debe competir con la joya, ya que este no debe captar la atención del observador, alejándolo de la pieza. Existen marcas que personalizan sus fotografías con fondos especiales.

Fotografía para joyería 2020

Fotografía y Joyería

Fotografía Catalogo Tiene el fin de promocionar los productos de una marca o taller. Pero no necesariamente tienen que incluir todas las referencias.



En algunos casos se eligen las mejores piezas y se centra en dar una muy buena imagen a esos productos. Pueden presentarse por colección, técnica, estilo o productos individuales.

Septima Parte:

Foto del producto – taller – modelo – lookbook diferencia entre estas fotos y en que momento podemos utilizarlas.

Fotografía para joyería 2020

Fotografía y Joyería

Proceso Estas imágenes cuentan el paso a paso, o algún detalle específico del proceso detrás de la fabricación de una joya. Sirven para llamar la atención del cliente, quien al ver el proceso, puede llegar a sentir que hizo parte de la construcción.



Estas fotos buscan mostrar el producto en su contexto, muchas veces sobre la mesa o en manos del creador, resaltando el espacio (taller) y la pieza. Imágenes que sirven para conectar el proceso con el resultado del producto o catálogo.

Fotografía para joyería 2020

Fotografía para joyería 2020

Fotografía y Joyería

Look Book Utilizado por diseñadores de moda, fotógrafos y modelos, que sirven para dar a conocer una colección o estilos específicos.



Básicamente es una carpeta con un número determinado de looks, donde mostramos las piezas en general, combinaciones y puesta en escena. Estas fotos son utilizadas en redes sociales, según sea el impacto que queremos lograr.

Fotografía y Joyería

Uso (Imagen Real) Fotos para resaltar el uso de las joyas y quien es nuestro cliente. Fotos sin modelo ni montaje especializado, que buscan mostrar el tamaño y proporción de una joya.



Estas fotos pueden ser utilizadas para redes sociales como muestra rápida de producto. Uso + Usuario + contexto cotidiano.

Octava Parte:

Fotografía y Narrativa, como se utiliza la fotografía para redes sociales, manejo de la marca, el contexto y como la historia detrás de una imagen puede mejorar las ventas al igual que atraer nuevo público a las plataformas virtuales.

Fotografía para joyería 2020

Narrativa en la Imagen

Las Historias Como los espacios pueden ser relacionados con el proceso y la estética de nuestras joyas. Muchas veces influyen directamente en la forma y responden a dinámicas sociales.



Como transmitir el concepto a través de una imagen, como la fauna, la flora o las costumbres que enmarcan una comunidad, pueden ser identificados mediante una cámara.

Fotografía para joyería 2020

Narrativa en la Imagen

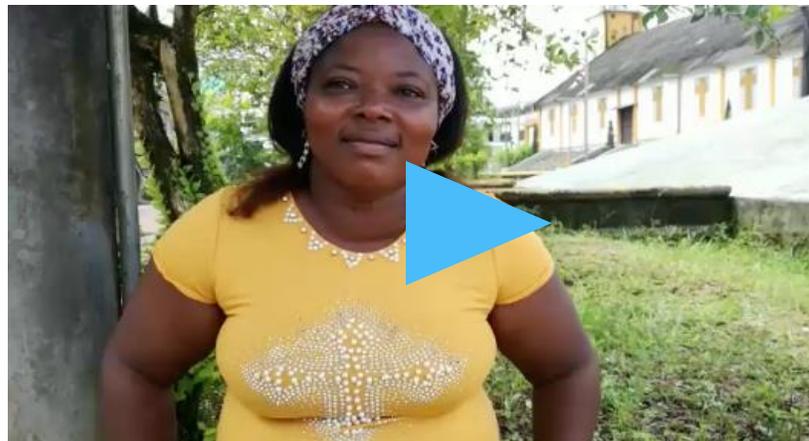
Superficies Cómo el contexto nos transporta a realidades paralelas en un mismo territorio, entendiendo lo que puede llegar a suceder a partir de una imagen.



Cómo podemos ligar nuestra propia historia al producto, cómo ese lugar, sus texturas y colores son sintetizados, transformándose en una joya.

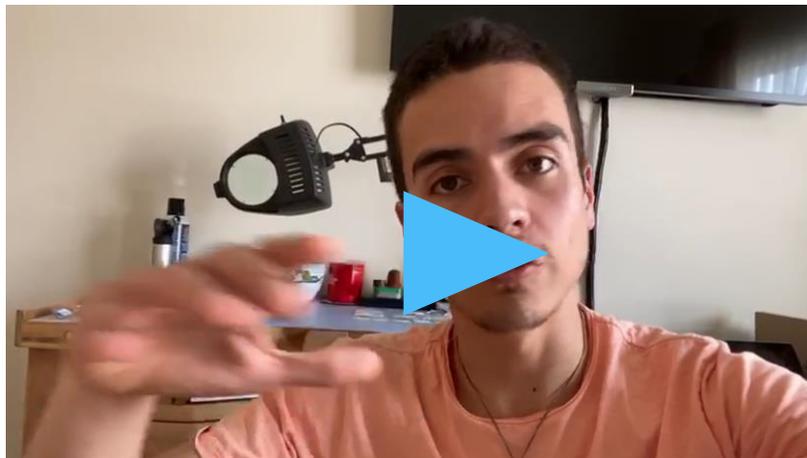
- Ejercicios de video para redes.

Con el fin de generar contenido para redes sociales, se realiza el primer ejercicio donde los jóvenes de barbacoas graban unos videos llamados “micro relatos”, que buscan contar las historias detrás de las joyas, como fue su proceso, su experiencia en joyería y en el proceso de formación. Videos cortos de menos de 1 minuto, pensado para formato historias de instagram y facebook.





Los videos se realizan con los diferentes grupos. El ejercicio se hace contando una historia personal. Para esto el consultor realiza un video guia, donde se explica como utilizar el celular, como sostenerlo, encuadre y sonido de fondo.



3. Realizar taller virtual en imagen de marca, construcción del Brochure de marca, elaboración de documento, que permita comunicar las intenciones, imágenes y conceptos detrás de la marca.

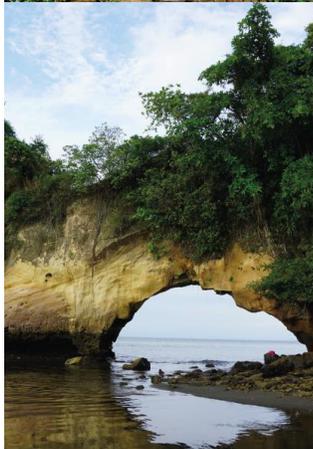
- Catalogo para los grupos joyeros.

Empieza la construcción del catalogo buscando resaltar el contexto y los detalles característicos de cada comunidad. Para esto se utilizan fotos de las comunidades y los grupos, con un pequeño texto descriptivo



Guapi

Es una población del pacífico caucano, puerto de salida para la isla Gorgona y otras poblaciones alejadas. Al ser una región con abundante oro, se convierte en un importante punto de encuentro para orfebres. El grupo Jégua está conformado por jóvenes aprendices de joyería, que aprenden sobre la técnica de filigrana de la mano de los maestros joyeros en la región y quienes se encargan de formar nuevos aprendices, para así mantener viva la tradición orfebre de la región.



Tumaco

El puerto de Tumaco recibe el oficio de la joyería como herencia del saber Barbaresco, donde los maestros mantienen las figuras y tejidos tradicionales en plata y oro, que hoy son resaltados por las formas características de la fauna y flora marina que inspiran a los joyeros de la región. Tumaco es la primera comunidad del pacífico donde las mujeres tienen un papel importante como orfebres y transmisoras del conocimiento.

