

INFORME GENERAL

“PROYECTO DE PROMOCIÓN Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL
SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO – 20 COMUNIDADES

Capacitación en exhibición y participación en ferias 2020”

Subgerencia de promoción y
generación de oportunidades comerciales



Ana María Frías
Gerente General

Gissella Barrios
*Subgerente de Promoción y
Generación de Oportunidades Comerciales*

Felipe Rodríguez Cabra
Especialista de Proyectos

Camila Poblador Viracachá
Diseñadora Industrial

Paula Alejandra Pérez Enríquez
Diseñador Industrial

TABLA DE CONTENIDO

1. Resumen Ejecutivo
2. Introducción
3. Propósito
4. Alcance
5. Diagnóstico y estado del arte de las comunidades participantes
 - 5.1 Madre tierra Tsbatsanamama - Sibundoy, Putumayo
 - 5.2 Arte y tradiciones ancestrales - Ráquira, Boyacá
 - 5.3 Corporación de tejedoras Virgen de la loma – Aguadas, Caldas
 - 5.4 Artesol – Ayapel, Córdoba
 - 5.5 La Arriera – Leticia, Amazonas
 - 5.6 Innovarte caribe – Barranquilla, Atlántico
 - 5.7 La esperanza, Somondoco, Boyacá
 - 5.8 Artesanías el progreso las sanjuaneras - San Juan de Tocagua, Atlántico
 - 5.9 Hajsu etnomoda – Carlosama, Nariño
 - 5.10 Artesanas de Colosó – Colosó, Sucre
 - 5.11 Espiral Misak – Silvia, Cauca
 - 5.12 Artesanías Karen Dayana – San Jacinto, Bolívar
 - 5.13 Grupo Artesanal Getuchá – San Antonio de Getuchá, Caquetá
 - 5.14 Wango Wango – Frontino, Antioquia
 - 5.15 Asociación de artesano de Palmito (Asoarpal) – San Antonio de palmito, Sucre
 - 5.16 Fundación indígena Kanasü – Barrancas, La Guajira
 - 5.17 El chorote – Acevedo, Huila
 - 5.18 Grupo productivo Katanga – Cali, Valle del Cauca
 - 5.19 Asopicumbes – Cumbal, Nariño
 - 5.20 Seda y Punto – Anserma, Caldas
6. Intervención gráfica
 - 6.1 Diseño de Marca y Catálogo
 - 6.2 Cartillas
7. Webinars
8. Charlas especializadas
9. Contando el cuento
10. Ferias digitales
 - 10.1 Expoartesano
 - 10.2 Expoartesanías
 - 10.3 Feria virtual – 100 Historias
11. Limitaciones y dificultades
12. Sugerencias

1. Resumen ejecutivo

El proyecto “Mejoramiento y Generación de Oportunidades Comerciales - 20 Comunidades” de la Subgerencia de Promoción de Artesanías de Colombia, busca mejorar la calidad de vida de los artesanos por medio del incremento de sus ventas a través del incremento y la mejora en la participación en eventos y espacios artesanales,

facilitar el acceso a la información y tecnología dirigido a la comercialización y capacitar en diseño de producto exhibición y vitrinismo y comercialización. Para este año 2020, con el confinamiento obligatorio y en donde se tenían proyectados diversos eventos feriales, fue necesario cambiar la estrategia, pues la artesanía es el único medio que tienen algunos grupos como entrada económica, por medio de las ferias presenciales y del turismo y este año debieron recurrir a nuevas formas de comercialización.

Es necesario principalmente entender todos los nuevos conceptos de ventas por medios digitales y todo lo que esto implica para poder aprovechar en todo sentido estas nuevas estrategias. Es entonces cuando se hace necesaria una fase de pedagogía y entendimiento, seguida por otra fase de aplicación y uso en los medios digitales para finalizar en la práctica al participar en ferias virtuales.

2. Introducción

Como todos los años, se benefician 20 Comunidades en el circuito ferial en el que participa la entidad. Este año variaron las fechas acostumbradas mientras se entendían las nuevas dinámicas de las ferias digitales y las cantidades de eventos, sin embargo, se invitaron a participar en las dos ferias principales, Expoartesano en Medellín y Expoartesanas en Bogotá. Como estas dinámicas son tan diferentes y tan nuevas para muchos de los grupos participantes el seguimiento y acompañamiento fue mucho más riguroso en temas de diligenciamiento de formatos e información relevante de los productos pues eso es lo que hace atractivo los productos para los clientes.

Mientras todas estas ferias se iban planeando, y como estas son estrategias que pueden seguir presentándose a futuro, con los grupos artesanales se llevó un proceso de capacitaciones en cuanto a desarrollo de producto y la creación de paletas de color, patrones, familias de producto e innovación según tendencias actuales; registro fotográfico tanto en estudio como en contexto para mostrar las mejores cualidades de los productos, así como la edición de las fotos para resaltar lo mejor de cada producto; elaboración de un catálogo de producto para poder compartir con los clientes un portafolio con las piezas que elaboran los talleres tanto en archivo para enviar como en redes sociales; organización logística e interna de los inventarios, formatos de cotizaciones y tablas de precios; para

finalizar con el refuerzo de conceptos de exhibición y vitrinismo para cuando se reactive la economía y con ella las ferias presenciales.

3. Alcance

Se espera llegar a la mayor cantidad de beneficiarios brindando la mejor y más completa información sobre la preparación para un mercado digital en el que se haga uso de nuevas tecnologías y estrategias para llegar a más clientes, dentro las posibilidades de los diferentes talleres.

4. Propósito

Poder brindar las herramientas y la información suficiente para que los artesanos estén al tanto de las dinámicas y del funcionamiento del mercado actual es vital para poder continuar con la comercialización de los productos.

Así como brindar un acompañamiento pero que los artesanos conozcan todas las dinámicas y requerimientos de estas nuevas dinámicas para que en un futuro ellos puedan participar en estas estrategias por su cuenta, es muy importante para que los talleres encuentren más formas de comercialización más allá de las tradicionales.

Del mismo modo, se espera que los artesanos interioricen la información y la apliquen en futuros eventos feriales llevando a buenos términos la participación en este tipo de estrategias comerciales, así como una continuidad en las estrategias de marketing digital por medio de redes sociales y elaboración y actualización de catálogos.

5. Diagnóstico y estado del arte de las comunidades participantes

El diagnóstico en cada una de las comunidades tiene como objetivo entender los diferentes factores que interviene y afectan a las comunidades participantes en el proyecto de promoción y generación de oportunidades comerciales para el sector artesanal colombiano - 20 comunidades y la forma de lograr un impacto a nivel de asociación y de comunidad.

Durante todo el proceso con las comunidades se tiene en cuenta ciertas características para no perder la identidad regional y cultural tales como

- Entono en el que viven con sus facilidades y limitaciones a nivel social y productivo.
- Identidad cultural, territorial, y aspectos socioeconómicos que interfieran con la conceptualización y características de las piezas.
- Entender el lenguaje formal y la técnica que maneja cada uno de los grupos artesanales.

- Análisis de los productos actuales y curadurías de producto dependiendo del mercado a intervenir (regionales, nacionales e internacionales).
- Análisis de las fortalezas y debilidades que permitan reforzar o afianzar conocimientos que puedan ser aplicados en el proceso de participación de las comunidades

Por medio de estas herramientas y la interacción directa con los artesanos de las diferentes comunidades logramos el desarrollo producto y la participación en ferias digitales durante el año asesorando y capacitando a 20 comunidades en diferentes temáticas que les brindan herramientas en las dinámicas digitales con el fin de entrar en el mercado actual.

Las capacitaciones y asesoría a las 20 comunidades están lideradas por el equipo de diseño de la subgerencia de promoción y generación de oportunidades comerciales para el sector artesanal colombiano, contando con 6 diseñadores industriales Felipe Rodríguez, María Fernanda Naranjo, Carolina Cabrera, Paula Pérez, Oscar Riaño y Camila Poblador y 2 diseñadores gráficos Juana Pedraza y Fabian Parra los cuales durante el año dictamos talleres – Webinars que permitieron un acercamiento con las comunidades a las temáticas más necesarias durante el año.

5.1 Madre Tierra Tsbatsanamama

Departamento: Putumayo

Municipio: Sibundoy

Técnica: Bisutería tradicional indígena

Materia prima: Chaquiras

A. Descripción comunidad:

Esta asociación étnica artesanal está ubicada en Sibundoy, Putumayo en donde se dedican a la elaboración de bisutería en chaquiras plasmando sus patrones tradicionales de la cosmogonía Kamënstá, etnia propia de esta zona del país. Esta asociación se dedica a recuperar y fortalecer el conocimiento ancestral indígena por medio de capacitaciones, diseño y producción de artesanías. Está conformado por 20 hombres y 5 mujeres dedicados a la tejeduría de chaquiras en telar y con aguja, técnicas con las cuales elaboran manillas, collares, aretes y anillos. Se reúnen cada seis meses a definir paletas de color para aplicar a iconografías tradicionales con diversos significados, como el flautero, la rana, el sol y el canasto. La materia prima la consiguen en ciudades principales y es repartida por la representante Yudy Jamioy por peso según la cantidad de piezas a elaborar. En años anteriores solían participar y exponer sus productos en Expoartesano en Medellín y Expoartesánías en Bogotá, y aunque este año tuvieron que dedicarse más a la actividad agropecuaria en las

chagras, dejando la producción de artesanías detenida por un tiempo, recibían llamadas de algunos de sus clientes frecuentes pidiéndoles productos.

B. *Piezas actuales*

Dentro de la tipología de producto que desarrollan se encuentran varias tipologías por producto, trabajadas en tejido plano y en tejido tridimensional:

- Collares:



- Aretes:



- Manillas:



- Anillos:



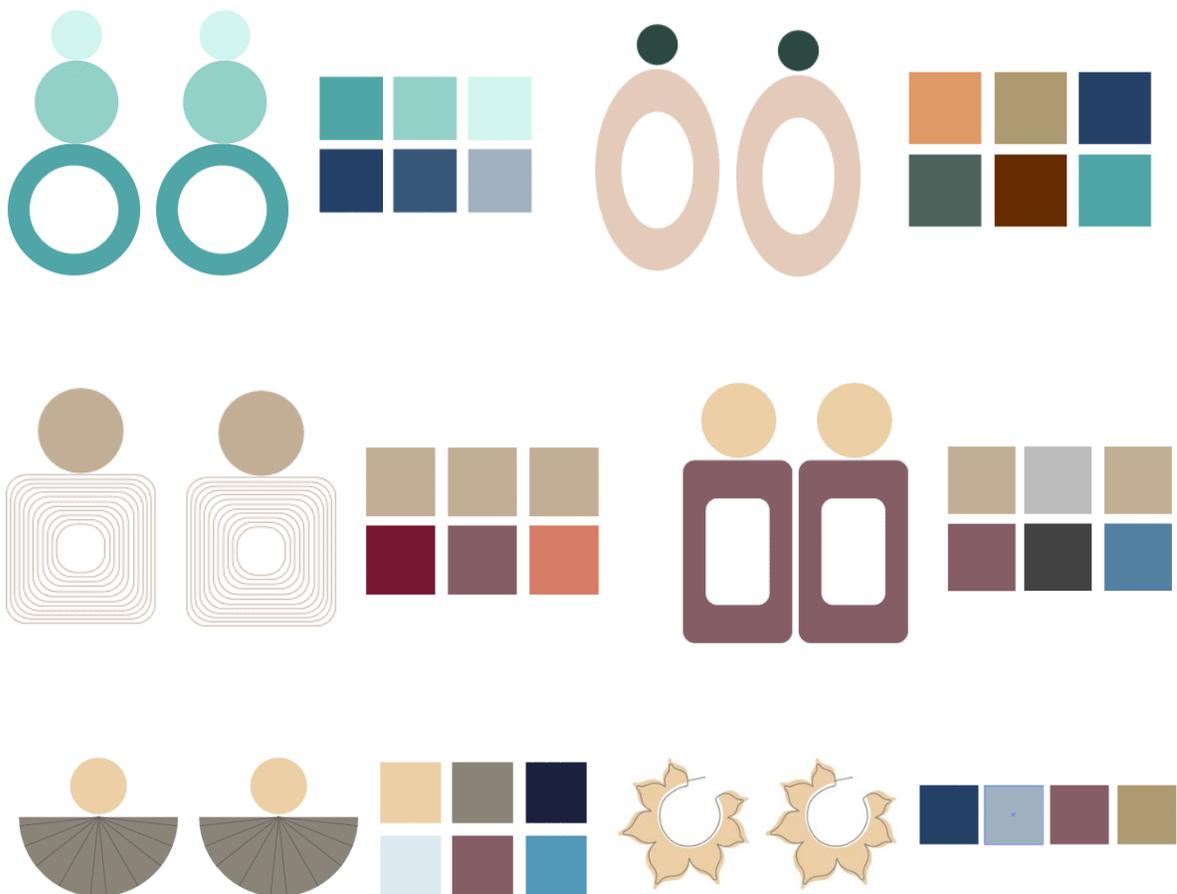
C. *Línea de producto y curaduría de producto para eventos feriales*

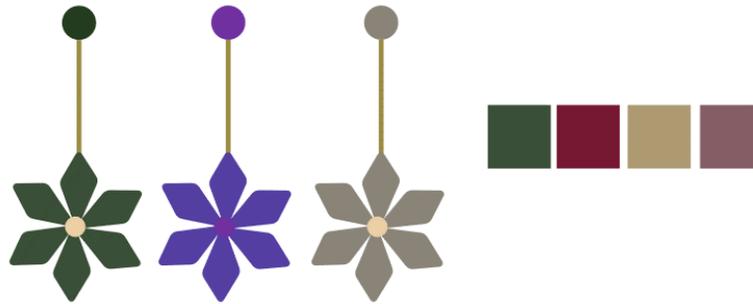
La asesoría y curaduría de producto que se realizó para esta asociación se basó en una selección de paleta de color basada en las nuevas tendencias del año. Así mismo, se tomaron referentes de accesorios de moda sin dejar de lado el componente tradicional de la marca, innovar sin dejar de lado la línea por la que son reconocidos.

Como recomendación formal a las piezas que elaboran, se hizo énfasis en el uso de las chaquiras, pues existen de diferentes tamaños y tonos. Respecto a la tipología de chaquira y canutillo empelado se le recomendó tener en cuenta las texturas presentes en el producto y así tener piezas más limpias. Si es un patrón con líneas muy definidas se recomienda usar el mismo tamaño de chaquira, pero si por el contrario el patrón es más sencillo se recomienda dar acento en el producto alternando los tamaños incluyendo los canutillos.

De igual forma se les recomendó no mezclar en los productos las chaquiras color sólido, color translúcido y color metalizado, pues brinda demasiada información al producto generando tensión visual.

Las propuestas que se desarrollaron para la asociación fueron presentadas en dos ocasiones mediante videollamadas. En estas reuniones en las que participaron varios de los artesanos activos, todos presentaron propuestas de color que se complementaban entre ellas y fueron aplicadas a las tipologías de producto que se definieron por parte del asesor y de los artesanos.





Este grupo participó en Expoartesano y Expoartesánías en su versión digital, con algunas piezas representativas y que tienen gran acogida por el público.

- Curaduría Exposartesano:

Al ser de las primeras estrategias que se manejan virtualmente, se eligieron solamente 10 referencias probar el público y no hacer producción de sobra. Los criterios de selección se basaron principalmente en la paleta de color, de colores vivos, brillantes y llamativos pues el público en Medellín prefiere este tipo de piezas.



- Curaduría Expaortesanías

Para esta feria se seleccionaron 8 referencias de producto siendo las de colores más sobrios las elegidas para la producción, pues el público de Bogotá direcciona sus decisiones de compra por estas paletas de color.



D. Conclusiones:

El grupo se presentó muy receptivo a las sugerencias y propuestas de diseño, fueron muy participativos, aunque al inicio les costó un poco pues las piezas que elaboran tienen buena acogida en el público. En cuanto a la comunicación con los artesanos fue algo difícil pues las condiciones de conectividad no eran las óptimas, sin embargo, se logró reunir a la mayor cantidad de artesanos activos y fueron realmente propositivos. Además de las asesorías personalizadas, se realizaron asesorías de fotografía, aplicación del color, dinámicas digitales, redes sociales y en la gran mayoría participaron mostrando gran interés en conocer y ampliar sus conocimientos para estas nuevas dinámicas.

5.2 Arte y Tradiciones Ancestrales

A. Descripción comunidad:

El taller ubicado en Ráquira, Boyacá, elabora productos en la técnica de la cestería en esparto. Se dedican a la elaboración de productos tradicionales como accesorios de mesa y cocina y algunos productos para la decoración del hogar. Nace en el año 2014 por la necesidad de organizar a las familias tejedoras que pertenecen a la asociación municipal de usuarios campesinos ANUC, del municipio de Ráquira las cuales habían

abandonado el oficio debido a la poca comercialización de sus productos. Este oficio tradicional y milenario estaba a punto de desaparecer por falta de trasmisión del conocimiento y reconocimiento de este, se abandonaron los cultivos de esparto por lo que hoy es difícil encontrar la fibra en el municipio, esta es comprada los domingos en el mercado que llega de otros lugares. El teñido de la fibra lo realizan pocos artesanos quienes tienen las fórmulas de tiempos y cantidades de tinte requeridos para conseguir ciertos colores tradicionales que son los más usados.

Cuenta con 21 artesanos vinculados a la actividad productiva, sin embargo, dependiendo de los pedidos que acepten, vinculan a más artesanos para el tema de acabados y finalización de los productos. Blanca Nubia, la representante de la asociación, reparte los trabajos de manera equitativa, teniendo en cuenta las habilidades y destrezas de los artesanos para la elaboración de algunas referencias puntuales.

Durante el tiempo de pandemia, este grupo se dedicó a los cultivos en el campo como fuente de ingresos, invirtiendo menos tiempo del acostumbrado a la producción artesanal, reduciendo así las ventas de este grupo. En algunas ocasiones elaboraban pedidos cuando los contactaban los clientes, sin embargo, no fue la mayoría de los casos.

B. Piezas actuales

Dentro de las piezas tradicionales que elaboran, se encuentran productos para mesa y cocina, piezas para la decoración del hogar e iluminación. Emplean en su mayoría el color natural del esparto combinando con algunos colores vivos. Los productos que más venden son porta cazuelas, individuales y canastos.

- Cocina



- Mesa



- Decoración del hogar



C. Línea de producto y curaduría de producto para eventos feriales

Dentro de las asesorías que recibió esta comunidad se trataron temas de búsqueda de referentes sin perder la esencia propia de los productos de la comunidad, desarrollo de familias de producto y paletas de color, basado en las piezas que ellos elaboran y en cómo pueden ampliar su oferta de producto. Esta asesoría se hizo en una sesión de videollamada, pues no contaban con conexión a internet y tuvieron que desplazarse a una vereda cercana para poder asistir a la reunión, por lo que se trataron todos los temas de curaduría de producto en una sola presentación. Se contó con la presencia de siete artesanas de la comunidad, quienes estuvieron muy abiertas a las recomendaciones, especialmente a los temas de creación de paleta de color basada en lugares icónicos de la región.

BUSCAR REFERENTES

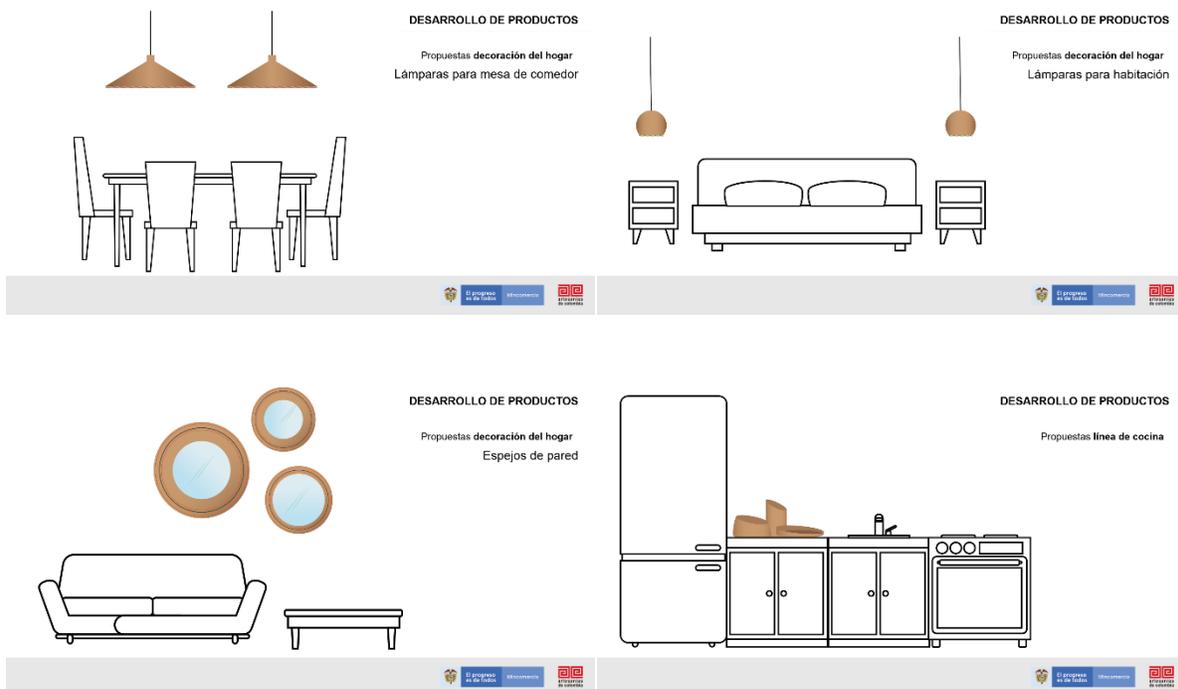
Ver lo que ya hay en el mercado y que puede ser semejante a nuestras piezas para saber qué es lo que están pidiendo los clientes.

Acabados y terminaciones

DESARROLLO DE PRODUCTOS

Propuesta de paleta de color 1 – Full color

Color base
 Color de acento
 Color de acento
 Color de acento



Este grupo participó en Expoartesánías en su versión digital, con algunas piezas que ya tenían elaboradas pues debido a la situación actual se les dificultaba la compra de materia prima para la elaboración de más piezas.

- Curaduría Expoartesánías

Para esta feria se seleccionaron ocho referencias de producto, sin embargo, a pesar de haber insistido en que las piezas debían ser iguales, fue necesario abrirlas a 23 referencias debido a las diferencias en acabados y para no hacer devolución de tantos productos y que pudieran ser más productos los que aparecieran en la página para tener mas visibilidad.

D. Conclusiones:

El grupo presentó buena disposición pues, aunque hayan dejado de dedicarse a las artesanías, tenían claro que una vez se recuperaran de la situación iban a tener que ser más competitivos en el mercado para volver a esta actividad tan satisfactoria para ellas. Las dificultades más grandes se encontraron en la conectividad para el seguimiento de las líneas de producto por lo que la mayoría de las comunicaciones con la representante fueron mediante llamadas telefónicas o mensajes de texto.

5.3 Corporación Virgen de la Loma

Departamento: Caldas

Municipio: Aguadas

Técnica: Tejeduría - Sombrerería

Materia prima: Iraca

A. Descripción comunidad:

Esta corporación ubicada en Aguadas, Caldas, se dedica a la elaboración de sombrerería en palma de iraca. Elaboran los tradicionales sombreros aguadeños, los cuales cuentan con Denominación de Origen, sin embargo, diversifican su oferta con la elaboración de pavas y accesorios de moda como aretes. La comunidad cuenta con la participación activa de 72 mujeres y 2 hombres, los cuales cuentan con diferentes niveles de destreza, logrando productos de diferentes complejidades. Diego y Fernando Arias, son los representantes de la corporación y son quienes manejan todos los temas de contacto con los clientes y distribución de los productos a elaborar. Ellos compran la producción a las artesanas y realizan el tema de tallaje de los sombreros y acabados para finalmente enviar a los clientes.

B. Piezas actuales

La mayoría de piezas elaboradas por esa comunidad son sombreros tradicionales con intervención en color como resultado de experimentaciones para innovar y diversificar su línea de productos tradicionales.





C. Líneas de producto y curaduría de producto para eventos feriales

La capacitación que se realizó con este grupo contó con la participación de Diego y Fernando pues la mayoría de las artesanas son mujeres mayores sin acceso a las plataformas de reuniones virtuales, por lo que los temas tratados sobre paletas de color y sus aplicaciones a las piezas tradicionales fueron dictados a los representantes, quienes transmitieron la información a las demás artesanas.

Con esta comunidad se hizo especial énfasis en la teoría y aplicación de color, cuidando que las combinaciones sean armoniosas y sean acorde a las tendencias del mercado actual.

Círculo Cromático

TEORÍA DEL COLOR

- **Tono:** Define el color base de un objeto (Amarillo, verde, azul, violeta, rojo, naranja)
- **Luminosidad:** Define si un color es **oscuro** (borde del círculo cromático) o **claro** (centro del círculo cromático)
- **Temperatura:** Define si un color es **cálido** (del amarillo al rojo) o **frío** (del verde al morado)

PALETAS DE COLOR

Creación de paletas de color

- **Unicolor con acento:** Varios tonos de la misma temperatura (cálidos o fríos) y con un acento de la temperatura contraria.
- **Degradé por tonos:** Variación de iluminación de un mismo tono de más oscuro a más claro.
- **Full color:** Combinación de color de diferentes tonos con el mismo nivel de iluminación.
- **Colores neutros:** Combinaciones de color de tonos tierras y con acentos de tonos naturales.

DESARROLLO DE PRODUCTOS

Propuestas aplicación color

Pava con degradé en el ala, desde el borde hasta la base. Cinta en iraca trenzada de los colores de la pieza.

DESARROLLO DE PRODUCTOS

Propuestas aplicación color

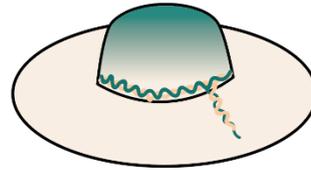
Degradé desde la base del ala hacia el borde, con copa color crudo. Cinta en iraca tejida con los mismos colores de la pieza.



DESARROLLO DE PRODUCTOS

Propuestas aplicación color

Degradé desde la base de la copa hacia arriba y de la base del ala hacia el borde, con cinta en traca tejida color crudo



DESARROLLO DE PRODUCTOS

Propuestas aplicación color

Pava con degradé en la copa, desde la parte superior hasta la base. Cinta en traca trenzada de los colores de la pieza.



Esta corporación participó en Expoartesano con cinco referencias de sus sombreros más representativos en sus colores blanco que es el más tradicional y el color natural que es por el que más preguntan los clientes, en sus referencias: Aguadeño Tradicional, Alón y Gardeliano.



D. Conclusiones:

Los representantes de la comunidad están muy al tanto de las tendencias y se preocupan por desarrollar nuevas líneas de producto. Las mujeres de la comunidad tienen la experiencia suficiente para poder desarrollar todo el tema de las hormas y de las tinturas, así como la mezcla de tejidos en las piezas desarrolladas. Al momento de presentar las líneas de producto, se mostraron receptivos y estuvieron muy atentos a la explicación de la creación de paletas de color. La presentación con las propuestas y la teoría les fue enviada y una vez logren recuperarse económicamente harán el desarrollo de los prototipos, pues la producción que pueden lograr hasta el momento es para pedidos puntuales y específicos y para la participación en ferias virtuales.

5.4 Artesol

Departamento: Córdoba

Municipio: Ayapel

Técnica: Cestería

Materia prima: Seje

A. Descripción comunidad:

Comunidad ubicada en Ayapel, Córdoba en el municipio El Cedro. Este grupo, compuesto por 13 artesanos de la zona (4 mujeres y 9 hombres) se encargan de todo el proceso productivo de las artesanías elaboradas en cestería en palma de seje, desde la obtención de la materia prima en el manglar, su preparación para tejer los productos, la elaboración de las estructuras en acero para dar forma a las piezas y su venta y distribución. Esta fibra natural dura, requiere estar húmeda para poder ser convertidas en objetos, para que la fibra logre tomar la forma de la estructura si esta es curva.

Los integrantes de este grupo artesanal se dividen las tareas como la tejeduría, la metalistería, la obtención de la materia prima, de forma equitativa y logrando que con el tiempo y con la experiencia de los años cada uno adquiera más destreza en su tarea, siendo mejores cada día.

B. Piezas actuales

El producto que se elabora en esta comunidad va desde piezas para mesa y cocina, pasando por piezas para la decoración del hogar hasta iluminación. Algunas piezas las complementan con madera, como las asas de las bandejas, para darle un diferenciador a las piezas y para evidenciar las habilidades que tienen al elaborar sus artesanías

Mesa



Iluminación

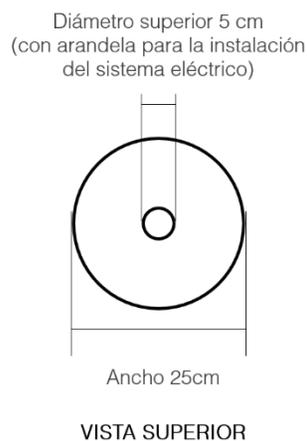
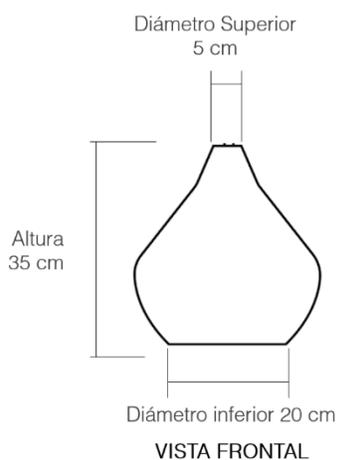


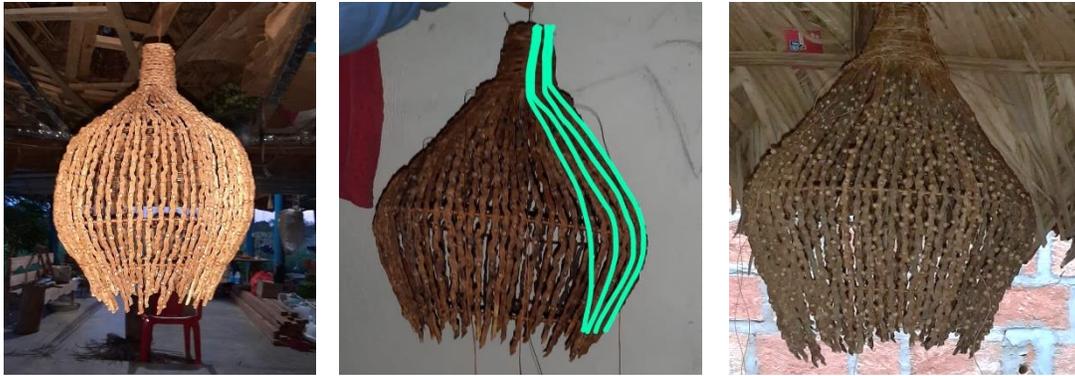
C. Líneas de producto y curaduría de producto para eventos feriales.

Estas piezas artesanales tienen muy buena acogida en el público gracias a la textura y color de la fibra, además la estructura que sostiene las fibras brindan diversas oportunidades para diversificar los productos y las tipologías de producto. Es por esto que las capacitaciones en producto para este grupo se basaron en la identificación de las categorías de producto como mesa, cocina, oficina, baños, iluminación, y decoración del hogar, haciendo propuestas de algunas piezas que llegaron a prototipado con correcciones formales, consiguiendo un buen resultado final.

LÁMPARA DE TECHO

12 Caperuza en seje (sin el ensamble en madera)





CANASTO PARA COLGAR

Canastos para colgar con agarradera trenzada
(como imagen de referencia)



Imagen de referencia



Este grupo participó en Expoartesano, Expoartesanías y 100 Historias, la feria propia que se realizará en el marco del Marketplace de Artesanías de Colombia. Para la curaduría de estas piezas se tuvo en cuenta el tamaño y peso de las piezas pues estas variables son consideradas por los clientes en el momento de realizar la compra. Todas las piezas fueron elaboradas desde cero, pues no contaban con producción en el momento en que se les comunicó que podrían participar en las ferias, sin embargo, son muy eficientes y cumplieron con los tiempos de entrega para fotografías tal y como se les había informado.

Curaduría Expoartesano, para esta feria se seleccionaron 10 referencias de producto de diferentes categorías de producto como mesa y cocina, hogar y decoración e iluminación.

Curaduría Expoartesánías para esta feria se seleccionaron ocho referencias de producto teniendo en cuenta la variedad en las tipologías de producto.

Curaduría 100 Historias, para esta feria se seleccionaron nueve referencias de productos teniendo en cuenta los diferentes tamaños y topologías de producto.



D. Conclusiones:

El grupo se presentó muy receptivo y abierto a todas las sugerencias que se plantearon en cuanto a la curaduría de producto, dando sugerencias de producto con más rotación. Cumplieron con todos los productos y tiempos de entrega para fotografías y asistieron a la mayoría de las reuniones de capacitaciones en redes sociales, exhibición y montajes, PowerPoint y Excel, sin embargo, el tema de la conectividad era un poco complicado pues se iba la luz con regularidad. La comunicación con el representante del grupo siempre fue por medio de llamadas telefónicas y para el tema de prototipado se hacían las correcciones mediante fotografías. Es un grupo recomendado para trabajar a futuro.

5.5 Innovarte Caribe

Departamento: Atlántico

Municipio: Barranquilla

Técnica: Talla en madera

Materia prima: Madera

A. Descripción comunidad:

Este grupo artesanal dedicado a la talla de madera inspirada en el Carnaval de Barranquilla y sus personajes está conformado desde el 2011. Compran la madera en aserraderos certificados y realizan todo el proceso de producción y comercialización, desde la elaboración de las plantillas para tallar la madera, hasta la pintura y el envío a los clientes finales. Este grupo participaba en varias ferias regionales y nacionales por lo que la situación del confinamiento los afectó mucho, sin embargo, una vez se empezó a reactivar la economía y el país, el grupo empezó a contactarse con los clientes frecuentes consiguiendo ventas por medio de redes sociales y correo electrónico.

B. Piezas actuales

Este grupo inició elaborando máscaras decorativas, pero con el tiempo empezaron a diversificar sus productos elaborando piezas para oficina, para mesa y cocina y decoración del hogar.