La idea del catálogo es mostrar los espacios, los grupos, las manos de los artesanos trabajando y las joyas que fabrican.



M a m b i

El catalogo necesita las fotos de producto para poder continuar, sin embargo, los joyeros no envian el material necesario para esto, es enviado poco a poco para ser compilado en dicho documento.

- Taller “Reconocer el contexto”

Con el objetivo de crear identidad de marca y producto, se hace un taller de reconocimiento del contexto, donde los jovenes del grupo Mambi recolectan las plantas medicinales que se encuentran de la region y con base en estas, se hace un pequeño ejercicio de diseño, realizando una descomposicion de las hojas, creando y analizando cada parte.





La actividad comprende una salida, investigar con las personas mayores sobre las plantas medicinales y su funcionamiento, realizar una búsqueda en campo y luego un ejercicio de dibujo en el taller.





4. Realizar talleres virtuales de fotografía, con el fin de enseñar a los joyeros como tomar fotos de forma sencilla con las herramientas a las que tienen acceso, y así mostrar de forma adecuada sus joyas y poder usar este material para catálogos y redes sociales.
 - Desarrollo de catálogos para ferias de los Grupos Joyeros Morro y Jegua.

Con base en el trabajo de fotografía de producto se explica a los jóvenes como se debe realizar un catálogo de producto utilizando las herramientas digitales que tengan a la mano, en este caso PowerPoint, con el cual pueden tener un catálogo de fácil uso y edición que puede ser actualizado y enviado a diferentes eventos feriales.



Catálogo de Producto
Morro Joyeros



Guapi

Todas las mañanas las aguas del pacífico compiten por el delta del río Guapi, donde los pescadores salen acompañados del sol para lanzar sus redes y llevar al pequeño muelle del pueblo su preciada carga. El río como camino que a diario es navegado por cientos de personas, traídos a Guapi por la fama de sus orfebres, quienes funden, martillan, laminan, hilan, metales preciosos.

La importancia de utilizar fotos del contexto que le permitan entender al cliente el lugar de donde provienen los artesanos y sus productos. Para esto, los ejercicios de fotografía buscan que los joyeros tengan una sensibilidad sobre las imágenes y como transmitir una idea a partir de una imagen.



Contacto

Deisy Ortiz
Tel: 3209204913
[@morrojoyeros](#)
www.morrojoyeros.com

Se explica que los catalogos deben tener un espacio distribuido entre foto y la informacion de producto al igual que los datos de contacto, ligado a redes sociales y pagina de internet.



Nombre: Aretes arco
Tamaño: 8cm x 1,5cm
Material: Plata 950
Precio: 87.000
Cantidad: 5



Nombre: Aretes Escama
Tamaño: 3cm x 3cm
Material: Plata 950
Técnica: Filigrana

El programa de PowerPoint permite actualizar fácilmente las fotos del catálogo, ampliando la oferta de piezas y dejando a los artesanos la posibilidad de construir una presentación con nuevas colecciones si así lo necesitan. Se realiza una mínima edición de las fotos, cortando y corrigiendo color, dejando un espacio que permita entregar una descripción detallada de cada pieza.

En los catálogos no se ponen los precios de las piezas por consenso con los joyeros, esto les permite dar precios actualizados a los clientes interesados, permitiendo actualizar el valor de materias primas y mano de obra sobre sus piezas.

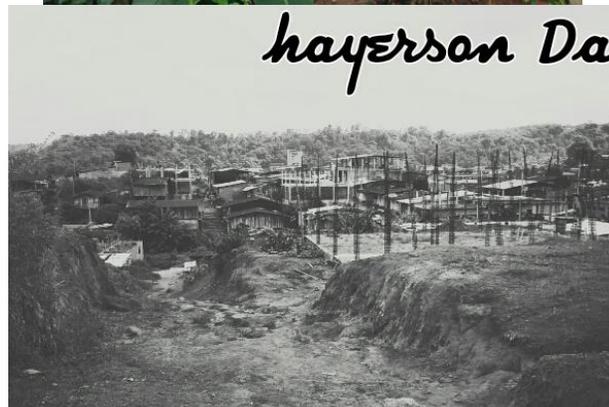
- Primer Concurso de Fotografía

Con el fin de incentivar a los jóvenes para tomar fotos y se apersonen del uso de las redes sociales y sus cuentas personales, se crea un concurso de fotografía dividido en tres categorías: Fotografía de contexto, Fotografía de Taller y Fotografía de Producto. El concurso busca que cada joven tome 5 fotos y participe con estas, para luego ser evaluadas por el asesor y ser socializadas con los demás participantes, escogiendo entre todos los ganadores.

Los tres primeros puestos son premiados de la siguiente forma:

Primer puesto: 50.000
Segundo Puesto: 30.000
Tercer Puesto: 15.000

Esto hace que los jóvenes salgan a recorrer sus comunidades y captar cualquier imagen que consideren pertinente para el evento. La acogida por los talleres es muy buena, pasando de tener 2 personas tomando fotos a 15 participantes.



Luego sigue el concurso de fotografía sobre oficio, dando paso a las fotos de taller y artesanos trabajando, donde cada joven debe retratar a los artesanos y sus compañeros, esto con el fin de conseguir material para redes sociales. Los premios se dibiden en:

Primer puesto: 50.000

Segundo puesto: 30.000
Tercer puesto: 15.000



Se entregan 200.000 mil pesos en premios a los artesanos participantes de joyería del concurso.

El último ejercicio sobre producto se encuentra en proceso.



- Talleres Fotografía de producto:

Se realizan tres ejercicios para toma de fotografías que sirvan como contenido en redes y también como productos para catálogo. Luego de explicar a los joyeros los diferentes conceptos y manejo de cámaras, los artesanos toman las primeras fotos en caja de luz y con luz natural, que les permite explorar las formas, ángulos y la iluminación, poniendo en práctica los términos aprendidos.



La caja de luz facilita el poder tomar fotos en días oscuros o en condiciones no favorables de iluminación, sin embargo, se debe ubicar la joya en una posición en donde las piezas queden centradas y no se vean los bordes de las fotos. En las anteriores imágenes vemos unas primeras muestras de cómo ubican y toman las fotos (Grupo Jegua)



En el segundo ejercicio, los artesanos realizan la toma de fotos en las horas recomendadas para esto, sin embargo deciden cambiar el fondo y utilizar un lienzo texturizado para esto. Las fotos tienen un problema de luz, por las sombras, el color amarillo y la posición de las joyas.



El ejercicio de fotografía de Guapi tiene varios inconvenientes, entre estos la calidad de la cámara, sin embargo la posición de las joyas, el ángulo y la distancia están mucho mejor que el resto de las fotos.



El ejercicio de toma de fotos demora más de lo esperado, ya que los artesanos se encuentran en proceso de trabajo y desarrollo de piezas nuevas. Sin embargo, se siguen realizando ejercicios para mejorar la calidad de las piezas y poder construir el catálogo de los grupos.

5. Taller de virtual de publicidad, manejo de redes sociales, corrección de estilo, textos y manejo de imagen por redes, página de Internet, evaluación y posible creación de

página, con ofertas digitales, publicidad y plataforma de compra online. (contratar empresa)

Con el fin de capacitar a los jóvenes de los grupos para poder utilizar de forma correcta las redes sociales, se realizan ejercicios de fotografía en el taller, buscando mostrar a los integrantes de los talleres en su día de trabajo, fotos de proceso, videos de comunicación para historias y los tiempos adecuados para las publicaciones.



En un principio se busca tomar una foto grupal para que las personas puedan ver quienes son los integrantes de cada taller, visibilizar a los artesanos y el proceso.



Un ejercicio que busca identificar los diferentes angulos de fotografia para las redes sociales, manos, herramientas, piezas, soldadura, limadura.