Oficina:



Hogar y decoración:





Mesa y cocina:



C. *Líneas de producto y curaduría de producto para eventos feriales.*

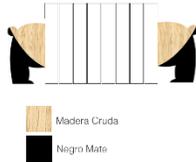
Este grupo tiene muy buenos acabados, sin embargo, se les recomendó el uso de pinturas con acabado mate, los cuales pueden tener más acogida en el público. Además, se les hizo énfasis en resaltar las vetas de la madera, manejar algunas piezas pintadas completamente y otras pintadas en espacios clave para entender la forma, pero dejando a la vista la madera.



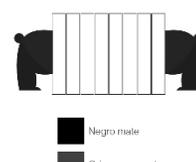


Sujeta libros- Cola de oso
Sujeta libros en madera pintados

Sujeta libros- Cola de oso
Sujeta libros en madera pintados



Madera Cruda
Negro Mate

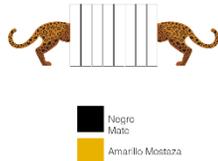


Negro mate
Cris oscuro mate

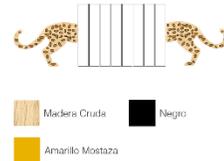


SUJETA LIBROS - COLA DE JAGUAR
Sujeta libros tallados en madera pintados

SUJETA LIBROS - COLA DE JAGUAR
Sujeta libros tallados en madera pintados



Negro Mate
Amarillo Mostaza



Madera Cruda Negro
Amarillo Mostaza



TIGRE
Naranja claro
Naranja oscuro
Azul claro



CHIVO
Amarillo claro
Naranja oscuro
Azul claro 1
Azul claro 2



Este taller artesanal participó en Expoartesano y Expoartesaniás con productos de tamaño pequeño, pues al ser madera sube el peso de las piezas incrementando el costo de envío. Adicional la curaduría tuvo en cuenta las piezas y el nivel de innovación acorde a las tendencias actuales del mercado.

Curaduría Expoartesano: Para esta feria se seleccionaron nueve referencias de producto de diversas categorías: mesa, cocina, decoración del hogar y oficina.

Curaduría Expoartesaniás: Para esta feria se seleccionaron ocho referencias de producto según la experiencia de Expoartesano con variaciones en los colores, como las máscaras con colores vivos y los percheros infantiles con colores más pasteles.

Curaduría 100 Historias: Para esta feria se seleccionaron diez referencias de producto de diversas categorías de producto, como mesa y cocina, decoración del hogar y oficina.



D. Conclusiones:

El taller artesanal, representado por Evelin Meriño, se presentó muy receptivo y eficiente al momento de la organización de la producción para la feria, siendo muy eficientes en los tiempos de entrega de la producción según cronograma. También recibieron muy bien las sugerencias de aplicación de color de los productos para diversificar la oferta. Es un grupo muy responsable y comprometido, con el que es recomendable seguir trabajando.

5.6 La esperanza

Departamento: Boyacá

Municipio: Somondoco

Técnica: Cestería

Materia prima: Calceta de plátano y cuero

A. *Descripción comunidad:*

Taller de artesanos que realizan cestería en calceta de plátano con ensambles en cuero, cada una de ellas tiene actividades paralelas como siembra, ganadería, labores del hogar entre otras, la gran mayoría de ellas viven en las zonas rurales del municipio, en Somondoco, Boyacá, manejan una cadena productiva que dividen en etapas como trenzado (labor que desarrollan artesanas satélites en cada uno de las veredas, bajan 1 día a la semana al municipio con el fin de entregarla para el siguiente paso), después de tener las trenzas el producto es cocido a máquina donde se le da la forma deseada, posteriormente se corta el cuero y ensambla por medio de costuras manuales a las piezas.

B. *Piezas actuales*

Las piezas son elaboradas en calceta de plátano, con alto nivel de calidad los principales productos son bolsos y contenedores, dependiendo de lo que busquen los clientes, desarrollan piezas por pedidos y dependiendo de la rotación los toman dentro del catálogo, las piezas de mayor diferenciación con los competidores son las ensambladas con cuero brindándoles mejores acabados visuales a las piezas.



C. *Líneas de producto y curaduría de producto para eventos feriales.* (

Las asesorías brindadas a este grupo se enfocaron en temas de acabados del cuero con el fin de mejorar la unión con la fibra, de igual forma se reforzó en mejorar el trenzado de la materia prima para garantizar la forma y estructura de los bolsos, la estandarización de los productos en cuanto a la forma y el tamaño de las piezas fue una de las principales recomendaciones para el mercado en línea, teniendo en cuenta que el color de la fibra no es uniforme se juega con los tonos naturales de la materia prima.





Curaduría Ferias

Para esta feria se seleccionaron 10 referencias de producto de las categorías de accesorios, hogar y decoración, se realizaron variaciones de tamaño con el fin de presentar una oferta más variada y se reforzó el tema de los acabados del cuero y la unión con la pieza con el fin de garantizar las terminaciones del producto, igualmente se recomendó realizar los envíos bien distribuidos con el fin de generar menos espacio y peso en cada una de las cajas, lamentablemente en las devoluciones de los productos no se hicieron muy rigurosas y varias de las piezas llegaron con daños.



D. Conclusiones:

La representante del taller, Nohemí Sánchez, se mostró muy interesada en las capacitaciones y en las nuevas propuestas de producto y aunque no cumplió exactamente con las referencias seleccionada para Expoartesano, cumplió con los tiempos de entrega, entendiendo que no están acostumbrados a manejar este tipo de producciones en serie y que es un proceso en el que hay que seguir trabajando y haciendo acompañamiento.

5.7 Taller de Artesanías el Progreso las Sanjuaneras

Departamento: Atlántico

Municipio: Barranquilla

Técnica: Talla en madera

Materia prima: Madera

A. Descripción comunidad:

Esta comunidad ubicada en Luruaco, Atlántico, se dedica a la cestería en enea y junco. Está conformado por 19 artesanos directos (13 mujeres y 6 hombres), sin embargo, cuando los pedidos son tan grandes y lo requieren, este grupo se apoya en más artesanos para poder cumplir con los pedidos completos.

Ellos están presentes en todo el proceso productivo, desde la obtención de la materia prima, pasando por su preparación y tinturado, hasta la tejeduría de las piezas. Cuentan con varios tejidos, como el abierto y el trenzado y dentro de la tejeduría hay diversas formas de entretejer las fibras como el tejido ajedrez o el tipo escalera.

Durante el confinamiento obligatorio y cuando las medidas de envíos se flexibilizaron un poco, fueron contactadas por una distribuidora de artesanías, encontrando en este medio un ingreso gracias a la producción artesanal.

B. Piezas actuales

Este grupo artesanal elabora productos tradicionales dentro de los cuales hay piezas para mesa y cocina, decoración del hogar y algunas piezas de mobiliario. La mayoría de ellas son en enea, pero complementan otras con junco, demostrando así la capacidad técnica que tienen.

Mobiliario



Decoración del hogar



Mesa y cocina

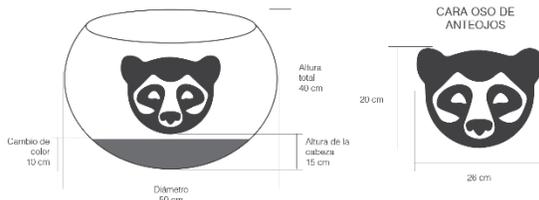


C. Líneas de producto y curaduría de producto para eventos feriales.

Este taller artesanal recibió asesorías en diversificación de productos, aunque cuentan con varias tipologías de producto hacía falta una línea de productos infantil. Es por esto que durante las reuniones que se prepararon con este grupo se hizo énfasis en esta categoría, siguiendo con la línea de productos elaborados por estos artesanos. Así mismo se recomendó que todos los acabados que tengan las piezas sean mate, no dejar los productos con acabado brillante pues no es parejo y no hay un buen terminado. La mayoría de estas reuniones se realizaron por medio de videollamadas, con algunos inconvenientes de conexión, pero logrando explicar todos los temas de familia de producto y acabados.

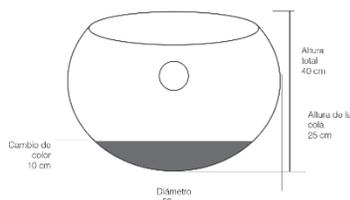
CANASTO PARA JUGUETES - OSO

Canastos circulares en enea natural en dos tonos, la parte superior en enea clara y la inferior en enea oscura. La cara del animal debe ser tejida aparte con enea oscura procesada y debe ir sobrepuesta en el canasto.



CANASTO PARA JUGUETES - OSO

Canastos circulares en enea natural en dos tonos, la parte superior en enea clara y la inferior en enea oscura. La cara del animal debe ser tejida aparte con enea oscura procesada y debe ir sobrepuesta en el canasto.



COLA OSO DE ANTEOJOS



CANASTO PARA JUGUETES - OSO

Canastos circulares en enea natural en dos tonos, la parte superior en enea clara y la inferior en enea oscura. La cara del animal debe ser tejida aparte con enea oscura procesada y debe ir sobrepuesta en el canasto.



CANASTO PARA JUGUETES - PUMA

Canastos circulares en enea natural en dos tonos, la parte superior en enea clara y la inferior en enea oscura. La cara del animal debe ser tejida aparte con enea oscura procesada y debe ir sobrepuesta en el canasto.



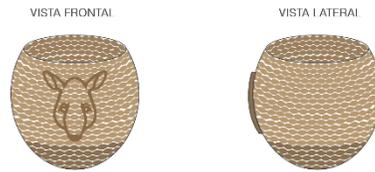
CANASTO PARA JUGUETES - MANATÍ

Canastos circulares en enea natural en dos tonos, la parte superior en enea clara y la inferior en enea oscura. La cara del animal debe ser tejida aparte con enea oscura procesada y debe ir sobrepuesta en el canasto.



CANASTO PARA JUGUETES - MANATÍ

Canastos circulares en enea natural en dos tonos, la parte superior en enea clara y la inferior en enea oscura. La cara del animal debe ser tejida aparte con enea oscura procesada y debe ir sobrepuesta en el canasto.



Curaduría 100 Historias

Este taller quedó seleccionado para participar en 100 Historias con 10 referencias de producto, con 10 unidades cada una, cuidando que la selección se guiara por los tamaños y pesos de las piezas pues esto es un factor determinante para que los clientes concreten la compra, sin embargo quedaron unos cupos para poder participar en Expoartesano, por lo que se tomó la decisión de dividir la producción y así poder participar en las dos ferias con este grupo.



D. Conclusiones:

Este grupo es muy receptivo y dispuesto a recibir sugerencias y recomendaciones de producto, por lo que el trabajo con ellas se facilita al momento de realizar talleres para la creación de producto. Fueron muy cumplidas y puntuales con las entregas de producto y tuvieron muy en cuenta todas las recomendaciones que se les hicieron. El tema de la conexión a internet sigue siendo un recurrente en las comunidades pues no cuentan con las herramientas necesarias para asegurar una buena comunicación en momentos en los que las visitas a zona no se pueden realizar. Sin embargo, son muy buenas leyendo e

interpretando planos, por lo que el tema de la producción de los nuevos productos no es un problema así no haya una visita presencial.

5.8 Artesanías La Arriera

Departamento: Amazonas

Municipio: Leticia

Técnica: Talla en madera

Materia prima: Madera

A. Descripción comunidad:

Este grupo ubicado en el Kilómetro 18 en Leticia, Amazonas, se dedica a la talla de productos en palo sangre. Esta madera la recuperan de los trozos que ya están en el piso, evitando así talar árboles y desperdiciar madera. Este grupo se divide las tareas de la producción de artesanías entre todos, para ir a recoger la madera, alistarla para que se seque, tallarla, pulirla y lijlarla. Todos los artesanos que se dividen las tareas se vuelven más especialistas haciendo cada vez mejor sus productos.

Con esta comunidad la conexión fue muy difícil, a pesar de estar ubicada en Leticia, no tienen los medios necesarios para poder tener conexión todo el tiempo. Es por esto que hay que conocer las dinámicas de conexión que por lo general son en las horas de la mañana o tarde en la noche. Harrison Arias, el representante del taller tiene un poco más de idea de todas estas dinámicas digitales, siendo él quien comparte la información a sus compañeros.

B. Piezas actuales

Los productos que elabora este taller están inspirados en los animales tradicionales del Amazonas colombiano como lo son la tonina, la danta, la nutria, el mono, entre otros. Adicionalmente realizan utensilios para mesa y cocina tradicionales dentro de este oficio y para decoración del hogar. Adicionalmente, tienen varias piezas con ensambles de madera tradicionales y endémicas de esta zona como lo son el palo sangre, la incira y la macana, dando diferentes colores y texturas a las piezas.





C. Líneas de producto y curaduría de producto para eventos feriales.

Aunque este taller elabora productos ya con una línea definida y tienen claras las piezas que elaboran y que mejor rotación tienen en el mercado, se les hizo la recomendación que las nuevas piezas que elaboren sean con formas más simples y no tan literales. Es bueno darle identidad al taller por medio del tipo de talla y por las formas que plasmen en las piezas.

Curaduría Expoartesano: Para la participación en esta feria se seleccionaron ocho referencias de producto de varias categorías de producto, desde hogar y decoración, hasta mesa y cocina, tomando como criterio de selección la tipología de producto que más rotaba en el mercado y las piezas que más se buscan según la situación actual que se está viviendo actualmente. Lamentablemente, no se pudieron tener todas las piezas completas para la producción, pero consiguió venderse la mayoría de los productos enviados.

Curaduría Expoartesanas: Para esta selección de producto se tuvo en cuenta la misma producción de Expoartesano solo que reduciendo las cantidades, para no incurrir en más producción, y así aprovechar las piezas que no se vendieron para enviar a Bogotá e incluirlas en esta producción.

D. Conclusiones:

La producción que se eligió para este taller no fue la indicada, pues estas piezas fueron más difíciles de vender, por lo que hubo producción de más que se realizó y no se vendió, sin embargo, por motivos de fuerza mayor no lograron cumplir con toda la producción proyectada, teniendo que aprovechar las piezas que llegaron de la mejor manera posible. En cuanto a las sugerencias las recibieron de manera positiva y siguiendo las recomendaciones para futuras producciones. El único problema significativo con la comunidad fue el tema de la conectividad pues la comunicación se complicaba hasta telefónicamente. Se recomienda coordinar con tiempo las reuniones con los artesanos del taller, para poder conseguir con tiempo señal de conexión.

5.9 Hajsu Etnomoda

Departamento: Nariño

Municipio: Cumbal

Técnica: Tejeduría (Telar vertical y guanga)

Materia prima: Lana e hilo

A. Descripción comunidad:

Este grupo artesanal está ubicado en Carlosama, Nariño y se dedican a la elaboración de prendas de vestir en telar. Adicionalmente en sus prendas plasman la cosmogonía de la etnia Pastos elaborados en guanga, una especie de telar vertical. Cada una de esas simbologías reflejan un elemento de la naturaleza. Este grupo está conformado por 32 mujeres y 3 hombres, participan en todo el proceso de producción. En la vereda tienen un rebaño de ovejas de las cuales sacan la lana para la tejeduría. Esta lana es complementada con poliéster para elaborar los paños y así hacer las piezas mucho más maleables para vestir.

Desde antes del confinamiento, este grupo estaba empezando a usar las redes sociales, y aprovecharon esta oportunidad para aprender mucho más y así acercarse al público. Gracias a estas nuevas estrategias lograron conseguir más ventas de prendas por pedido.

B. Piezas actuales

El grupo artesanal se ha dedicado a diversificar sus productos con nuevas tipologías. También hay prendas de todos los tamaños y pesos y con diferentes fines, hay accesorios como chalets, ruanas, faldas, capas. Todas ellas elaboradas con simbologías tradicionales de la cosmogonía de los Pastos.



C. Líneas de producto y curaduría de producto para eventos feriales.

Para cada una de las combinaciones de paleta de color existen varias tipologías, es por esto que las piezas que se seleccionaron para las ferias eran las de menor tamaño y peso, pues por estos criterios son las más económicas, ya que la mayoría de estas piezas son de precios altos y estas piezas son más difíciles de comercializar por internet.

Curaduría Expoartesano: Se seleccionaron 8 referencias de producto y pocas cantidades, pues se entiende que la producción de estas piezas lleva más tiempo de elaboración.

Curaduría Expoartesanías: Teniendo en cuenta la selección de producto de Expoartesano, se eligieron las mismas referencias para completar la producción con las piezas que no se vendieron en Medellín.



D. Conclusiones:

Este grupo se mostró muy abierto y dispuesto a realizar la producción con las referencias y sugerencias que se les hizo, entregando las piezas en el tiempo estipulado para alcanzar a la toma de fotografías. La conectividad con este grupo fue mucho más fácil pues cuentan con internet fijo y computador. Las artesanas prestaron mucha atención a las charlas de paleta de color pues la combinación de colores es muy importante para hacer las piezas más llamativas.

5.10 Artesanas de Colosó

Departamento: Nariño

Municipio: Cumbal

Técnica: Tejeduría (Telar vertical y guanga)

Materia prima: Lana e hilo

A. Descripción comunidad:

Es una comunidad de artesanas ubicadas en Colosó, Sucre. La técnica que trabajan es cestería en rollo con iraca, es una fibra que se puede teñir con anilinas, lo que permite una gran flexibilidad en cuanto a creación y combinación de paletas de color. Esta comunidad trabaja con dieciocho (18) artesanas.