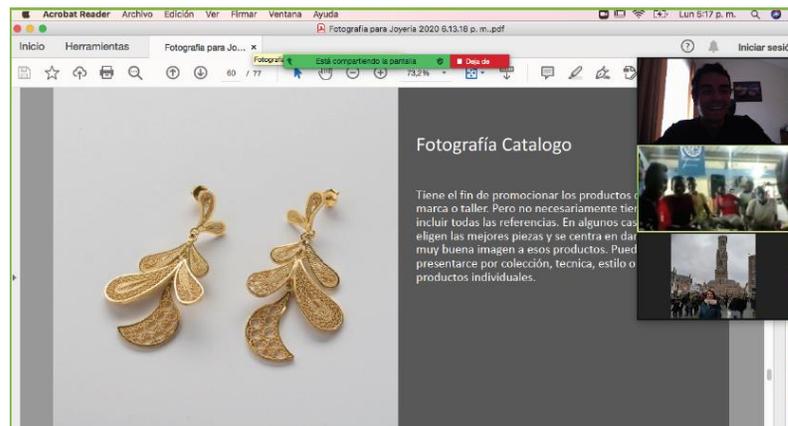


Los diferentes grupos reciben la charla sobre fotografía y cada cuanto se deben publicar las fotos. Planteando una estrategia por días. Existen dos formas de publicar las fotos.

Días	Foto	Tema
Día de por medio	3 Fotos	Publicaciones de a tres, con temas similares. Ejemplo: 3 de producto, 3 de contexto, 3 de proceso
Días seguidos	1 Foto	Publicaciones constantes sobre contexto, proceso y producto. Jugar con las publicaciones en la bandeja de fotos, donde se pueden generar líneas de tres, líneas verticales por tema o cuadros de 9 fotos.



Primer ejercicio de fotografía, charla y tareas asignadas para la revisión y trabajo por parte de los grupos.

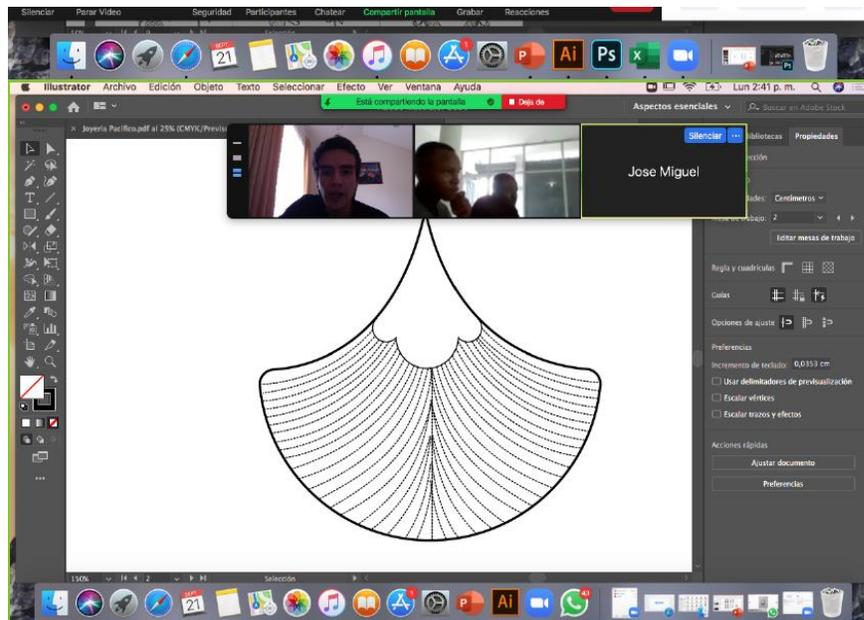


Presentación de fotografía, donde se indica como tomar las fotos correctas para joyas.

6. Capacitación virtual en el tema de participación en ferias digitales, acompañamiento en feria, apoyar los talleres de artesanos en eventos comerciales y ferias digitales y potenciales alianzas público privadas.

- Presentación y Preparación para el Marketplace del Grupo Jegua – Morro – Mambi

Se realiza la aplicación al evento ferial marketplace de artesanas de colombia, presentando los papeles requeridos para la selección de los grupos, entre estos se encuentran: Rut, Certificación Bancaria, Catálogo o fotos de producto con 10 imágenes, fotocopia de la cedula.



Se plantea la estrategia para producción de las piezas y cumplir con los tiempos establecidos del evento, de igual forma se supervisa el proceso de aplicación y selección de los grupos. Para este evento solo clasifica el Grupo Jegua.



Dos de las Fotos de producto seleccionados para el grupo juega.

Contacto inicial con nuevas diseñadoras en region, donde se habla sobre la estrategia de trabajo con cada grupo joyero. Realizando separacion de tareas por habilidad he interes del grupo. Esto permite optimizar la produccion y tambien dear constante respuesta a sus clientes (atencion al cliente).

Características	Produccion	Atencion al Cliente	Envios
Objeto	Encargado de los tiempos de produccion supervision de Produccion y Prueba de calidad	Atencion por medio de telefono, whatsapp, instagram, facebook, respondiendo a los clientes en todo momento.	Embalaje y despacho de productos a oficina de envios, rastrear envios.

Mediante la división de tareas, se asegura un mayor control de todas las partes del taller, asegurando la calidad de productos y respuesta hacia los clientes, asegurando los contactos comerciales y facilitando el trabajo con nuevos diseñadores interesados.

7. Talleres de técnica, comercial y financiera y elaboración de acuerdos para la construcción de dos alianzas estratégicas.

- Actividad Seguimiento a la producción y venta de piezas en la ciudad de Medellín

Se entrega la tabla de ventas hasta el mes de diciembre con las cantidades por cada grupo y también, las compras del grupo de “la mano” que realiza a los joyeros de Guapi, Tumaco y Barbacoas. Esto con el fin de fortalecer la alianza comercial que inició el año 2019 y con futuras compras y eventos presupuestados para el 2021.

Ventas a Diciembre:

Tumaco \$191.000

Barbacoas \$83.200

Guapi \$655.500

8. Demostraciones de oficio, presentaciones vía streaming de los joyeros, con inscripciones abiertas a nivel nacional.

- Participación en la semana de la joyería 2020

El grupo de joyería El Morro participa en la charla sobre mujeres en el oficio de la joyería, contando su historia y el trabajo que adelantan en la comunidad, educando y capacitando jóvenes, siendo la primera muestra a nivel nacional con participación de más de 600 personas.



La mujer *en la*
Joyería tradicional
colombiana

- conversatorio -

Joyeras Invitadas

DEISY ORTIZ
LILIANA HERRERA
LIDA HERRERA
MAGALYS ROMERO
INGRY GALVACHE
DORIS PEÑALOSA
ANA LUCILA ROLDÁN
ESTALA BENITEZ

Moderador

MARIO REINA

*Director Creativo
Programa Nacional de Joyería*

Semana de la Joyería
Miércoles 22 de Julio
10:00 am - 12:00 pm
4:00 pm - 6:00 pm

MOMPOX

De acuerdo con las brechas que aún existen en las organizaciones de Mompox y la situación de la pandemia que se presentó en el 2020, se realiza un trabajo puntual con los artesanos de la comunidad, enfocando todo el esfuerzo en la compra de piezas y repartición de dichos ingresos entre los artesanos, al igual que un ejercicio puntual de diseño para compra de la colección 2020.

Los talleres de capacitación con la comunidad de Mompox son pocos, esto debido a la madurez de la comunidad y el tiempo que llevan siendo atendidos por parte del programa de joyería, enfatizando en:

- Desarrollo de un catálogo promocional de talleres grandes, medianos y pequeños.
- Cartillas pedagógicas de fotografía y diseño
- Apoyo en participación a ferias, construyendo catálogos que cumplan con los requisitos establecidos.