B. Piezas actuales

Se dedican a la elaboración de piezas para la mesa y para la decoración del hogar



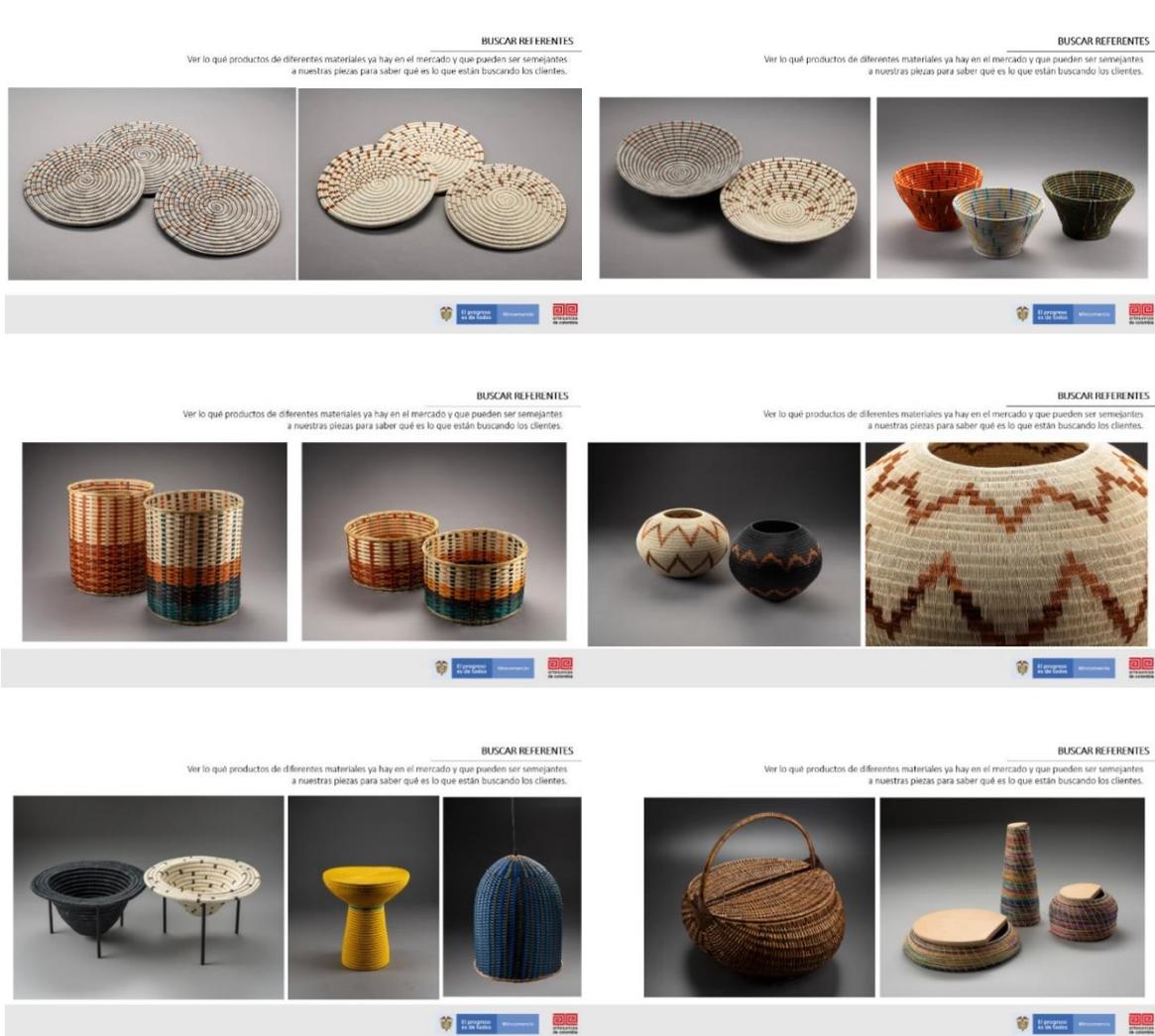
C. Líneas de producto y curaduría de producto para eventos feriales.

Se programo una reunión con la comunidad para explicar la dinámica de codiseño, nos reunimos vía meet y se expuso una categorización de espacios para crear tipologías de productos teniendo en cuenta la materia prima y técnica. Se definieron los siguientes espacios y categorías:

- Entrada de la casa: “tapices” decoración de pared, revisteros, porta materas y canastos decorativos.

- Sala: porta materas, canastos decorativos y contenedores
- Baño: organizadores, canastos ropa sucia y contenedores
- Comedor: centros de mesa, individuales, paneras, servilleteros, portacazuelas, portacalientes.
- Habitación: organizadores, materas, canastos decorativos, espejos, lámparas

Después de la primera sesión, se hizo una presentación con imágenes de referencia de productos elaborados en cestería con distintas combinaciones de colores y aplicaciones de patrones que podrían funcionar con esta técnica.



Teniendo en cuenta la dificultad de obtención de materia prima y compra de tintes debido a la situación sanitaria y cuarentena, se realizó la paleta de color con los colores disponibles en su taller. Para eso se solicitaron fotografías de las fibras teñidas.



PALETAS DE COLOR



Se desarrolla línea de productos para habitación y con posibilidad de uso en otro espacio de la casa.

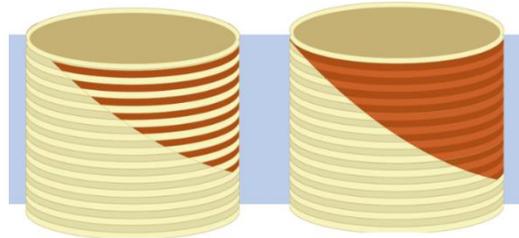
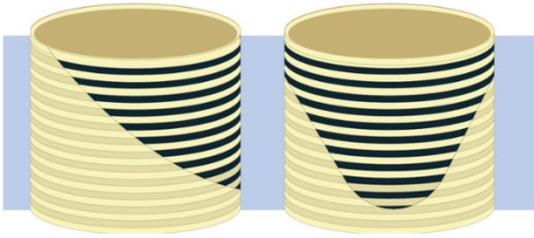


DESARROLLO DE PRODUCTOS

Habitación

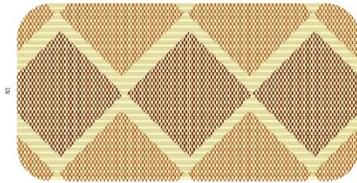
VISTA LATERAL

VISTA FRONTAL



DESARROLLO DE PRODUCTOS

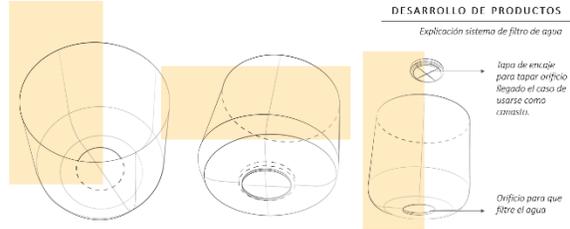
Tapete habitación
Medidas en centímetros



140

DESARROLLO DE PRODUCTOS

Explicación sistema de filtro de agua



Tapa de encaje para tapar orificio llegado el caso de usarse como canasta.

Orificio para que filtre el agua

DESARROLLO DE PRODUCTOS

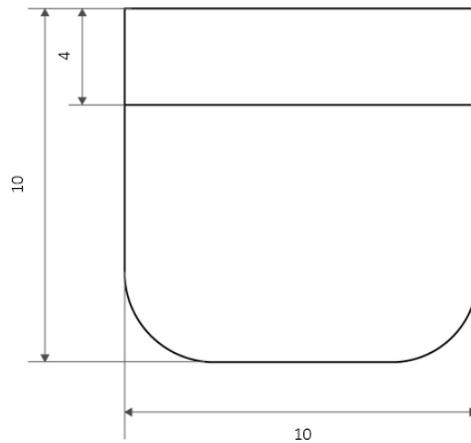
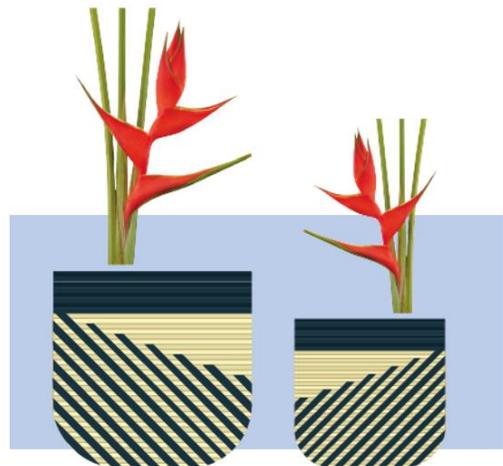
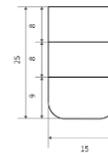
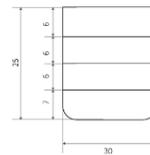
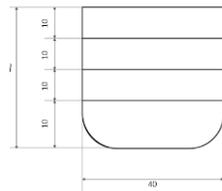
Medidas en centímetros



GRANDE

MEDIANA

PEQUEÑA



D. Conclusiones

Para transmitir las propuestas a los artesanos, se desarrollaron distintos métodos de comunicación, dependiendo de la técnica, región y el factor cultural de la comunidad con la que se trabajó. Se hicieron presentaciones con planos técnicos, renders, bocetos digitales y fotos de referencia. Dependiendo de la complejidad de la propuesta, se hicieron renders y planos con detalles muy específicos. El seguimiento se realizó vía correo electrónico, llamadas telefónicas y mensajes de WhatsApp con un intercambio de imágenes y videos para facilitar la comunicación de cada proceso del producto ya que la interpretación en medidas, colores y forma puede no ser la indicada. Se diseñó producto dentro de seis categorías para decoración del hogar teniendo en cuenta las tendencias de diseño y consumo contemporáneo para que las técnicas artesanales tradicionales entraran dentro del mercado actual.

5.11 Espiral Misak

Departamento: Cauca

Municipio: Silvia

Técnica: Tejeduría en crochet y telar vertical

Materia prima: Lana de ovejo

A. Descripción comunidad (actividad productiva)

El taller Espiral Misak pertenece a la comunidad de Indígenas Guámbianos o Misak ubicados en el nororiente caucano, en la zona rural del municipio de Silvia, entre el río Piendamó y la quebrada Manchego, dentro de la comunidad se rigen bajo los principios de su tradición y cultura como hijos del agua, teniendo una concepción única de la cultura, territorio, cosmovisión, usos, costumbres y economía.

Para la comunidad indígena de los Misak la tradición alrededor del fuego – fogón de leña tiene un significado simbólico ya que es donde crecen sus tradiciones y saberes, por medio de la oralidad y enseñanza de sus artesanías, dentro de las más representativas están las mochilas en las cuales plasman su cosmogonía y cosmovisión desde su visión de pueblo indígena.

La labor artesanal se enfoca en el desarrollo de las mochilas realizadas en crochet de tres dimensiones, dentro de las cuales plasman las representaciones y rinden homenaje a sus historias de creación con mochilas como Mamá Manela (primera cacica y gracias a la cual las mujeres tienen el don de tejer) por otro lado están las mochilas que tiene una representación de los paisajes y territorios donde habitan.

El proceso de elaboración de las piezas empieza con el cuidado de las ovejas y la extracción de la materia prima, lana de oveja, dentro de las ovejas cuentan con una sola especie en diferentes colores (claras, mora y oscuras), las asociaciones dentro del taller se divide la

responsabilidad del cuidado de las ovejas y posterior alistamiento de la materia prima (esquilado, lavado, pisando, hilado y tinturado)

Cada color tiene su significado y está asociado a un elemento, azul- cielo, marrones - tierra, rojos – agua y grises al aire y amarillos para el fuego utilizando estos tonos en diferentes productos.

Las producciones son divididas entre todo el grupo de trabajo, con el fin de convertirse en comunidades con capacidades productivas altas, Patricia Hurtado gestora cultural de la comunidad ha entendido las nuevas dinámicas de producción y comercialización con el fin de garantizar una presencia más fuerte.

B. Productos actuales

Dentro de los productos de mayor representación y rotación comercial están las mochilas elaboradas en crochet, cada una de ellas con una historia detrás de su historia, creencias y tradiciones, todos los productos son hechos en lana de ovejo y en algunos casos con mezcla de materiales, los tinturados son realizados con elementos naturales como semillas, barro, cortezas y flores utilizando sal y limón para estabilizar y penetrar los colores.

Mochilas



- Los productos desarrollados para los eventos se enfocaron en el significado de cada una de las mochilas con el fin de ofrecer un relato más contundente.
- El grupo participo en el concurso contando el cuento en el cual obtuvo el primer puesto con apoyo y guía de los asesores del proyecto de mejoramiento y generación de oportunidades comerciales, durante las 4 fases del concurso superaron las pruebas y obtuvieron el reconocimiento como campeones de la primera versión de la copa artesanal “Contando el cuento”
- Encontraron un equilibrio entre el manejo de redes sociales como herramienta de comercialización y las ventas presenciales, la gestora cultural se encargó junto con el apoyo de sus hijos de entender y aplicar las charlas dictadas a lo largo del año con el fin de fortalecer sus conocimientos en diferentes áreas.

5.12 Artesanías Karen Dayana

Departamento: Bolívar

Municipio: San Jacinto

Técnica: Telar vertical

Materia prima: Hilo de algodón

A. Descripción de la comunidad

Asociación está conformada por 14 artesanas activas las cuales realizan toda la actividad productiva, las técnicas que manejan dentro de la comunidad con tejeduría en telar vertical para la elaboración de hamacas con diferentes acabados y como complemento, crochet y anudados para las guarniciones de las hamacas.

Todas las artesanas participantes cuentan con un manejo de la técnica que les permiten ser muy competitivas en el mercado, cada una de ellas tiene una técnica que manejan con mayor experticia (lampazo, con bordas, dobles a cuadros entre otras) por esta razón las labores son muy bien distribuidas en el grupo por medio de la representante Celmira Buevas.

El grupo artesanal está muy bien organizado en cuanto al desarrollo de las piezas, la división de los pedidos y el apoyo interno dentro del grupo, tiene varios años de experiencia en la participación en ferias regionales y nacionales, permitiendo posicionar la marca en diferentes lugares.

Cada artesana cuenta con uno o dos telares verticales en sus casas donde realizan las actividades ya que cada una maneja sus horarios dependiendo de las actividades que

realicen en el hogar o en siembras cercanas a la zona urbana, por esta razón para los talleres, pedidos o reuniones se centraliza en la casa de la representante donde cuenta con un quiosco en el cual toman las decisiones como grupo permitiendo fortalecer la asociación.

Dentro del municipio de san jacinto el oficio de la tejeduría en telar vertical es de los más representativos y más trabajados, la oferta de hamacas y de grupos artesanales es muy alto, es un oficio que se aprende por tradición oral y practica en las casas, por esta razón muchos de los grupos realizan talleres de rediseño para mantenerse presentes en el mercado.

El grupo ha recibido asesorías por parte de diferentes entidades y proyectos que les han permitido mejorar y pulir su trabajo manteniendo unas ventas mensuales y contactos con almacenes o grupos empresariales que realizan pedidos constantemente.

En esta actividad artesanal las mujeres son las más activas y dedican parte de su tiempo en lograr en realizar actividades que permitan transferir el conocimiento del oficio a nuevas generaciones, el grupo cuenta con 10 mujeres y 4 hombres que se dividen la responsabilidad y actividades con la asociación.

Durante el año se realizó el contacto y las actividades de forma virtual con la representante y varios de los integrantes permitiendo conocer las actividades y el desarrollo como asociación del grupo, las limitaciones a nivel de comunicación fueron evidentes ya que la comunidad no contaba con conexiones todo el tiempo e incluso varios meses del año no contaron un servicio de electricidad continuo.

Actividad productiva

La principal materia prima es el hilo miratex (algodón + poliéster) ya que por sus propiedades este no se destiñe con el sol; este hilo en comparación con otros es más costoso, pero garantiza que las piezas tengan una mejor calidad y mayor duración permitiendo exponerlas más al sol e intemperie.

Las hamacas que se realizan con hilo de algodón el cual tinturan con elementos naturales para dar las diferentes tonalidades como lo son planta ovejera, anís, semilla agua, gajo de cebolla, árbol sangre gabo, achiote entre otros. El proceso para la elaboración de las hamacas y los otros productos complementarios (camino de mesa, manteles, individuales) son los siguientes:

- En la actualidad los artesanos ya no realizan el proceso de hilado, adquiere el hilo industrial en diferentes colores.
- Para darle mayor consistencia al hilo y evitar que se le peguen las motas durante el armado en el tejar, se almidona con fécula de yuca. En un recipiente con agua caliente

se disuelve el almidón para sumergir la madeja de hilo por unos minutos y luego dejarla secar al sol.

- Cuando la madeja de hilo está seca, se coloca en el devanador para formar los ovillos para iniciar el armado del tejido.
- Se compone el telar para armar la urdimbre de tal manera que los hilos queden de forma vertical.
- Se procede con el proceso de tejeduría (teniendo en cuenta que tipología de hamaca se realizara con labrado, lampazo o lisa)
- Se desmonta el tejido y se procede a trenzar y rematar. Para que la hamaca quede lista debe empitarse. Este proceso lo realizan las artesanas utilizando el espaldar de una silla.

B. Productos

El principal producto de la comunidad son las hamacas en diferentes formatos, con diferentes acabados, sencillas con guarniciones y con diferentes patrones que muestran la representación geométrica de su entorno, paralelo a estos productos recibieron la asesoría para el desarrollo de piezas completarías como cojines (diferentes formatos), caminos de mesa (para mesas de 4, 6 y 8) adicionalmente realizan productos que nos son tradiciones, pero permite generar flujo de caja como bolsos, porta celulares, cartucheras y cosmetiqueras.



C. Curaduría y líneas de producto

Los cambios con la comunidad se centraron en la paleta de color y rescatar los labrados tradicionales de la comunidad, de igual forma mantener una línea complementaria para el hogar, de igual forma se intentó mantener las dos opciones de producto de piezas en hilo miratex e hilo de algodón tinturado con elementos naturales.

Durante las asesorías virtuales se enfatizó en tener variedad de producto, pero en familias de productos con el fin de organizar los catálogos y centralizar las opciones para los clientes, por otro lado, se intentó estandarizar las dimensiones, los precios y los acabados con el fin de categorizar las piezas y hacer las fácil la presentación de catálogos y comercialización de las mismas.



Los productos seleccionados para feria fueron los que tenían en inventario y de los cuales se podían replicar con mayor facilidad por materia prima disponibles y experticia en los patrones.



D. Conclusiones

- Las asociadas de la comunidad son muy proactivas y receptivas a las recomendaciones y cambios.
- La asociación de mujeres no cuenta con un espacio propio para la comercialización, en este caso se realizó un ejercicio de exhibición de forma virtual con el fin de aplicar los conceptos explicados.
- Realizaron los cambios y recomendaciones de producto con el fin de establecer la producción final para la participación en las dos ferias virtuales Expoartesano y Expoartesánías.
- Durante el año el municipio de San Jacinto no contó con un sistema de electricidad constante por esta razón el acercamiento con las artesanas y la participación de ellas en todos los talleres se dificultó.

5.13 Grupo Artesanal Getuchá

Departamento: Caquetá

Municipio: Milán, San Antonio de Getuchá

Técnica: Tejeduría

Materia prima: Cumare

A. Descripción de la comunidad

Las integrantes pertenecientes al grupo de artesanas de Getuchá del municipio de San Antonio de Getuchá son indígenas koreguaje las cuales cuentan con una tradición en el desarrollo de piezas artesanales en fibra de cumare, chambira y alfarería en barro de la zona, es un grupo familiar ubicado en el mismo resguardo, no cuentan con un taller compartido por el contrario cada una de ellas trabaja en casa con el fin de manejar el tiempo que dedicara a esto ya que paralelo están dedicadas a la pesca, agricultura y el hogar.

La líder del taller es Acenth Calderón quien aprendió el oficio de su mamá, tías y abuelas las cuales le enseñaron el valor de la artesanía y la tradición, no todas las artesanas hablan castellano por esta razón fue difícil la comunicación con ellas, en los talleres y capacitaciones participaron activamente Aceneth y su hermana con el fin de aprender la mayor cantidad de cosas y compartirlas con las otras artesanas del grupo.

Durante el año mostraron un interés y compromiso muy grande en el desarrollo de piezas siempre pensando en la comercialización, durante el año participaron en una sola feria Expoartesanías siendo la primera vez en una feria virtual, el grupo es muy joven y llevan muy poco trabajando en unidad por esta razón están en el proceso de aprendizaje y acoplándose a las diferentes dinámicas.

Dentro del grupo es un oficio que va de generación en generación, pero no todas las artesanas cuentan con la misma experiencia, los mismos acabados y las mismas proporciones dentro de los diferentes productos, falta estandarizar un poco más estos temas para garantizar una mejor selección de producto y participación en los eventos, en temas digitales falta reforzar la importancia de las redes y de generar una marca que cause recordación y posterior posicionamiento de la misma.

B. Productos actuales

Desarrollan mochilas en cumare, chambira y guarumo, especialmente en cumare ya que tiene mejores acabados y un costo más bajo, realizan estos productos por pedidos para almacenes en diferentes regiones del país y para eventos o espacios comerciales, cada una de las artesanas teje en sus casas de esta forma garantizan la flexibilidad de sus horarios para cumplir con el resto de actividades (hogar, agricultura, ganadería y pesca). Dentro de la asociación no hay ningún artesano que organice el material ni realice el proceso de hilado por el contrario lo compran por madejas y solo realizan el proceso de tinturado y tejido, es un poco más costoso, pero las condiciones de conseguir la materia prima son muy dispendiosas. El proceso de tinturado es por inmersión en agua caliente con cocción, los colores son resultado de la combinación de diferentes plantas, barro y semillas, el proceso de secado depende de las condiciones climáticas, posterior a esto utilizan la materia prima para tejer mochilas y mochilones, dentro de las recomendaciones de producto se revisaron las paletas de color, acabados, combinación de tejidos, combinación con semillas y proporciones, igualmente se enfatizó en la estandarización de los productos con el fin de facilitar su comercialización digital



C. Curaduría y desarrollo de líneas de producto

La comunidad se enfoca en el desarrollo de mochilas en diferentes tamaños, colores, tejidos y en combinación con otros materiales, adicionalmente manillas, collares y sonajeros para manos y pies, la asesoría se enfocó en el desarrollo de piezas con un factor diferenciador que les permitieran ser competitivas dentro del mercado.



La estandarización de las piezas fue uno de los principales temas en la asesoría ya que la comercialización de las piezas se realizó digitalmente, se dificultó el tinturado de la fibra ya que depende de muchos factores (tiempo de tinturado, intensidad de las tinturas naturales y estado de la fibra entre otros), se realizaron las pruebas de color de dos tonos.



Teniendo en cuenta que las mochilas son sus piezas de mayor rotación, las variaciones propuestas se centraron en ellas, con materiales que permitieran complementarlas como semillas y accesorios en cumare o chambira.

8 ó 10 unidades de cada referencia, tener en cuenta que el color de cada mochila debe ser parejo y uniforme



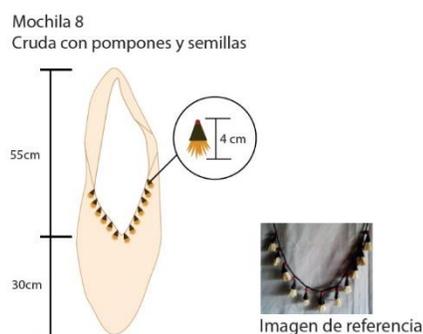
8 ó 10 unidades de cada referencia, tener en cuenta que el color de cada mochila debe ser parejo y uniforme



8 ó 10 unidades de cada referencia, tener en cuenta que el color de cada mochila debe ser parejo y uniforme



8 ó 10 unidades de cada referencia, tener en cuenta que el color de cada mochila debe ser parejo y uniforme



Desarrollaron varios productos para las ferias virtuales, dando como resultado 8 mochilas diferentes nuevas para el catálogo.





D. Conclusiones

- El idioma es un limitante grande debido a que en las comunidades no todas las mujeres hablan español
- Es un grupo nuevo de artesanas jóvenes, pero cuentan con tejidos y acabados de calidad ya que llevan en la tejeduría desde niñas.
- Las líderes de la comunidad son muy receptivas a las recomendaciones y observaciones por parte de los diseñadores del equipo de la subgerencia de promoción y generación de oportunidades comerciales.
- La estandarización de las piezas es un tema que requiere de mayor acompañamiento con el fin de implementarlo con varias artesanas en diferentes referencias
- Se sugirió la implementación de nuevos tonos con el fin de variar los productos, para esto se requiere un acompañamiento con el fin de realizar unas combinaciones comerciales.

5.14 Wango Wango

Departamento: Antioquia

Municipio: Frontino

Técnica: Bisutería (indígena)

Materia prima: Chaquiras

A. Descripción de la comunidad

El grupo de artesanos indígenas Embera está situado en el municipio de frontino en la comunidad de llano de Rio verde y en veredas cercanas, todas pertenecientes al mismo resguardo indígena Nusidó, se dedican a actividades de agricultura y artesanía, desarrollando piezas tradicionales en bisutería, donde plasman desde creencias hasta acontecimientos de la vida cotidiana, es un oficio que va de generación en generación permitiendo la expresión como pueblo indígena.

Los artesanos se reúnen periódicamente en la casa del representante del taller a tejer y discutir temas de la asociación (pedidos, material, diseños y talleres). Cada uno de ellos tiene un experticia o facilidad en algún tejido permitiendo dividir el trabajo entre todos, los acabados finales los realiza la representante Yamile Herrera en Medellín donde cuenta con un proveedor de herrajes.

El oficio de bisutería en chaquiras lo han desarrollado durante muchos años y ha ido pasando de generación en generación. Actualmente adquieren las chaquiras en Medellín donde encuentran gran variedad de colores y tamaños para la elaboración de las piezas.

La materia prima principal son las chaquiras las cuales se consiguen de diferentes tamaños y calidades. Los artesanos pueden conseguirla fácilmente. Cada artesano tiene en su casa un pequeño telar elaborado con madera y un metal que tiene acanalados los cuales permiten fijar el hilo y así empezar a tejer. En otros casos los productos son realizados sin telar como collares, aretes, anillos entre otros.

Desde la cultura Embera han logrado definir y plasmar su cultura, grafismos y pensamientos en cada uno de los productos que elaboran, cada artesanía elaborada cuenta una historia o significado los cuales en su mayoría son representados con combinaciones de color lo que permite exaltar las técnicas y ser llamativo a los clientes.

Han recibido asesoría de diferentes entidades gubernamentales y privadas en cuanto a diseño y desarrollo de producto que les ha permitido reforzar el tema de piezas contemporáneas y tradicionales acompañadas de paletas de color que permitan ampliar la oferta y ser más competitivos en el mercado.

B. Productos

En la actualidad la comunidad continúa realizando los productos más tradicionales, sin embargo, han empezado a implementar nuevas formas, paletas de color las cuales se ajustan a un mercado más contemporáneo, acompañados de los herrajes en plata y oro que significan los productos más vendidos del grupo.

Los productos seleccionados para las ferias fueron de herrajes sencillos con el fin de realzar los tejidos y la simbología de las piezas en chaquiras.



C. Curaduría y desarrollo de líneas de producto

La asesoría se enfocó en la simplificación de las piezas en chaquiras y los herrajes adicionalmente se sugirieron nuevas paletas de color con el fin de diversificar la oferta de productos.



D. Conclusiones

- La comunicación con la comunidad dificulta la interacción y el trabajo con ellas.
- La líder de la comunidad trabaja en varias actividades paralelas y no cuenta con el tiempo y la disposición necesaria para avanzar más rápido con las asesorías.

- Se dificultó el avance en las diferentes asesorías ya que no cumplían con los horarios, las tareas ni con los requisitos planteados inicialmente (formatos, listados de asistencia y formularios)
- La líder cuenta con apoyo de diseñadores y profesiones afines que les brindan su apoyo en el desarrollo de empaques y exhibición.

5.15 Asoarpal (Asociación de artesanos de Palmito)

Departamento: Sucre

Municipio: San Antonio de Palmito, vereda Cruz de Ramal

Técnica: Tejeduría

Materia prima: Caña flecha

A. Descripción de la comunidad

Es un grupo de artesanos pequeño que cuenta con seis integrantes fijos (trabajando completamente del oficio artesanal) algunos familiares de ellos complementan el trabajo, pero no están disponibles todos los días, cada uno de los asociados cuenta con varios años de experiencia en el oficio lo que les ha permitido asumir diferentes retos en cuanto a diseño y desarrollo de producto, participación en eventos y pedidos.

Los artesanos han venido participando a lo largo de los años en diferentes capacitaciones por parte de entidades del sector privado y público, gracias a estas participaciones han consolidado varias herramientas que les han permitido crecer como artesanos independientes y como grupo, gracias a estas asesorías han logrado participar diferentes ferias regionales y nacionales.

La organización dentro del grupo cuenta con varias falencias ya que no todos se comprometen con las diferentes responsabilidades y objetivos, sin embargo, el grupo cuenta con un líder con la mejor disposición, receptivo a las recomendaciones brindadas por el equipo de diseño de la subgerencia de promoción y los asesores del laboratorio para hacer crecer a la comunidad y el municipio.

Cada uno de los artesanos tiene un producto que realiza con más experticia que otros por esta razón para ferias la división del pedido está enfocada en la cantidad y tipología con el fin de garantizar la venta de todos los artesanos, el desarrollo de pedidos especiales con especificaciones precisas es dividido entre todos los artesanos y se realizan los procesos de tinturado en conjunto con el fin de garantizar el tono y los acabados en las piezas.

Actividad productiva

Cuentan con varios talleres independientes o familiares en los cuales desarrollan las piezas cada uno de ellos tiene la oportunidad de desarrollar una tipología de producto garantizando la participación de todos en ferias, eventos o pedidos especiales.

En el desarrollo de la actividad productiva varía dependiendo de la tipología de producto;

- Compra de la caña flecha por cogollos para realizar el proceso de trenzado (manejan diferentes tipos como granito de arroz, corazón, peine, ojo de pollo, flor de limón) dependiendo de los productos que van a desarrollar.
- Compra de trenzas ya terminadas, trabajan con artesanas satélite que solo desarrollan esta actividad.
- Definición de las piezas y cosido en máquina, para este proceso es muy importante la precisión en las costuras con el fin de garantizar una pieza de calidad.
- Almacenaje de los productos para enviarlos a pedidos o ferias que tienen en diferentes regiones del país.

B. Productos

Dentro de la asociación cuentan con varias líneas las cuales comercializan en los diferentes canales que tienen, ventas en la región, por pedido o ferias

- Mesa: contenedores de diferentes tamaños, paneras, caminos de mesa dulceras y porta cazuelas
- Decoración: tapetes en diferentes formatos, centros de mesa contenedores y cojines
- Moda y accesorios: sombreros de diferentes calidades, pavas de diferentes formatos, sombreros para niños, pulseras de diferentes referencia, collares y monederos

Presentan una amplia variedad de productos dentro del portafolio cubriendo varias categorías, los pedidos y productos deben ser pedidos con bastante antelación ya que no todos los artesanos realizan todas las piezas y su capacidad productiva es baja.



C. Curaduría y líneas de producto Productos

Se realizó la asesoría de producto a las distintas comunidades y asociaciones, por medio de un proceso de diseño que consistió en la identificación de cada uno de los productos existentes en una categoría de producto ya fueran estos accesorios, prendas de vestir, sombreros, accesorios de mesa o cocina entre otros. Esto con el fin de ubicar el producto dentro de un contexto determinado para que de esta forma se facilite su relación con los demás productos del entorno.

En el caso de los bolsos, sombreros o accesorios se le sugirió a la asociación ubicar este producto dentro de un “Outfit” para visualizar de una manera más amplia las distintas posibilidades que tendría el cliente a la hora de hacer uso de sus productos artesanales.

En el caso de los utensilios de cocina y objetos decorativos para la mesa se les sugirió a los artesanos que los ubicaran en un espacio dentro de la casa para de esta manera entender con qué otro producto podría llegar a tener relación y adicional a esto encontrar nuevas posibilidades y configuraciones de un mismo producto artesanal preexistente.

Además, esta visualización significará para la asociación una manera adecuada de entender el comportamiento del cliente a la hora de vestir según las tendencias que se estén manejando en el momento para así adaptarse oportunamente a estos cambios cada vez más frecuentes del mercado actual.

Referentes y propuestas

Como segundo paso en el proceso de diseño, se procedió a buscar referentes de productos similares a los elaborados por la Asociación o Comunidad. Los referentes cumplen una gran función en el aporte de conocimientos previos y ayuda a enriquecer y a ampliar la exploración de alternativas en el desarrollo formal de las colecciones actuales y futuras. Desde uniones entre las materias primas, combinaciones de color hasta aspectos de forma y diseño son puntos que se pueden revisar y mejorar a partir de los referentes encontrados. Adicional a esto, los referentes nos ayudan a realizar un análisis a profundidad de la competencia, los productos que se están realizando y las preferencias del cliente.

Como tercer punto en el proceso de diseño y a partir de los análisis realizados en los dos primeros pasos anteriormente descritos se inició el proceso de bocetación y de exploración formal a partir de los fundamentos básicos de diseño tales como contraste de tamaño, repetición, gradación entre otros. De esta manera se busca abrir nuevas líneas de producto que se adapten a la demanda del mercado.





D. Conclusiones

- Fueron muy receptivos a las recomendaciones de producto, entendiendo y aplicando el análisis de mercado de las ferias.
- Son un grupo pequeño que no cuenta con un plan a largo plazo para mantener la asociación.
- Al ser pocos integrantes no cuentan con una capacidad de productiva alta perdiendo clientes y oportunidades más grandes.
- El representante de la asociación es muy comprometido con las producciones, envío de información, formatos y formularios.
- No contaban con internet todo el tiempo limitando la participación en varias de las actividades.