Apoyo al proyecto de laboratorio Bolívar. Como apoyo al convenio de ICULTUR, se realiza el catalogo de mompox, con 125 fotos de producto, 21 talleres y casi 130 beneficiarios de esta ayuda.



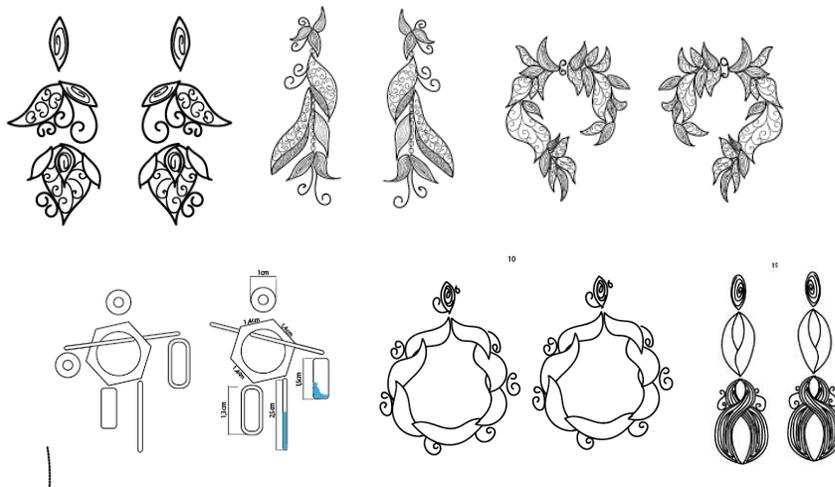
Prendedor Flor

Municipio: Mompox
Material: Plata ley 950
Técnica: Filigrana
Taller: Jhonny Pedrozo
Contacto: 3126791004

Con el fin de generar una compra de productos que ayude a los artesanos de nuestras comunidades, se gestionan compras con terceros, realizando el enlace entre artesano – cliente. Los productos vendidos ayudan a solventar la situación generada por la pandemia.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
18											\$ 892.500	
19	5		ARETES SUPERPUJOSTOS ALEATORIOS	Plata ley 950 con baño	15,2	Filigrana	\$ 228.000		Mompox, Bolivar			
20	2		LB ARETES COMPOSICIÓN CÍRCULO PLATA LEY 950	Plata ley 950 con baño		Filigrana	\$ 469.500,00		Mompox, Bolivar		\$ 1.140.000	
21	3		LB ARETES LARGOS CÍRCULOS PLATA LEY 950	Plata ley 950 con baño		Filigrana	\$ 279.000,00		Mompox, Bolivar		\$ 837.000,00	
22	5		LB ARETES TRES CÍRCULOS PLATA LEY 950	Plata ley 950 con baño		Filigrana	\$ 348.000,00		Mompox, Bolivar		\$ 1.740.000,00	
23	10		TOPOS SOL	Plata ley 950 con baño	12	CROFUNDICH	\$ 120.000		MARMATO, CALDAS	Mercancia delicada. No apliar, ni colocar elementos pesados encima.	\$ 1.200.000	
24	10		TOPO PETALO MINI	Plata ley 950 con baño	4,2	CROFUNDICH	\$ 42.000		MARMATO, CALDAS	Mercancia delicada. No apliar, ni colocar elementos pesados encima.	420.000	
25											\$ 15.097.100	total
26												

Bocetos, medidas y plan de trabajo por comunidad: Con el fin de entregar las cotizaciones para los diferentes eventos feriales, entre estos, expoartesano, marketplace, expoartesanas y falabella, se realiza la entrega de planos con medidas exactas que permitan realizar el calculo de precios de cada joya. Este ejercicio se realiza con todas las comunidades beneficiarias, quienes son citados a diario para trabajar via online y poder realizar las joyas y los cambios necesarios sobre cada diseño.



Ejercicios de fabricación y guía de producto. Las joyas que se construyen para las ferias del 2020 son supervisadas y corregidas según las observaciones pertinentes. Para esto, se realizan visitas por medio de zoom, donde se evalúa cada taller y sus piezas.



ALTIPLANO

Socialización de la presentación tendencias 2020 en el equipo joyería. Culminación de tendencias 2020 otoño, invierno, primavera – verano. Haciendo énfasis en joyera. Esta presentación será transmitida vía digital a los artesanos de diferentes regiones del país.



Cadenas con volumen ligero

Concepto: Adopte un enfoque de #softvolume para las cadenas mediante el uso de correas y adornos con looks redondeados e inflados.

Materiales: Tome nota del uso de cadenas hinchadas y redondeadas de la marca Ellery en su colección de joyas S / S 20.

Implementar: Aproveche esta oportunidad para usar cadenas audaces y redondeadas como una correa característica para bolsos llamativos y joyas, en lugar de la clásica cadena de bordillo.

Relevante: Calzado y bolsos para mujeres y hombres, calzado y cinturones para mujeres.



Ejercicios via web, utilizando video llamadas o plataformas digitales que permitan hacer la trasmision de conocimiento a los artesanos. Presentacion de tendencias en joyeria. Macrotendencias y tendencias especificas por genero y tipo de diseño.



Trotamundos

Concepto: Inspirado en la artesanía global, que a través de diseños colaborativos con comunidades, se rompen fronteras. Busca la colaboración y el apoyo de artesanos.

Siluetas y Estilo: Estilo largo sobre largo, los caftanes holgados y los ponchos llevan el estilo bohemio.

Detalles: Versiones densas de bordados, crochet, detalles metálicos decorativos y cierres acordonados. Si se utilizan referencias indígenas, respete los símbolos y evite la apropiación. Abastecimiento ético y reutilización de materiales y apliques.

Para: Vestidos, tops, ropa de abrigo y faldas.



El arete fleco plano de la declaración

¿Por qué es clave? Los detalles de flecos perennes se actualizan esta temporada en una aplicación más plana que proporciona detalles decorativos para siluetas de aretes. Los perfiles versátiles se sienten artesanales y modernos, y funcionarán para caídas casuales y de fiesta. Las formaciones arquitectónicas minimalistas y las piezas orgánicas artesanales inspiran formas marginales.

Detalles de diseño: Para una nueva visión de la tendencia de las franjas, utilice metals dorados pulidos y texturizados para crear formas estructuradas elegantes. La escala es importante y las longitudes deben rozar los hombros, mientras que los detalles de piedra agrandados proporcionan contraste. Busque en el influente clave Ellery ejemplos de cómo puede funcionar este diseño usando formaciones 3D.

El progreso es de todos
Gobierno de Colombia
Mincomercio

Ejercicios via web, utilizando video llamadas o plataformas digitales que permitan hacer la trasmision de conocimiento a los artesanos. Presentacion de tendencias en joyeria. Macrotendencias y tendencias especificas por genero y tipo de diseño. Talleres en Valle del Cauca, Tolima, Antioquia, Bolivar, Norte de Santander.