5.16 Kanasü

Departamento: La guajira

Municipio: Barrancas

Técnica: Tejeduría

Materia prima: hilo

A. Descripción de la comunidad

La fundación indígena Kanasü cuenta con una tradición de las de setenta años en el resguardo, en un oficio que va de generación en generación, es una de las principales comunidades del sur de la guajira en la cual cuentan con todas las tradiciones de los indígenas Wayúu, se divide las actividades de la siguiente forma, los hombres se dedican a la cría de ovejas y chivos y las siembras y las mujeres se dedican a la actividad artesanal donde desarrollan piezas tejidas como chinchorros, mochilas y mantas, estos objetos inicialmente solo eran usados para la vida cotidiana pero hace varios años son unas de las artesanías más representativas de Colombia y de mayor ventas.

La técnica que utilizan para desarrollar las piezas es la tejeduría en crochet trabajando con dos tipos, natural de hilando algodón silvestre, magüey en mecha, apis y otras fibras de la región e hilo sintético ya que tiene una resistencia alta al desgaste y permiten garantizar los acabados y la durabilidad en el momento de la venta.

La asociación está conformada por mujeres de la misma familia, las cuales se distribuyen las tareas de los pedidos y participación en ferias equitativamente, anteriormente una sola artesana viaja a las diferentes comunidades, pero con el tiempo empezaron a enseñare a las nuevas generaciones la importancia de participar y garantizar un buen producto para la venta.

Es una comunidad muy receptiva al cambio ya que cuentan con diferentes visiones las de las más jóvenes que se interesan más en la comercialización y las mayores que se encargan de preservar el oficio y su simbología tradicional; la actual representante de la comunidad es muy proactiva y busca el crecimiento de toda la comunidad buscando oportunidades de comercializar en diferentes puntos.

La actividad productiva está enfocada en el desarrollo de mochilas en las que se pueden demorar entre 20 y 30 días desarrollando una mochila con patrones tradicionales mediana, empiezan a tejer con aguja de crochet la base de forma concéntrica posterior a esto cuando tienen la medida adecuada empiezan a subir el tejido en forma vertical dándole la forma cilíndrica a las piezas teniendo en cuenta los patrones.

El tiempo de trabajo varía dependiendo de la dimensión de las mochilas, los patrones y la experticia de las artesanas, algunas de ellas se les facilitan más los tejidos y otras prefieren dedicarse a piezas de menor escala como manillas o mochilas pequeñas; por otro lado está la elaboración de los chinchorros que son piezas que se tejen a mano donde los hilos son ubicados verticalmente en dos palos y posterior a esto de entretejen los hilos horizontales el trabajo de este varía entre mes y medio y dos meses por esta razón los costos son más altos.

Dentro de la ranchería se encuentran varias familias en diferentes casas y cada una de las artesanas teje allí distribuyendo su tiempo teniendo en cuenta las actividades paralelas, desde muy pequeñas les enseñan a tejer y a colaborar en actividades de la casa.

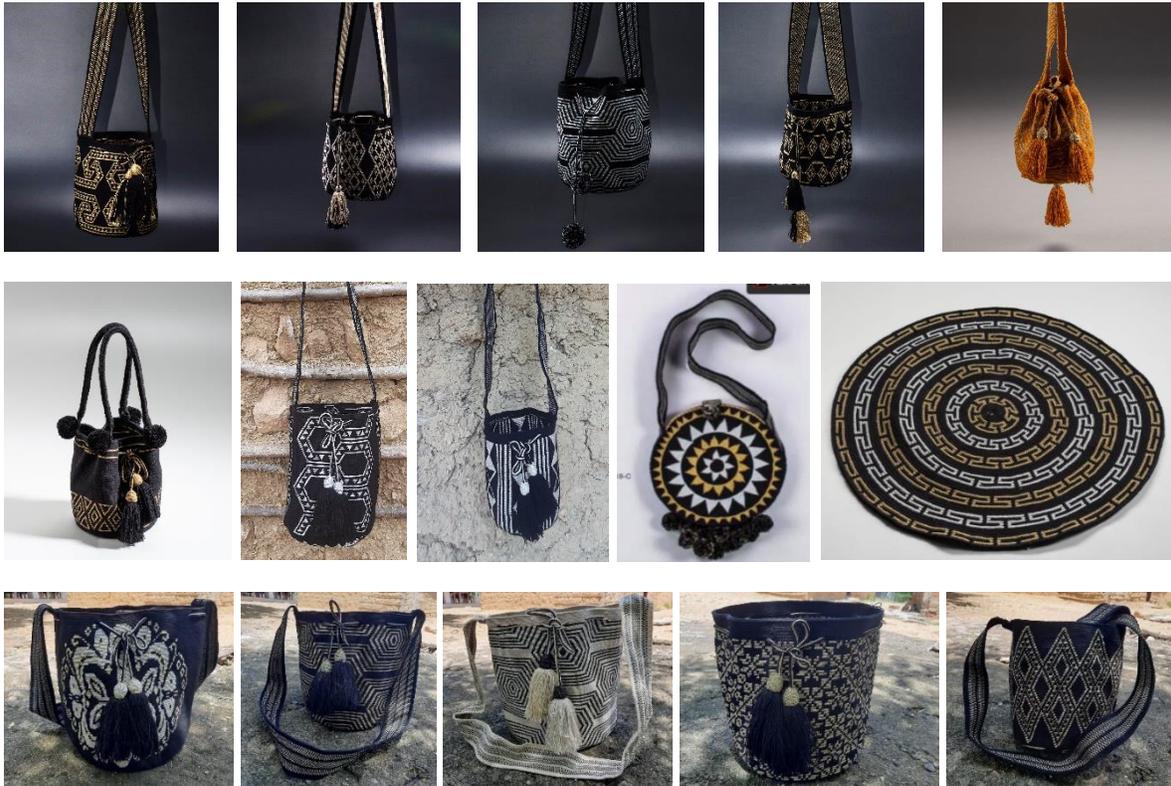
B. Productos

Los productos principales son los tradicionales dentro de los cuales están las mochilas pequeñas, medianas, grandes, extra grandes (las utilizan principalmente para cargar chinchorros o como maleta de viajes), las kaparetas la cual es una mochila tubular que cuenta con dos bocas y dos cordones largos que sirven para cerrar y cargar la mochila y la mochila tipo mercado que utilizan ellas para cargar la cerámica y objetos de grandes formatos esta es elaborada en un tejido abierto lo cual reduce el tiempo de elaboración.



C. Curaduría y líneas de productos

En el desarrollo de las piezas la intervención fue de paleta de color ya que los patrones que trabajan son tradicionales, para la participación en ferias se enfocó en el producto diferenciador dentro de la región como lo son las piezas con tonos metalizados, se realizó una selección formal variada teniendo en cuenta mochila tradicional, mochila con agarraderas cortas, bolso redondo y platos con el fin de ofrecer una mayor oferta.



D. Conclusiones

- Las artesanas de la asociación son muy receptivas a los cambios y a las recomendaciones propuestas, principalmente las dos representantes.
- El grupo ha recibido asesoría por parte de entidades gubernamentales y privadas brindándoles herramientas para un mejor desempeño.
- Han desarrollado piezas para el programa Moda Viva de Artesanías de Colombia en el cual han mejorado los acabados e incluido nuevos formatos.
- El grupo cuenta con una representante proactiva y responsable garantizando el crecimiento de la comunidad.
- Los productos desarrollados por la comunidad son de alta calidad ya que cuentan con una experiencia de 70 años en el oficio siendo una actividad que se transmite de generación en generación.

5.17 El Chorote

Departamento: Huila

Municipio: Acevedo

Técnica: Alfarería en torno, levantado y modelado

Materia prima: Barro

A. Descripción de la comunidad

El taller artesanal El chorote fue conformado aproximadamente hace 25 años en la ciudad de Acevedo en el departamento del Huila. El taller está conformado por cinco (5) artesanos los cuales elaboran productos en barro torneado de diferentes dimensiones, usos y acabados. Esta comunidad ha participado en varias ocasiones en ferias regionales lo que los hace reconocidos en su oficio. La actividad artesanal se lleva a cabo en la casa de la familia donde tienen instalado el horno, el torno y la zona para la preparación del barro antes de ser utilizado. El oficio artesanal ha sido transmitido durante tres generaciones lo que ha permitido conservar la técnica y los productos artesanales de esta región.

El grupo familiar que elabora esta artesanía dedica la mayoría de su tiempo a la elaboración de artesanía en barro donde podemos encontrar miniaturas (faroles, tazas, pocillos, candelabros), juegos de tinto, ollas, pocillos chocolateros, salseras, cazuelas. En los últimos años el grupo artesanal ha empezado a utilizar esmaltes en las piezas desarrollando una nueva línea de productos que ha tenido una gran aceptación por los clientes.

El grupo artesanal ha participado en ferias regionales sin embargo tienen actualmente varios contactos nacionales quienes les realizan pedidos constantemente por lo cual deben tener un cronograma de fabricación de piezas. Un gran logro es la ampliación de su taller gracias al buen uso de las ganancias generadas en las ferias que participó.

Actividad productiva

La materia prima principal es el barro amarillo el cual es extraído en un lugar cercano al taller artesanal. El barro es lavado, tamizado y rayado con especial cuidado y destreza para poder obtener la mejor calidad del mismo y puedan obtenerse piezas artesanales de gran calidad. Esta zona en ciertas épocas del año aumenta las lluvias lo cual dificulta el secado de las piezas antes de ser horneadas, esmaltadas y pulidas. Luego de tener la materia prima el barro es torneado con gran habilidad donde se pueden obtener piezas de diferentes dimensiones, usos y acabados. Al tener finalizadas las piezas o bizcochos estas se deben secar a temperatura ambiente durante tres días, luego estas son llevadas al horno a una temperatura de 900°C con el fin de endurecer el barro. En el caso de las piezas que llevan esmalte estas no deben ser pulidas para permitir que el esmalte penetre al barro y tenga una mejor fijación.

El producto tradicional desarrollado por el taller artesanal tiene un buen manejo técnico y sus acabados se ven reflejados en cada una de sus piezas, esta buena disciplina del taller

logra que en durante su participación en ferias y evento tuvo gran acogida lo cual se vio reflejado en las ventas.

B. Productos

Los principales productos son piezas tradicionales, piezas utilitarias como juegos te café, salseras, platos y complementos de servicio de mesa (ajiceras, azucareras, cucharas, cacerolas entre otras)



C. Curaduría y líneas de productos

Para el desarrollo de productos se revisó la categoría que manejan y su catalogo



Se buscaron referentes de productos que se hacen con esa materia prima y técnica



Se selecciono una paleta de color inspirada en un paisaje del departamento del Huila para la aplicación de los esmaltes.



Se realizo una línea de productos home dejó con patrones hecho en bajo relieve y esmaltes



D. Conclusiones

- Manejo de la técnica: el grupo artesanal tiene una gran habilidad para desarrollar piezas en el horno eléctrico. Logran mantener la simetría de las piezas y consistencia del barro.
- Los acabados son muy buenos ya que a cada pieza es pulida con detalle.
- Cuentan con una gran habilidad e ingenio para desarrollar piezas permite que el taller desarrolle nuevas líneas de producto acorde a las necesidades del mercado.

- El taller artesanal continuamente está desarrollando nuevas piezas y mejorando su taller lo cual va a permitir ampliar su capacidad productiva.
- Tienen como principal objetivo dentro del taller familiar continuar con la tradición y el oficio
- El taller artesanal se comprometió a realizar pruebas con nuevos colores de esmaltes para ampliar su paleta de color, así mismo elaborar muestras con esmaltes mate.

5.18 Katanga

Departamento: Valle del Cauca

Municipio: Cali

Técnica: Luthería

Materia prima: Madera (Balso, chonta, aguacatillo) guadua y cueros

A. Descripción de la comunidad

Esta asociación se dedica a la luthería, el arte de hacer instrumentos, y lleva conformada como fundación desde 1988 y como grupo productivo desde el 2006. Hoy en día cuentan con 12 personas en el grupo de las cuales 5 hacen las labores del campo sembrando y recogiendo la madera que usan para hacer los instrumentos y 7 se dedican a la preparación de las maderas y el ensamble de las piezas.

Dentro de los instrumentos que realizan se encuentra la marimba también llamada la reina del pacífico, los cununos, los bombos, los guasá, y como Fundación se han dedicado a promover la música del pacífico y el uso de estos instrumentos en colegios haciendo talleres para niños e inculcando el cuidado del medio ambiente, por medio de la madera que ellos usan.

La mayoría de sus ingresos se dan por pedidos y cuentan como principal cliente con grupos como Herencia de Timbiquí, Yuri Buenaventura, Hugo candelario, Grupo Naidy, Guayacán orquesta. entre otros.

Son un grupo conformado legalmente que cuenta con todos los papeles para hacer empresa y su marca la tienen registrada. Todas sus piezas están marcadas con “katanga” pues en una época los copiaron y estaban dañando la reputación de las piezas, además que había grupos que pintaban con los mismos colores e iban a reclamar garantía, es por esto que tomaron medidas para que eso no volviera a suceder.

Su proceso productivo va desde la obtención de la materia prima. Ellos cultivan las maderas necesarias para la elaboración de sus instrumentos entre las que se encuentran: balso hembra y macho, aguacatillo, amarillo, chonta y guadua. Una vez seleccionan el árbol lo tumban y lo llevan hasta el taller en donde para por varias máquinas y varias manos hasta ser convertido en instrumento.

Para los tambores y cununos se tronea y luego se vacía a mano hasta que quede una pared delgada. Para las marimbas se cortan los trozos de madera del largo de la nota musical y luego Addo, el representante y músico empírico de la asociación, ha oído lo afina hasta que de la nota exacta.

Los cueros para los tambores los compran a un proveedor de confianza y hacen uso del cuero de chivo y becerrón. Antes usaban el venado, pero pasó a ser una especie en vía de extinción por lo que decidieron cambiarlo por el becerrón que tiene casi las mismas propiedades y características.

Una vez están listas las piezas las pulen, las pintan con pintura para carros y pasan a ser ensambladas para envíos a los clientes.



B. Productos

Los productos que elaboran en un inicio se basaban en sólo instrumentos musicales dirigidos únicamente a músicos, sin embargo, recientemente están incursionando en instrumentos de menor tamaño tipo souvenir para dar de regalo o para decorar la casa. Este último formato está funcionando pues son las piezas que más rotan en los eventos feriales pues las piezas y los instrumentos reales son por pedido.



C. Curaduría y líneas de productos

Las sugerencias que se hicieron en cuando al desarrollo del producto fue a nivel estético. Se recomendó usar pinturas metalizadas y sacar una versión con colores tierra, no solo colores vivos. De igual forma se sugirió sacar nuevas formas de pintar, pensar un poco más en el conjunto de los músicos y que entre ellos se vea la coherencia y la cohesión del grupo.

También se recomendó abreviar la marcación de los instrumentos para que no fuera una marca tan invasiva en el producto, sugerencia a la que mostraron un poco de resistencia pues esa es su marca personal.

Los productos seleccionados para la feria fueron de formato pequeños, líneas infantiles y souvenir debido a los costos de envío, por otro lado, se recomendaron nuevas dimensiones que fueran más acordes a las categorías (souvenir, infantil y adulto).



D. Conclusiones

- La comunidad se vio muy proactiva y receptiva a las capacitaciones.
- El grupo cuenta con conexión a internet todo el tiempo y la experiencia para utilizar herramientas digitales, por esta razón fueron muy activos en las charlas y talleres dictados.
- Participaron en el concurso contando el cuento donde se ganaron el 3°er puesto en la categoría étnica, permitiéndoles dar a conocer el producto y la tradición de la familia.
- El desarrollo de las piezas lo realizan por pedidos, para las ferias se sugirieron unas cantidades base con el fin de contar con variedad de referencias y un mínimo de 6 unidades de cada referencia.

5.19 Asopicumbes

Departamento: Nariño

Municipio: Cumbal

Técnica: Tejeduría (telar vertical y guanga)

Materia prima: Lana e hilos

A. Descripción de la comunidad

La comunidad Asopicumbes reúne a más de 19 mujeres que desde hace más de 30 años han aprendido el oficio, a cada una de ellas le enseñaron en casa en una tradición oral y que va de generación en generación, el telar y la guanga donde plasman la cosmogonía en la simbología tradicional de los indígenas Pastos etnia a la que pertenecen, a medida que ganan experiencia en la guanga pueden hacer figuras más complejas en las cuales intervienen más colores y el nivel de detalle es mucho más alto, cabe resaltar que cada una

de ellas tiene una experticia en un patrón o en una pieza que le permite ser más rápida volviendo a la asociación muy competitiva en el mercado.

Las artesanas de Cumbal combinan sus oficios artesanales con a varios oficios tradicionales como la siembra, ganadería y distribuyen su tiempo en estas actividades con el fin de tener mejores ingresos económicos; dentro de la asociación cuentan con una líder proactiva y comprometida con el crecimiento de la asociación permitiéndoles avanzar año tras año.

Cuentan con diferentes procesos en el desarrollo de las piezas

- Telar vertical: el desarrollo de las piezas en estas técnicas tiene ciertas características técnicas necesarias para el ensamble con las otras piezas, el proceso de elaboración es con la trama y la urdimbre de los colores que se seleccionan la medida varía dependiendo del tamaño del telar o el requerimiento de la pieza, la mayoría son desarrolladas en hilos gruesos o lana que dan mayor densidad a la pieza.
- Guanga: la guanga es utilizada para el desarrollo de piezas de menor formato, pero mayor detalle brindando la posibilidad de plasmar diferentes patrones tradicionales de los indígenas pastos estas piezas son de insumo para confección.
- Confección: el insumo de las dos técnicas es mezclado para el desarrollo de las piezas finales como abrigos, chales, faldas, chalecos.

B. Productos

Los productos de la comunidad son tradicionales como ruanas, chumbes, bufandas, chales, guantes, gorros y capas donde plasman los patrones tradicionales de su etnia, adicionalmente realizan mochilas y caminos de mesa; es un grupo que ha recibido capacitaciones y apoyo de diferentes entidades que les han permitido ampliar las líneas, colección y acabados de cada uno de los productos.



C. Curaduría y líneas de productos

La comunidad ya tiene las líneas de producto por categorías establecidas, se realizaron recomendaciones de producto en cuanto a color y estandarización de las piezas buscando la repetición de las seleccionadas para las ferias virtuales, la representante es muy receptiva a las recomendaciones y cambios que se realizan permitiendo avanzar de forma rápida con ellas.



D. Conclusiones

- Dentro de la asociación no contaban con internet todo el tiempo, pero hacían lo posible por conectarse a todas las capacitaciones y talleres.
- Es un grupo que ha recibido varias asesorías por parte de entidades públicas y privadas, por esta razón están muy familiarizadas con las dinámicas permitiéndoles avanzar de forma rápida.
- La representante de la asociación es muy receptiva a las recomendaciones brindadas por parte del equipo de diseño, de igual forma transmite la información a las artesanas del grupo.

- El grupo fue muy comprometido con las producciones de feria, documentación, formularios y formatos necesarios para las participaciones.
- Es una comunidad que cuenta con todo lo necesario para crecer y avanzar como asociación artesanal y como individuo
- La capacidad productiva es medio alta ya que es un oficio que demanda mucho tiempo, pero cuenta con artesanas con más de 30 años de experiencia en el oficio por lo cual son muy rápidas y con una calidad muy alta de los productos.

5.20 Seda y Punto

Departamento: Caldas

Municipio: Anserma

Técnica: Tejeduría en telar horizontal y crochet

Materia prima: Hilo, lana, algodón y seda

A. Descripción de la comunidad

La asociación está conformada por 10 artesanas las cuales realizan los procesos de elaboración en telares verticales, cuentan con una experiencia de 20 años pero están constituidas como asociación desde hace 9 años en los cuales han logrado mantener la tradición del telar vertical de seda incluyendo nuevos materiales como hilo, lana y algodón en con el fin de generar piezas más comerciales, fueron capacitadas inicialmente por el Sena y estuvieron en la asociación de artesanos del municipio donde no recibieron, mucha ayuda y por el contrario se desintegraron del grupo por inconsistencias económicas y de trabajo.

Cuando lograron la conformación del taller artesanal se comprometieron a tener un crecimiento como grupo por esta razón el trabajo y las ganancias son divididas equitativamente por todas las asociadas, la alcaldía les cedió un piso en la galería (plaza tradicional donde está el mercado del municipio) en el cual ubicaron unos talleres donados por entidades públicas y privadas, allí es donde realizan toda la elaboración de las piezas.

No cuentan con un punto de venta físico, pero tienen una lista de clientes a nivel nacional los cuales periódicamente les realizan pedidos de diferentes productos, participan en ferias regionales y nacionales en las cuales han logrado un posicionamiento de marca con sus colores tradicionales y el tejido característico de ellas.

Todas las artesanas hacen parte de la participación en ferias ya que en cada evento se rota la representante, con el fin de generar experiencia en cada una de ellas, en la mayoría de las ocasiones viajan dos de las artesanas con el fin de garantiza una mejor experiencia para los posibles compradores.

La actividad productiva se divide por telares, cada una de ella se encarga de realizar los tejidos en los telares verticales dependiendo del pedido o de la participación en ferias, se define el metraje que se necesitara, la mezcla de colores o de materias primas está sujeta a los pedidos o al lugar donde presentaran los productos teniendo en cuenta el mercado con el fin de ser lo más asertivos en la elaboración.

El resultado del telar se ve reflejado en un paño de diferentes dimensiones el cual usan como insumo para la elaboración de los diferentes productos como chales, pantalones, capas, ponchos, bufandas, faldas entre otros, estos productos sin finalizados en máquinas de coser donde realizan el armado y los acabados finales.

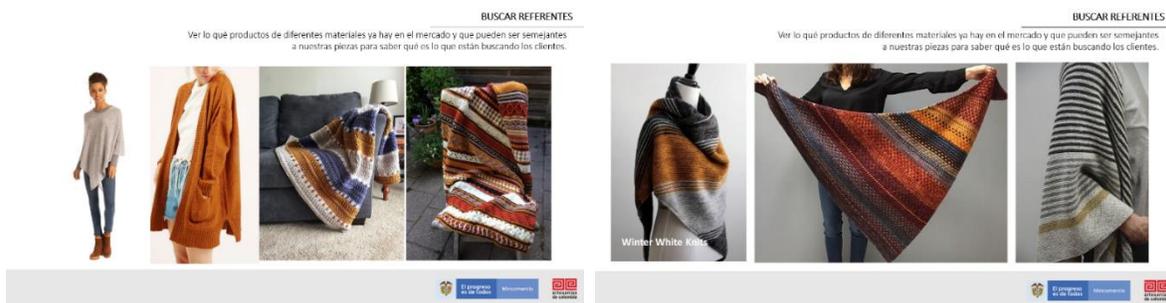
B. Productos

Los principales productos dentro del catálogo que manejan son en su mayoría prendas de vestir dentro de las cuales están, chales – pashminas, capas, ruanas con y sin cuello, chalecos, pantalones, faldas entre otros.

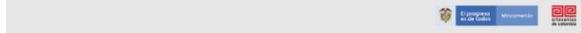
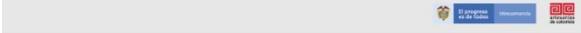


C. Curaduría y líneas de productos

La comunidad ya tiene las líneas de producto por categorías establecidas, se realizaron recomendaciones de producto en cuanto a color y estandarización de las piezas buscando la repetición de las seleccionadas para las ferias virtuales, la representante es muy receptiva a las recomendaciones y cambios que se realizan permitiendo avanzar de forma rápida. Para el desarrollo de productos se buscaron referentes de textiles



Se solicitaron los productos existentes en el catalogo



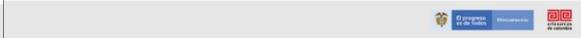
Se sacaron cuatro paletas de colores basadas en los hilos disponibles por el taller

PALETAS DE COLOR

Two bedroom photos showing different interior styles. The first has a white tufted headboard and a grey blanket. The second has a dark headboard and a patterned blanket. To the right is a color palette with 16 circles in various shades: orange, light pink, light green, dark green, dark blue, dark green, dark grey, dark red, brown, dark purple, purple, light purple, yellow, orange, brown, light green, light green, light purple, pink, magenta.

A partir de la paleta de color y tipología de productos se desarrollaron las propuestas

DESARROLLO DE PRODUCTOS

Four ponchos on mannequins: a grey one, a black one with a red headband, a black one, and a brown one. To the right, four ponchos on hangers: a grey one, a black one, a brown one, and a light brown one.

D. Conclusiones

- Las artesanas fueron muy receptivas en todas las charlas y talleres realizados
 - Se comprometieron a cumplir con las recomendaciones dadas en las charlas como entrar en las dinámicas digitales y mantener las redes sociales más activas.
 - El compromiso que tienen como grupo es evidente durante toda la cadena productiva brindándoles mayores posibilidades de comercializar y crecer como asociación, y como personas independientes.
 - Cuentan con acceso a internet y la disposición para participar en las charlas y talleres.
 - Se comprometieron a reforzar y practicar los conocimientos sobre manejo de herramientas TIC
6. Dentro de la intervención a las comunidades beneficiarias durante el año 2020 se desarrollaron varios talleres que permitieron crear o fortalecer la marca de cada una de ellas, durante todo el proceso se contó con el apoyo de Fabian Parra y Juana Pedraza quienes asesoraron a las 20 comunidades

6.1 Diseño de Marca y Aplicaciones

- Logotipo: Elemento identificable con nombre del taller artesanal e isotipo que logre destacar los aspectos esenciales y promesa de valor de la marca.
- Tarjetas personales: A través de este elemento, se genera un contacto directo entre el cliente y el artesano donde se busca establecer un vínculo comercial y una recordación de la marca.
- Catálogo de productos digital editable en Power Point: Este elemento surge de la necesidad de mantener a los clientes actualizados en cuanto a la elaboración de nuevos productos y nuevas líneas de producto. Este catálogo permite que los artesanos puedan adaptarlo, modificarlo y ampliarlo de acuerdo a las necesidades que se presenten.

Algunas de las intervenciones graficas:





** Dentro de “INFORME 20 COMUNIDADES GRAFICO_ FINAL” entregado a la subgerencia de promoción y generación de oportunidades comerciales se encuentra el proceso con cada una de las comunidades artesanales beneficiadas.

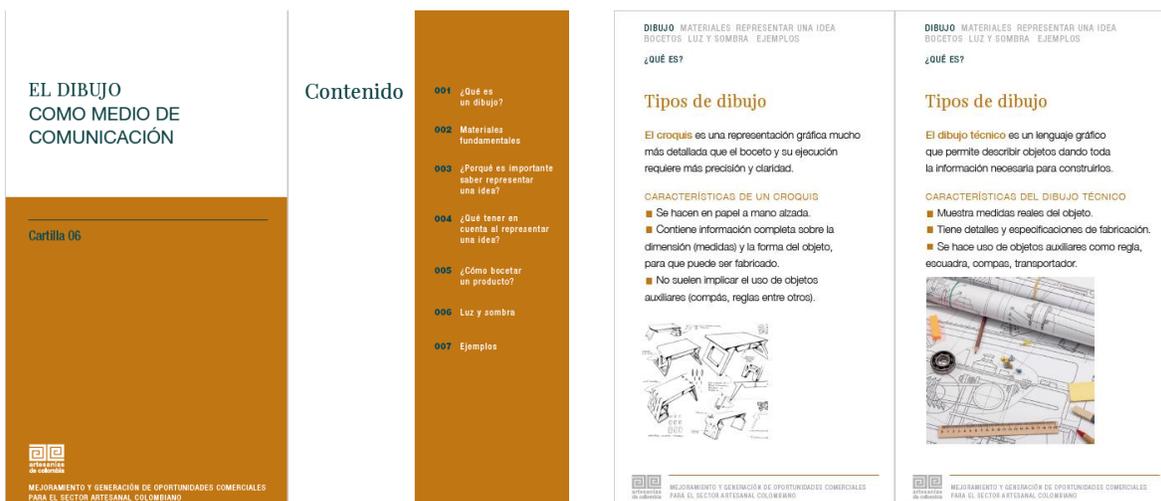
6.2 Cartilla

En el año 2020, debido a la dificultad de acceso a las comunidades artesanas del país con el fin de realizar diferentes talleres y charlas enfocadas en diferentes temas relacionados con la artesanía, se empezaron a generar una serie de charlas virtuales.

Estas charlas, dirigidas a artesanos del proyecto de Generación de Oportunidades Comerciales para el Sector Artesanal fueron realizadas por los miembros del equipo de diseño de la Subgerencia Comercial de Artesanías de Colombia. Se abordaron temas como la exhibición, la comunicación gráfica, manejo de redes sociales y diseño de producto, entre otros.

Con el fin de llegar a un mayor número de personas y de socializar estas charlas, se generó la estrategia de cartillas, donde de manera clara y resumida, los artesanos pueden tener acceso a la información de las charlas para volver a revisar y compartir. Están diseñadas en formato vertical apto para su consulta en dispositivos móviles, con un lenguaje sucinto y con ilustraciones e infografías que permiten una buena legibilidad.

La idea para el año 2021 es seguir ampliando el portafolio de las cartillas dependiendo de los diferentes intereses e inquietudes de los artesanos. Aunque en este momento las cartillas están enfocadas más en aspectos relacionados con la estética, es importante más adelante abordar temas clave en términos de comercialización y venta de la artesanía.

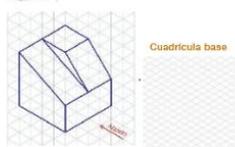


DIBUJO MATERIALES REPRESENTAR UNA IDEA
BOCETOS LUZ Y SOMBRA EJEMPLOS

REPRESENTAR UNA IDEA

¿Qué tener en cuenta al representar una idea?

Perspectiva: Es la representación de los objetos apreciando todo su volumen. Mientras que en las vistas solo se pueden apreciar dos dimensiones (ancho y alto; alto y largo o ancho y largo), en las perspectivas se pueden apreciar tres dimensiones al mismo tiempo.



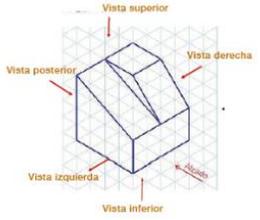
MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO

DIBUJO MATERIALES REPRESENTAR UNA IDEA
BOCETOS LUZ Y SOMBRA EJEMPLOS

REPRESENTAR UNA IDEA

¿Qué tener en cuenta al representar una idea?

Vistas: Las vistas de una pieza son las distintas imágenes que se obtienen al mirar un objeto desde arriba, desde abajo, por delante, por detrás y por los costados. Todas las piezas tienen 6 vistas, pero solo hay que dibujar las imprescindibles para definir el objeto.

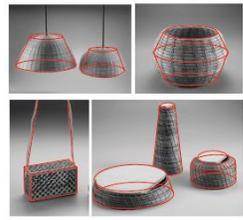


MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO

DIBUJO MATERIALES REPRESENTAR UNA IDEA
BOCETOS LUZ Y SOMBRA EJEMPLOS

BOCETOS

¿Cómo bocetar un producto?



CONSTRUCCIÓN DE FIGURAS GEOMÉTRICAS

Elementos auxiliares en dibujo

- El punto de referencia.
- Cuadrícula isométrica a 30° de inclinación.
- Figuras geométricas: Línea, círculo, arco, elipse, cuadrado...

MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO

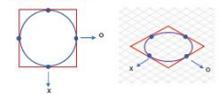
DIBUJO MATERIALES REPRESENTAR UNA IDEA
BOCETOS LUZ Y SOMBRA EJEMPLOS

BOCETOS

¿Cómo bocetar un producto?

Cuadrícula base
Perspectiva isométrica

Círculo y cuadrado



Elipse



Caja en perspectiva



MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO

EL COLOR Y SU LENGUAJE

Cartilla 10



MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO

Contenido

- 001 Definición
- 002 Teoría del color
- 003 El círculo cromático
- 004 Teoría del color
- 005 Combinaciones de colores
- 006 Creación de paletas de color
- 007 Páginas de internet

DEFINICIÓN TEORÍA DEL COLOR CÍRCULO CROMÁTICO
TEORÍA DEL COLOR COMBINACIÓN DE COLORES
CREACIÓN PALETAS DE COLOR PÁGINAS DE INTERNET

DEFINICIÓN

¿Qué es el color?

La teoría del color es un conjunto de reglas que nos permiten:

- Combinación de colores
- Transmitir correctamente la idea deseada
- Uso correcto de los colores teniendo en cuenta otros factores (Contexto, elementos adicionales, luz, usuario, inspiración)



MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO

DEFINICIÓN TEORÍA DEL COLOR CÍRCULO CROMÁTICO
TEORÍA DEL COLOR COMBINACIÓN DE COLORES
CREACIÓN PALETAS DE COLOR PÁGINAS DE INTERNET

TEORÍA DEL COLOR

¿Para qué sirve?

- Nos permite expresar estados de ánimo.
- Combinación de prendas de vestir.
- Nos permite darnos a conocer y señalar nuestra identidad en un logo o una marca.
- Sirve para distinguir nuestro producto de otro.
- En el momento de exhibir nuestros productos.



MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO

DEFINICIÓN TEORÍA DEL COLOR CÍRCULO CROMÁTICO
TEORÍA DEL COLOR COMBINACIÓN DE COLORES
CREACIÓN PALETAS DE COLOR PÁGINAS DE INTERNET

PROPIEDADES DEL COLOR

Negro y blanco

LUZ AUSENCIA DE LUZ

No están en el círculo cromático como colores puros.

¿Qué es el matiz?

Es el estado puro del color, por lo tanto el color no va a presentar mezcla de colores con blanco o negro.



MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO

DEFINICIÓN TEORÍA DEL COLOR CÍRCULO CROMÁTICO
TEORÍA DEL COLOR COMBINACIÓN DE COLORES
CREACIÓN PALETAS DE COLOR PÁGINAS DE INTERNET

PROPIEDADES DEL COLOR

¿Qué es el brillo?

Es un término que se usa para describir que tan claro u oscuro parece un color, y se refiere a la cantidad de luz percibida. Entre más negro se le agregue al color puro (matiz) menos brillo va tener (color oscuro) y entre más porcentaje de blanco tenga más brillo va tener (color claro).

Colores cálidos y fríos

También llamada la temperatura alta o baja del color, es lo que transmite cada uno de ellos.



MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO

DEFINICIÓN TEORÍA DEL COLOR CÍRCULO CROMÁTICO
TEORÍA DEL COLOR COMBINACIÓN DE COLORES
CREACIÓN PALETAS DE COLOR PÁGINAS DE INTERNET

PÁGINAS DE INTERNET

Recomendaciones páginas de internet

PANTONE, en esta página puedes ver todos los colores que están en tendencia cada año.