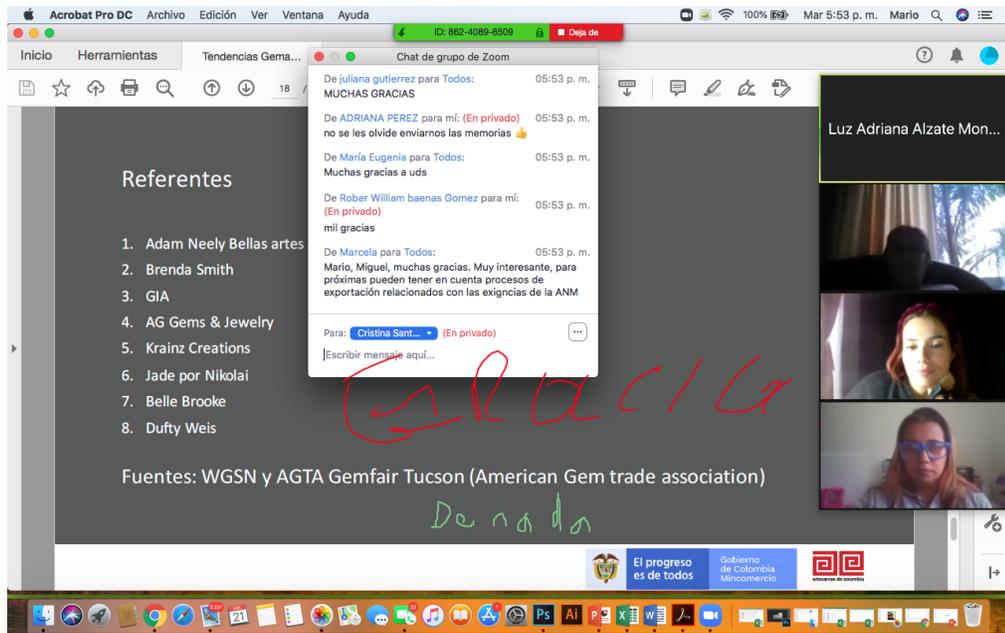
Artesanía Precisa

Detalles decorativos aprovechando la artesanía tradicional en la moda, como se ve en "consideredcraft". Patrones intrincados y precisos, pero gráficos con aspecto contemporáneo.

Puede usar líneas, geometrías y espirales en impresiones completas. Colores claros y experimente con escalas de gran tamaño "geometrías sagradas" con un toque moderno.

Ruth Asawa y Cindy Valdez. Ejemplos.

El progreso es de todos
Gobierno de Colombia
Mincomercio



Taller de fotografía. Se realiza el video de consejos basicos para joyeria, que busca mejorar las capacidades de los artesanos para registrar sus joyas y asi poder construir catalogos que puedan ser ofertados por el PNJ.

Presentacion de Fotografia para talleres via streaming, entrega parcial del taller que busca caoacitar y mejorar las habilidades en registro de producto, narrativas y manejo de marca.





Ejercicios mediante audios por whatsapp y fotografías de talleres y temas a trabajar.

Evaluación y selección de artesanos sobre la convocatoria 2020 de artesanías de Colombia. Se realiza una evaluación sobre los 300 aspirantes que aplicaron a dicha convocatoria, se hace una revisión de marca – producto – beneficiarios, que permite seleccionar con quienes se podrá trabajar a nivel nacional. Esto permite realizar una lista que facilita la división entre atención presencial y virtual por departamento. En esta selección se encuentran comunidades priorizadas por el PNJ al igual que nuevas comunidades de artesanos convocatoria convocatoria

Ejercicios via streaming que permitan hacer la trasmision de conocimiento a los artesanos. Presentacion de tendencias en joyeria. Macrotendencias y tendencias especificas por genero y tipo de diseño para las comunidades del Valle de Aburra y Segovia.

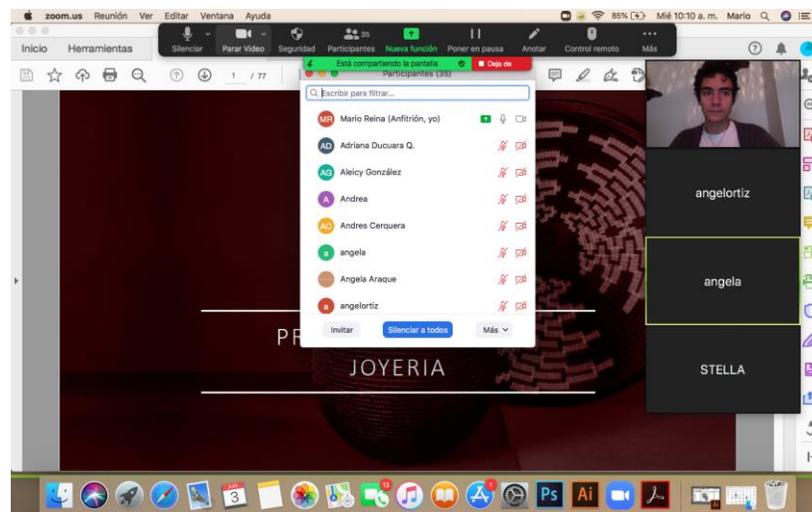
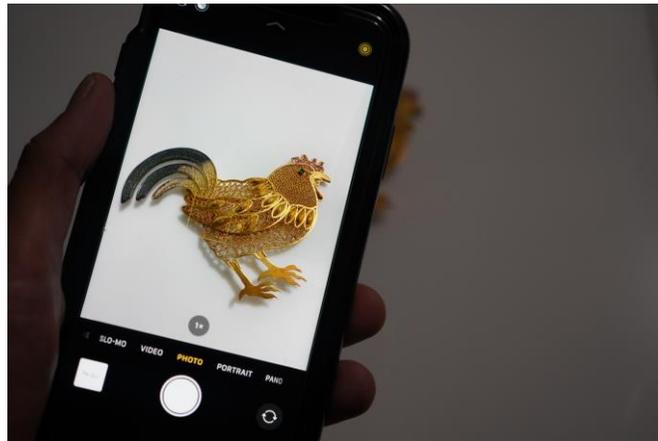


Presentacion especial para el grupo CORPOJOVA, quienes reciben talleres de tendencias en joyeria y una charla especifica sobre oficio, que busca generar un dialogo sobre que es la artesanía, la joyeria y la bisutería



Taller de fotografía. Se realiza el video de consejos basicos para joyeria, que busca mejorar las capacidades de los artesanos para registrar sus joyas y asi poder construir catalogos que puedan ser ofertados por el PNJ. Este ejercicio se realiza con la region del Valle, Tolima, Santander y Antioquia, quienes reciben unos concejos basicos para el uso de la imagen en sus redes y catalogos.

Presentacion Narracion y Fotografia para joyería. Se realiza la presentacion de fotografia especializada en joyeria, cuyo objetivo es contar como la narrativa visual permite a los talleres o marcas de joyas, utilizar la historia como herramienta de diseño y comercial, al igual que saber identificar en que momento deben utilizar cierto tipo de imágenes, sea para un catalogo, una feria, una red social, etc. Este taller se dicta en la region sur andina, valle, Santander, Norte de Santander y Envigado.





Presentacion Comercio en Linea. Ante la necesidad de responder al cambio comercial, hacia mercados digitales y como los artesanos pueden ser partícipes de este cambio, el Programa Nacional de Joyería, junto con la empresa Los de Buho, realizan la charla comercio en linea que toca temas como: Páginas web, manejo de redes sociales, comercio digital, ventas online, fotografía de producto, espacios de oferta y publicidad, entre otros.



artesanías
de colombia

COMERCIO EN LINEA

- charla web -

Presenta

LOS DE BÚHO

Junio 3 de 2020
4:00 a 6:00 pm

Contáctate vía:

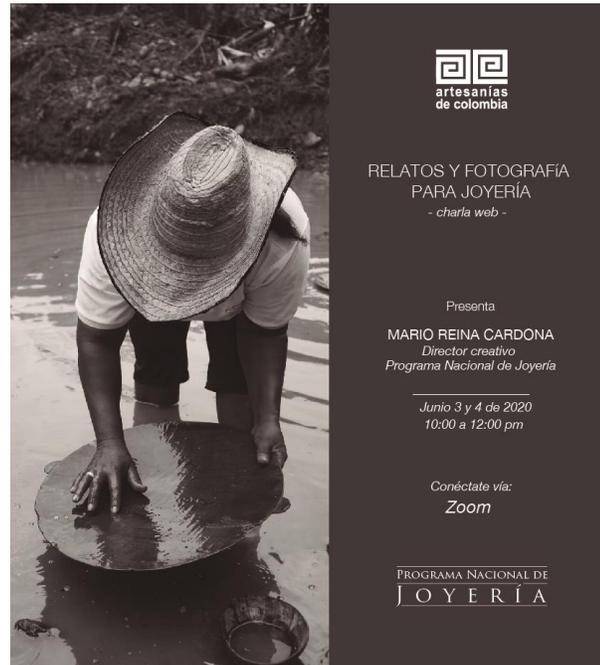
Zoom

PROGRAMA NACIONAL DE
JOYERÍA

Supervisión presentación Ideación y Concepto. Con el fin de facilitar el desarrollo de conceptos a partir de ideas y poder plasmar estas en un papel se supervisa la presentación Ideación y concepto dictada por el asesor Miguel Velez. Este ejercicio busca que los artesanos puedan tener un desarrollo creativo y poder comunicarlo de forma correcta antes de realizar una joya. Se programan las charlas en Tolima, Antioquia y Valle.



Presentación Fotografía. Con el fin de apoyar los procesos de asesorías puntuales, buscando generar atención adecuada para los grupos que participen, el programa de joyería decide hacer diferentes talleres que permitan a los artesanos tomar fotos correctas. También recibiendo asesorías en como hacer uso de estas imágenes en redes y en espacios comerciales.



Presentación Seguridad Industrial para joyería. Buscando reactivar los talleres y espacios de trabajo, se crea la presentación de seguridad industrial, incluyendo las normas de seguridad para el covid 19, hablando sobre manejos de aseo, distancias establecidas por la norma. Para poder abrir los talleres y evitar multas por procesos indebidos.

Ejercicios via streaming que permitan hacer la trasmision de conocimiento a los artesanos. Presentacion de fotografia para artesanos. Charlas sobre la historia de la joyeria en el territorio colombiano, conversatorio sobre la mujer en el oficio tradicional y proceso creativo para joyeria.

Presentacion especial para la semana de la joyeria organizada por CORPOJOVA, SENA, Artesanias de Colombia, mesa sectorial y otras entidades regionales en antioquia. Durante una semana se realiza todo el trabajo grafico para publicidad en redes del evento semana de la joyeria, donde artesanias de Colombia participa como organizador y tambien invitado a las charlas, realizando curaduria para los participantes de las ruedas de negocios y presentar el programa nacional de joyeria de adc a nivel nacional y tambien internacional.



Comunidades Tradicionales

La relación del oficio y la extracción de metales preciosos, lleva a la migración de maestros artesanos por diferentes regiones

- Religión/Liturgia
- Decoración de Altares
- Tejidos/Oro
- Sincretismo Religioso

Sin embargo, uno de los principales promotores del trabajo con metales preciosos en la colonia, fue la expansión del catolicismo.



Charla sobre el papel de la mujer en la joyería tradicional Colombiana. Entrevista a diferentes mujeres joyeras en las comunidades tradicionales de Colombia, como llegan al oficio, las dificultades que encontraron y hoy son transmisoras de conocimiento. Serie de relatos con maestras de diferentes comunidades, quienes compartirán el difícil camino que atravesaron en un oficio de tradición masculina y cómo hoy son grandes empresarias, siendo ejemplo a seguir de muchos jóvenes en sus regiones.

Estructura del Taller

En el taller tradicional encontramos tres actores fundamentales, cuya actividad es única y varía según el parentesco con el maestro del taller.

- Maestro
- Aprendiz
- Ayudante

El aprendiz y quien hereda los conocimientos del maestro, siempre tendrá algún parentesco con este, asegurando así que el oficio se mantenga dentro de la familia.



Maestro
Joyerero encargado del taller, conocedor de técnicas y diseños tradicionales



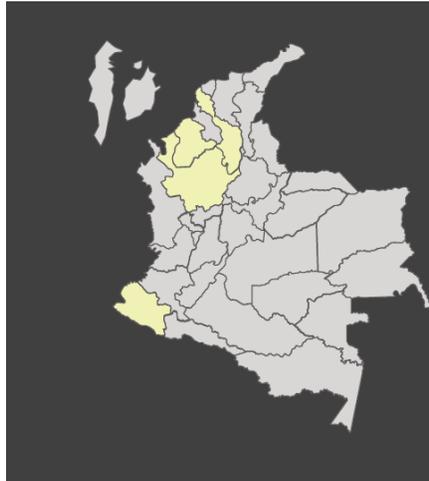
Aprendiz
Tiene algún parentesco con el maestro del taller (núcleo familiar o familiar cercano). Heredero de los conocimientos técnicos y diseños.



Ayudante
Quien se encarga de diferentes actividades, como preparar materiales, limar, pulir, aseo del taller, entre otros. No tiene parentesco con el maestro.



Charla sobre la joyería tradicional en Colombia, capítulo de recuperación de oficio. Utilizar las técnicas y joyas tradicionales como inspiración en nuevas colecciones. El diseño como herramienta de recuperación de oficio, que nos permite rescatar y resaltar una técnica ancestral.



Comunidades Tradicionales

Hablamos de dos momentos en la historia del oficio en el territorio.

- Pre-colombinos
- Colonización

Estos periodos muestran un cambio abrupto en el proceso de la joyería, sin embargo mantienen unas características similares en estructura.

- Asentamientos
- Zonas de extracción
- Abundancia de materia prima
- Cerca de fuentes fluviales grandes

El progreso es de todos | Gobierno de Colombia | Mincomercio | artesanías de colombia

Charla sobre proceso creativo para joyería. Cómo crear una colección o una joya a partir de una estructura ordena que nos permite identificar los diferentes nichos de mercado a nivel nacional y encaminar la marca/taller según sea nuestro interés. Entender el comportamiento de las plataformas Moda/ joyería, aprovechando estás como impulsor comercial, que pueda afectar de forma positiva nuestras ventas.



Brief de Diseño

Como fortalecer una idea a partir de la investigación y el análisis del mercado. El proceso simplificado de Idea/producción/venta, puede significar una gran inversión que tal vez no se recupere.

- Idea/Construcción/Venta
- Investigación/Análisis de datos/Idea/Construcción/Venta

Sin embargo, es importante aclarar que esta estructura aplica siempre y cuando tengamos claro el objeto de nuestra marca.

El progreso es de todos | Gobierno de Colombia | Mincomercio | artesanías de colombia

Presentación Proceso Creativo: Cómo crear una colección o una joya a partir de una estructura ordena que nos permite identificar los diferentes nichos de mercado a nivel nacional y encaminar la marca/taller según sea nuestro interés. Entender el comportamiento de las plataformas Moda/ joyería, aprovechando estás como impulsor

comercial, que pueda afectar de forma positiva nuestras ventas. Dictado a las comunidades Vetas, Valle de Aburra.

Taller recuperación de oficio:

Apoyo al proyecto de laboratorio antioquia. Apoyo para la semana de la joyería en antioquia organizado por CORPOJOVA con participación activa en charlas y artes para la difusión del evento. Reuniones constantes para los acuerdos generales con las otras entidades territoriales. La programación consta de 6 días con participación activa del laboratorio y el programa de joyería.

Apoyo en charla técnica sobre proceso creativo para joyería en altiplano y santanderes.



ADN de la Marca

Las marcas del sector moda, al igual que las grandes marcas de joyería tienen unos valores claros que los identifican y por los cuales se reconocen y diferencian del resto.

- Estilo
- Valores
- Personalidad

El paso más importante antes de pensar en una colección, de fabricar una línea de productos, es tener clara nuestra identidad, la construcción de una marca/imagen/nombre algo que le permita al cliente reconocernos como empresa de lujo.

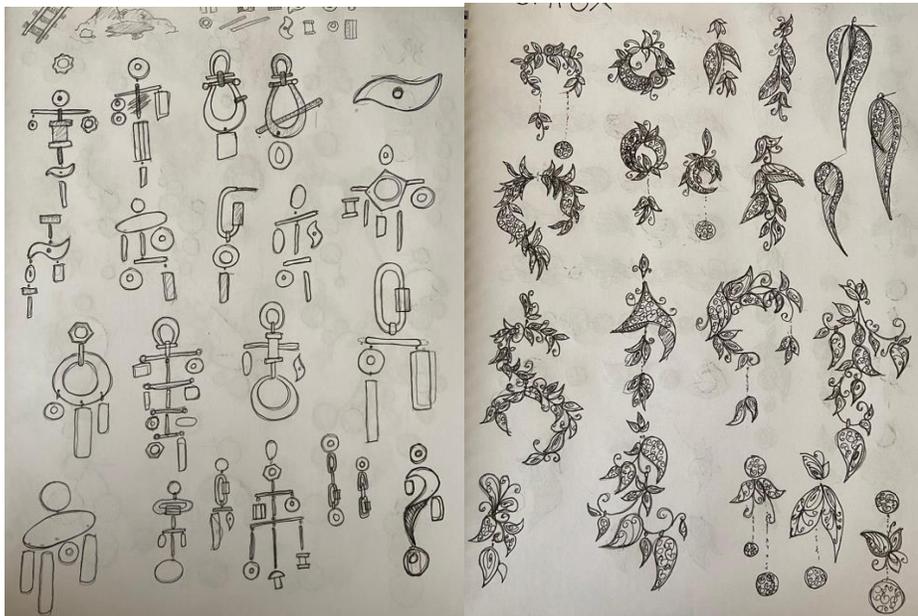


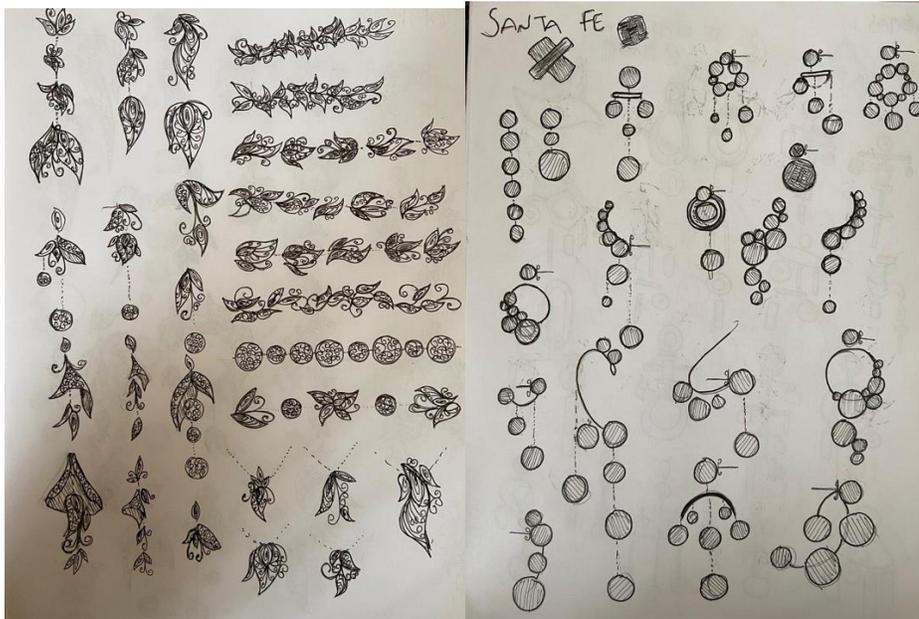
El progreso es de todos | Gobierno de Colombia | Ministerio de Comercio

, se apoya la preparación en calidad y cantidad (stock) de la producción para acercamientos comerciales y alianzas con el sector privado, y actividades de promoción y ventas por canales digitales todas estas actividades realizadas de manera virtual, apoyadas en videos educativos, trabajo de plataformas virtuales, WhatsApp, llamadas telefónicas, Facebook live etc, todo esto debido al momento que estamos atravesando por la contingencia sanitaria.

Comunidad de Tradición joyera, desde la colonia hereda el oficio y se posiciona como la más importante en la técnica de filigrana. En la comunidad de Mompox existen más de 10 talleres de Joyería, sin embargo, se tienen en cuenta, los artesanos que han participado en los diferentes proyectos de ADC y que presentan el más alto nivel de calidad y acabados, así como local comercial. Los trabajadores independientes, se relacionan con dichos talleres como empleados o como maquilas :

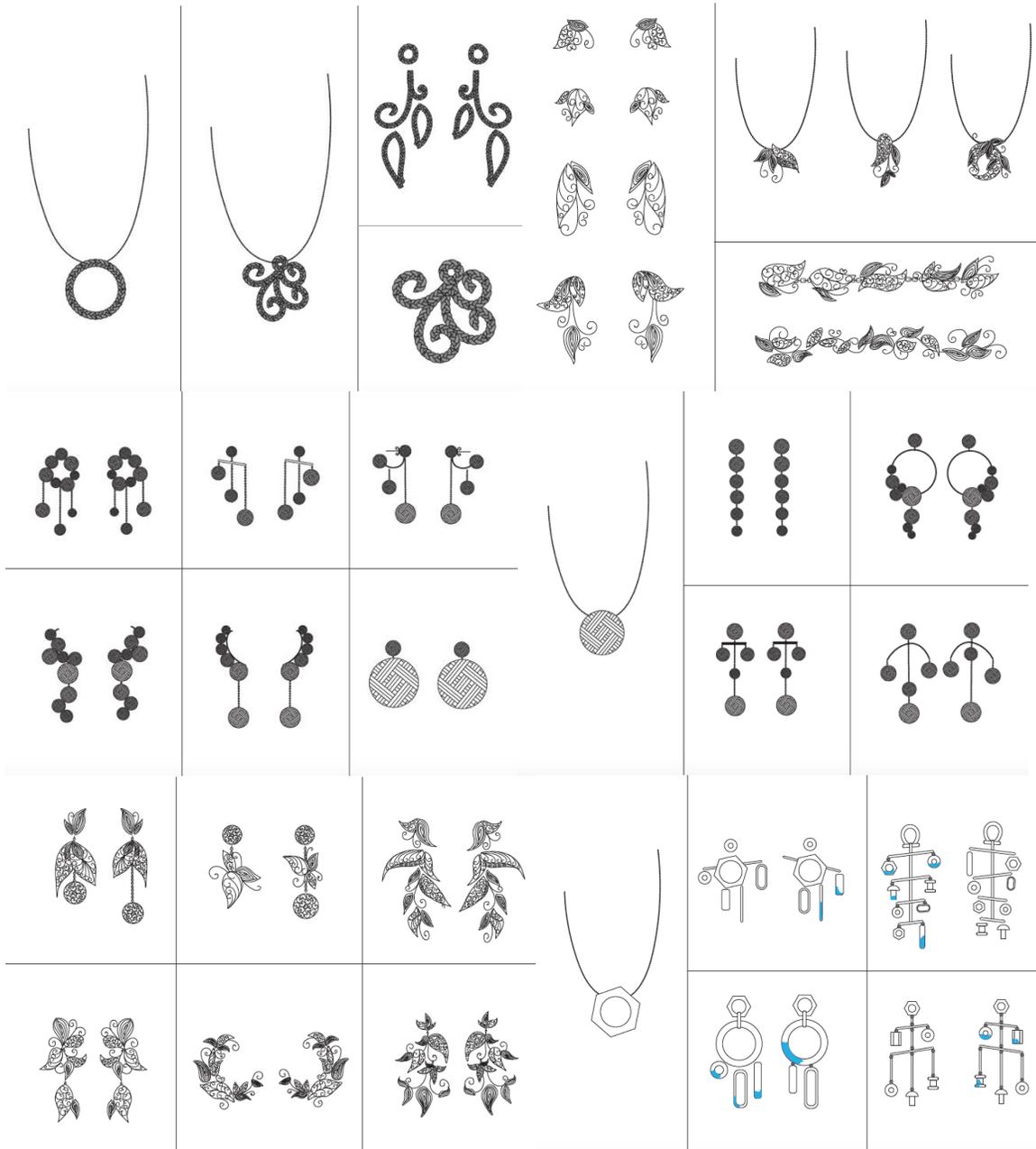
Ejercicios de dibujo y socialización de diseños con artesanos beneficiarios del programa nacional de joyería. Luego del ejercicio de conceptualización con las comunidades se da paso al diseño y las joyas. Inspirados en el concepto “desde mi ventana” la naturaleza funciona como inspiración para cada una de las comunidades, haciendo énfasis en las plantas medicinales, animales y plantas de río, tradición de las comunidades y ejercicios de recuperación de oficio, al igual que la fragmentación de elementos industriales para las zonas que lo requieren.



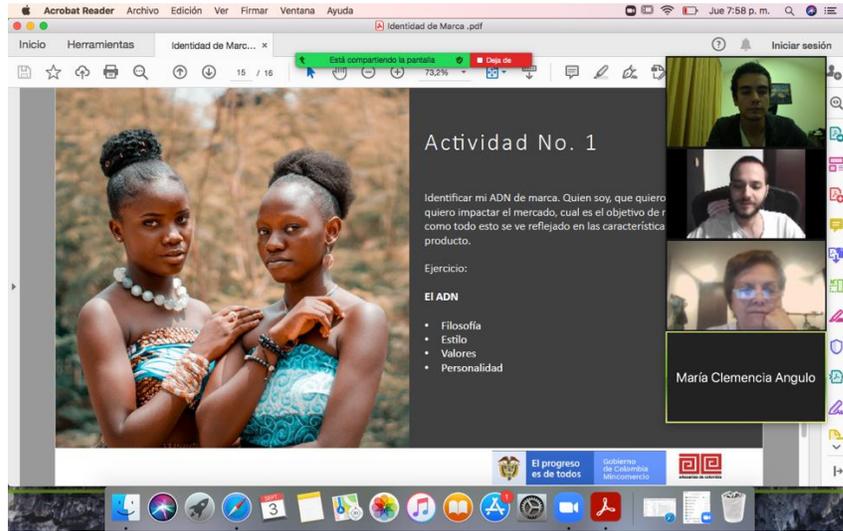


Para este ejercicio se debe tener en cuenta la cantidad de piezas que podran ser publicitadas, ya que al ser una feria digital, solo se podran registrar pocas piezas, por es se plantean las siguientes cantidades por comunidad:

- Marmato: 5 referencias
 - Quimbaya: 15 referencias
 - Quibdo: 5 referencias
 - Santa fe de Antioquia: 5 referencias
 - Tumaco: 5 referencias
 - Barbacoas: 10 referencias
 - Guapi: 6 referencias
 - Mompo: 50 referencias
 - Vetas: 5 referencias
 - Ataco: 5 referencias
- Total: 125 referencias

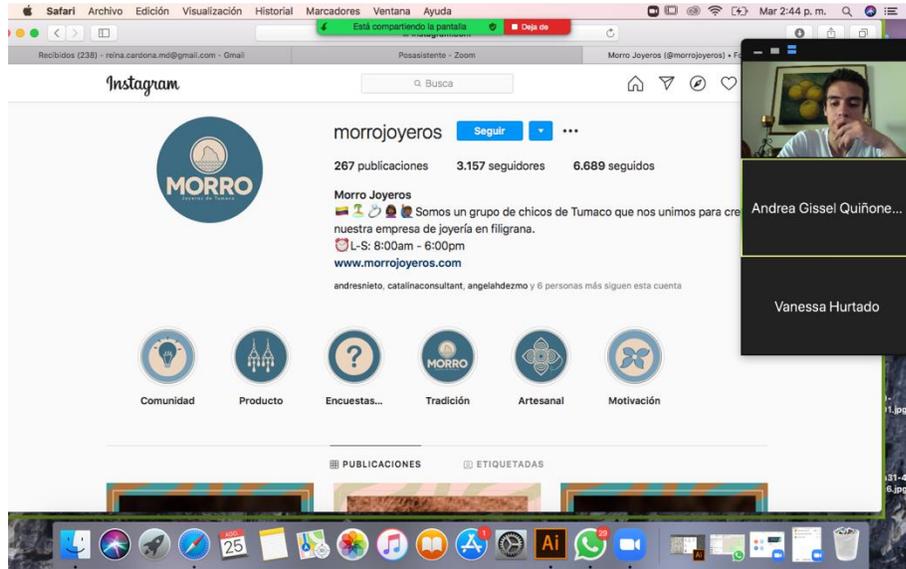


Presentación Proceso Creativo: Cómo crear una colección o una joya a partir de una estructura ordena que nos permite identificar los diferentes nichos de mercado a nivel nacional y encaminar la marca/taller según sea nuestro interés. Entender el comportamiento de las plataformas Moda/ joyería, aprovechando estás como impulsor comercial, que pueda afectar de forma positiva nuestras ventas. Dictado a la comunidad de envigado.



Ejercicio de manejo en redes y material visual para publicidad de las comunidades beneficiarias de artesañas de Colombia. Con el fin de recuperar las cuentas de Instagram creadas por las comunidades del pacifico sur y darles un adecuado manejo en publicaciones y material de publicidad, se realizan los ejercicios de fotografía y talleres respectivos, socializando las cuentas y dando estrategias de manejo.





Identificar la lista de insumos y herramientas necesarias para el fortalecimiento de comunidades beneficiarias del programa.

Entrega de materias primas por comunidad. Distribucion de material según cantidad de productos a desarrollar, siendo la distribucion:

- Vetas: 200gr
- Barbacoas: 500gr
- Guapi: 500gr
- Tumaco: 500gr
- Ataco: 500gr

En el caso de Ataco, la cantidad es de 500gr por ser la primera vez que trabajan con el proyecto de joyeria de artesañas de colombia.



VENTAS FACILITADAS

COMUNIDAD	BENEFICIARIOS	TIPO DE VENTA	CANTIDAD
TUMACO	8	PRODUCTO TRADICIONAL - PLATA	1.340.000
MOMPOX	10	PRODUCTO PNJ	1.400.000
MOMPOX	8	PRODUCTO TRADICIONAL - PLATA	200.000
MOMPOX	3	PRODUCTO PNJ	150.000
MOMPOX	8	CORAZONES FILIGRANA	1.470.000
STF. ANTIOQUIA	3	NUDOS TEJIDOS - ORO	1.680.000
BARBACOAS	12	CADENAS TRADICIONALES	800.000
BARBACOAS	3	PRODUCTO TRADICIONAL - PLATA	200.000
MOMPOX	4	PRODUCTO TRADICIONAL - PLATA	300.000
TUMACO	4	TEJIDOS	200.000
MOMPOX	4	PIEZAS TRADICIONALES	600.000
MOMPOX	4	ANILLOS PLUMAS	800.000
BARBACOAS	12	CADENAS TRADICIONALES	1.820.000
		TOTAL	10.980.000

COMUNIDAD	BENEFICIARIOS	TIPO DE VENTA	CANTIDAD
MOMPOX	130	PRODUCTO TRADICIONAL - PNJ	18.800.000
PNJ	138	BOGOTA UNA JOYA	21.371.244
STF. ANTIOQUIA	14	PRODUCTO TRADICIONAL - PNJ	3.800.000