<https://www.pantone.com/color-finder>



MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO

DEFINICIÓN TEORÍA DEL COLOR CÍRCULO CROMÁTICO
TEORÍA DEL COLOR COMBINACIÓN DE COLORES
CREACIÓN PALETAS DE COLOR PÁGINAS DE INTERNET

PÁGINAS DE INTERNET

Recomendaciones páginas de internet

Con KULLER ADOBE puedes hacer paletas de color partiendo desde la teoría del círculo cromático y fotos de contexto.

<https://color.adobe.com/es/create>



MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO

7. Webinars

Durante el año se realizaron varios Webinars con los artesanos pertenecientes al proyecto desde el 2014 hasta el 2020, donde se incluyeron temáticas de mercados digitales y herramientas que les permitirán crecer como taller y como artesanos independientes con el fin de ampliar sus conocimientos y permitirles mejorar desde la creación de marca hasta la comercialización.

Las charlas fueron realizadas y dictadas por el equipo de Diseño de la Subgerencia de promoción y generación de oportunidades comerciales teniendo en cuenta la experticia de cada uno de los diseñadores (montajes, exhibición, producto, gráfico, Tics,) y el tipo de grupos al cual se les dictaría la charla.

Las convocatorias fueron realizadas por el equipo de Diseño con el fin de garantizar la participación en las charlas sin embargo varias de las comunidades no contaban con una conexión a internet estable durante todo el año; adicionalmente se realizaron las cartillas de rotación digital con el fin de tenerlas como sistema de búsqueda y refuerzo de conceptos.



WEBINAR

CHARLA:
**LA FOTOGRAFÍA,
UN ALIADO EN TU
COMUNICACIÓN**

Contenido: Revisaremos los conceptos generales sobre fotografía para Instagram con el fin de transmitir la esencia de nuestros productos y comunidades.

Fecha: viernes 5 de junio
Hora: 3:00 p.m

Conferencistas:
Camilo Pinzón - Diseñador Industrial
Especialista en Diseño de Producto



WEBINAR

**DISEÑO DE PATRONES
GRÁFICOS PARA
LA ARTESANÍA**

Contenido: Conoce cómo el diseño gráfico es una herramienta fundamental para darle una identidad única a tus productos, tomando como fuente de inspiración diferentes elementos gráficos ancestrales y contemporáneos.

Fecha: viernes 16 de octubre
Hora: 3:00 p.m

Conferencista:
Fabán Parra - Diseñador Gráfico
Especialista en Fotografía



WEBINAR

CHARLA:
**REDES SOCIALES:
INSTAGRAM, UN ALIADO
EN TU COMUNICACIÓN 3**

Contenido: Aprender herramientas avanzadas para tener una buena interacción y comunicación con los seguidores de la cuenta con el fin de elegir el contenido correcto y la frecuencia adecuada para alimentar el perfil de Instagram de negocio

Fecha: jueves 11 de junio
Hora: 3:00 p.m

Conferencistas:
María Fernanda Narango
Diseñadora Industrial



WEBINAR

**EL COLOR Y
SU LENGUAJE**

Contenido: Los colores como herramienta comunicativa: conversaremos acerca del círculo cromático, su lógica y pedagogía para que aprendamos a combinar los colores, conforme su ubicación y equilibrio en el círculo.

Fecha: miércoles 23 de diciembre
Hora: 10:00 a.m

Conferencista:
Juana Pedraza
Diseñadora Gráfica

	CAPACITACIÓN	CONTENIDOS
1	Tu espacio, tu comunicación	Conceptos básicos sobre exhibición en ferias y sus aplicaciones prácticas para productos artesanales. Consejos generales y aspectos generales para tener una buena exhibición comercial en ferias.
2	Más que un logo, tu comunicación	Conceptos clave para el desarrollo de una identidad de marca más allá del logotipo. Pasos para conseguir un logotipo que refleje el sentir de la marca
3	Dinámicas Digitales: tu comercialización, tu comunicación	Aspectos a tener en cuenta para una buena comercialización de productos artesanales por medios digitales y ruedas de negocio virtuales.
4	Redes sociales: Instagram un aliado en tu comunicación (1 parte)	Mostrar y enseñar las herramientas básicas para la creación y manejo de un perfil de negocio en Instagram, dando a conocer las ventajas y consejos aplicados al proceso de publicidad y entornos virtuales.
5	Mejora tu comunicación a través de la fotografía	Generar un interés por la fotografía y su aplicación para realizar piezas comerciales que sorprendan y cautiven a sus clientes
6	Redes sociales: Instagram un aliado en tu comunicación (2 parte)	Herramientas relacionadas con la edición básica de contenido digital y publicaciones en Instagram, enfocado a un perfil de negocio.
7	Fotografía para Instagram	conceptos generales sobre fotografía para Instagram con el fin de transmitir la esencia de nuestros productos y comunidades.
8	Redes sociales: Instagram un aliado en tu comunicación (3 parte)	"Redes sociales: Instagram un aliado en tu comunicación - Parte 3 " Aprender herramientas avanzadas para tener una buena interacción y comunicación con los seguidores de la cuenta, con el fin de elegir el contenido correcto y la frecuencia adecuada para alimentar el perfil de Instagram de negocio
9	Participación en eventos	Consejos prácticos para tener una participación exitosa en los eventos feriales logrando comunicar adecuadamente los valores de la marca a través de las soluciones de exhibición incluyendo materiales, iluminación y distribuciones, creando así una experiencia positiva en sus clientes.

10	Herramientas básicas de Excel	Herramientas básicas de Excel aplicadas en ejemplos de formato de cotización, base de datos de clientes e inventarios, con el fin de tener la información del taller artesanal organizada y actualizada
11	Herramientas básicas de PowerPoint	herramientas básicas de PowerPoint para actualizar y modificar catálogos de productos.
12	PowerPoint , el paso a paso para crear un catálogo de producto	Un catálogo es una publicación donde se dan a conocer de forma clara y atractiva los productos o servicios con los que cuenta nuestro negocio, PowerPoint es un programa que nos permite hacerlos y veremos el paso a paso para la creación de uno.
13	PowerPoint: Herramientas para el desarrollo de tu catálogo (1 parte)	Configuración de documento y desarrollo de diagramación
14	PowerPoint: Herramientas para el desarrollo de tu catálogo (2 parte)	herramientas para finalizar tu catálogo
15	Teoría del color y creación de paletas	Colores primarios, secundarios, terciarios, círculo cromático, colores complementarios, tono, luminosidad, temperatura, saturación, brillo, creación de paletas (neutras, full color, degrade y de acento)
16	Power Point: Herramientas para el desarrollo de tu catálogo - Sesión 2	herramientas básicas de PowerPoint para continuar desarrollando el catálogo de producto desde insertar y editar imágenes, agregar formas y efectos hasta los detalles finales como revisión de ortografía y guardar el documento en PDF para enviar a clientes
17	Tendencias para la artesanía	Tendencias actuales del mercado artesanal colombiano e internacional.
18	Aplicaciones móviles para editar fotografías	Basados en las charlas de Instagram y de fotografía enseñar el uso de aplicaciones como Snapseed
19	Patrones	Desarrollo de patrones usando referencias de su entorno (paisajes, arquitectura, símbolos representativos) mostrando el paso a paso de una abstracción de un objeto a un patrón gráfico.
20	Dibujo de producto	Manejo de sólidos básicos, luz y sombra para representar ideas

8. Charlas especializadas

Durante el año se realizaron charlas especializadas en montaje, exhibición y vitrinismo específicas por tipologías de producto de los artesanos participantes en el proyecto desde el 2014 hasta el 2020 con el fin de reforzar y brindar herramientas que les permitan crecer sus negocios en las vitrinas locales y en la participación en ferias o eventos.

EXHIBICIÓN Y VITRINISMO		
#	OFICIOS - TÉCNICAS	DEPARTAMENTO
1	Sombrerería	Córdoba
		sucre
		Nariño
2	Textiles y hamacas	Sucre
		Bolívar
3	Textiles molas y mantas	Antioquia
		Atlántico
		Nariño
4	Ruanas chales y capas	Nariño
		Cundinamarca
5	Cestería pequeña	Córdoba
		Santander
		Nariño
		Boyacá
		Quindío
		Atlántico
		Sucre
		Chocó
6	Mochilas y Carrieles	Antioquia
		Cauca
		Caquetá
		Cesar

EXHIBICIÓN Y VITRINISMO		
#	OFICIOS - TÉCNICAS	DEPARTAMENTO
7	Cestería grande	Boyacá
		Cundinamarca
		Quindío
		San Andrés
		Atlántico
		Chocó
		Córdoba
8	Bisutería y joyería	Nariño
		Amazonas
		Risaralda
9	Talla Volumétrica	Putumayo
		Antioquia
		Meta
		Atlántico
		Bolívar
		Cauca
		San Andrés
		10
Santander		
Atlántico		
11	Cerámica	Antioquia
		Huila

9. Contando el cuento

La Copa Artesanal del Discurso de Ventas – Contando El Cuento, es una iniciativa de la Subgerencia de Desarrollo la cual busca promover el mejor discurso artesanal de ventas, para fortalecer las habilidades comerciales de los artesanos. Este concurso fue promovido entre los diferentes proyecto especiales de Artesanías de Colombia, dentro de los cuales se encuentra “Mejoramiento y Generación de Oportunidades Comerciales para el Sector Artesanal – 20 Comunidades”, el único proyecto de la Subgerencia de Promoción.

Este concurso contó con cuatro fases de clasificación y premios para los cuatro primeros puestos de cada categoría. Primer puesto, compra en producto por \$3.000.000; segundo puesto, compra en producto por \$2.000.000; tercer puesto, compra en producto por \$1.000.000 y cuarto puesto, compra en producto por \$400.000.

El proyecto “Mejoramiento y Generación de Oportunidades Comerciales para el Sector Artesanal – 20 Comunidades” tenía la posibilidad de postular tres talleres étnicos (indígenas o afrocolombianos) que hayan sido beneficiados del proyecto en alguna de sus versiones, desde el 2014 hasta el presente año.

Para la Fase Uno de preclasificación los grupos seleccionados debían enviar un video de no más de 2 minutos en el que explicaran quiénes y de dónde, a que oficio se dedican y con qué materia prima trabajan, cuales son los clientes principales y la trayectoria comercial con la que cuentan. Adicional a esto debían entregar el catálogo de producto y documentos del representante de la comunidad. En cuanto a temas de conectividad era muy importante que los grupos postulados tuvieran una buena conexión a internet y acceso a llamadas telefónicas pues los asesores y organizadores de la copa se estarían comunicando constantemente con ellos.

Los grupos que se presentaron por parte del proyecto y enviaron sus videos y catálogos fueron los siguientes:

- Fundación Katanga: Un grupo de luthiers afrocolombianos del Valle del Cauca quienes tienen un proyecto de pedagogía al tiempo que un taller productivo en donde elaboran y venden instrumentos musicales a grupos como Herencia de Timbiquí , Hugo Candelario y Grupo Naidy. Este grupo fue representado por Orika Zaray Possu Murillo.



- Espiral Misak: Un grupo de artesanas Misak de Silvia, Cauca quienes elaboran productos en lana de ovejas que ellas mismas crían y quienes han participado en varios eventos feriales nacionales e internacionales. Este grupo fue representado por Paricia Hurtado Tombe.



- Inga Auaska: Un grupo de artesanos Inga del Valle de Sibundoy, quienes elaboran todo tipo de bisutería y accesorios de moda en tejeduría en chaquiras, desde manillas, collares y aretes hasta bolsos. Este grupo fue representado por Nestor Jacanamijoy.



Para esta evaluación se contó con el apoyo de 3 jurados internos de AdC, los cuales evaluarían la estructura del video, la explicación del contenido, el lenguaje corporal del representante, la presentación y la puesta en escena de cada video.

De los 21 participantes que se presentaron en la categoría étnica, sólo clasificaron los primeros ocho con mejor calificación, dentro de los cuales se encontraba Espiral Misak y Fundación Katanga.

		CATEGORÍA ÉTNICA	CALIFICACIÓN PRUEBA 1RA FASE JURADO 1	CALIFICACIÓN PRUEBA 1RA FASE JURADO 2	CALIFICACIÓN PRUEBA 1RA FASE Promedio Final
1	6	La Estrella Einali	5,00	4,90	4,95
2	27	Somos Mhuyscas	5,00	4,38	4,69
3	13	Canasto de la abundancia - NIGA	5,00	4,22	4,61
4	3	Asoarhuaco	5,00	4,20	4,60
5	16	Asociación de Mujeres del Zenú	4,60	4,22	4,41
6	35	Jieyuu Einutlii	4,60	3,88	4,24
7	7	Grupo Productivo Katanga	4,40	3,84	4,12
8	9	Espiral Misak	4,00	3,88	3,94
9	4	Mutecypa	4,20	3,50	3,85
10	37	Tsatseya Turismo y Artesanías	3,60	3,74	3,67
11	36	Lomas del Potrero	4,00	3,06	3,53
12	5	Warkhi	4,20	2,70	3,45
13	1	Coopmujeres	3,70	3,10	3,40
14	45	Sembrando arte y tejido social.	3,00	3,76	3,38
15	2	El Triunfo	3,60	3,12	3,36
16	8	Inga Auaska	3,60	3,06	3,33
17	14	Cerámicas étnicas cubay	3,00	3,30	3,15
18	44	Artesanías Ayata	3,00	2,98	2,99
19	46	Abuelo Arrendajo	2,40	2,96	2,68

La Fase Dos consistió en una llamada incógnita y atención al cliente. Esta estrategia se usa como entrenamiento para reaccionar frente a los diferentes perfiles de clientes que se pueden presentar durante una compra.

Para esta fase, se realizaron independientemente mediante llamadas vía Zoom con las representantes de los grupos, el cliente y los organizadores de la Copa, quienes grababan las llamadas para mostrarlas frente a los jurados y que ellos pudieran realizar la clasificación. Por un lado, al Grupo Productivo Katanga le correspondió tratar con el cliente agresivo, el cual le refutaba cada comentario que Orika hacía, respondiendo de la mejor manera siempre y muy propositiva frente a todas las resistencias que presentaba el cliente incógnito. Por el otro lado, Patricia, de Espiral Misak, tuvo que atender al cliente indeciso, el cual hacía muchas preguntas tanto técnicas como de consejos para poder tomar una decisión de compra.

Ambas llamadas duraron un promedio de 4 minutos y para su evaluación se tuvieron en cuenta las habilidade sde atención al cliente, la capacidad de negociación, la capacidad de respuesta, la argumentación como la expresión oral, pausas, precisión en el lenguaje, claridad en la descripción del tema en la llamada, tono de voz y empatía y llevar a buen término la compra.

De los ocho grupos participantes, Fundación Katanga y Espiral Misak, lograron obtener el segundo y cuarto puesto, clasificando así a la Tercera Fase.

		CALIFICACIÓN PRUEBA 2RA FASE CATEGORÍA ÉTNICA			
		JURADO No. 1	JURADO No. 2	JURADO No. 3	JURADO No. 4
1	Somos Mhuyscas	3,8	4,2	4,4	4,1
2	Grupo Productivo Katanga	3,2	4,6	4,6	4,1
3	Asociación de Mujeres del Zenú	4,2	3,4	4,2	3,9
4	Espiral Misak	4	3,2	4,2	3,8
5	Jieyuu Einutlil	3,6	3,6	3,8	3,7
6	La Estrella Einali	2,8	3,2	3,2	3,1
7	Canasto de la abundancia - NIGA	3	2,6	3	2,9
8	Asoarhuaco	2,8	3,2	2,2	2,7

La Fase Tres, denominada “Mi casa, mi vitrina”, consistió en la realización de otro video en donde tuvieran como escenario la vitrina en donde tuvieran exhibidos todos los productos que realizan y en donde contarán como es el proceso de elaboración de las piezas. Por facilidad de logística se realizó un sorteo para formar dos grupos, uno para competir por el primer puesto y otro para competir por el tercer puesto. Lamentablemente, este primer enfrentamiento tuvo que ser disputado por los dos grupos, Espiral Misak y Fundación Katanga.

Los jurados calificaban el discurso, el lenguaje corporal y demás elementos para que el cliente se sienta a gusto con los productos que está a punto de comprar. La definición para la final quedó de la siguiente manera:

- Espiral Misak se enfrenta con Somos Mhuyscas, compitiendo por el primer puesto
- Fundación Katanga se enfrenta con Asociación de Mujeres del Zenú por el tercer puesto.

La Fase Cuatro, fase final, se realizó en vivo con los jurados y con la participación de invitados que podían realizar una votación por su grupo favorito y ganara en su categoría. Para esta final se presentó otro video en donde el grupo relataba su discurso de ventas, en donde se evaluará: el conocimiento de su marca y proceso productivo, fluidez, claridad e impacto generado por el discurso, expresión oral y corporal como muletillas, postura, mirada, creatividad y contenido del discurso y la conexión y empatía con los clientes.

Espiral Misak, beneficiario del 2020 del proyecto “Mejoramiento y Generación de Oportunidades Comerciales – 20 Comunidades” quedó como ganador de la Primera Versión de la Copa Artesanal del Discurso de Ventas, llevándose el premio de una compra en producto por \$3.000.000 y la Fundación Katanga, beneficiario del 2019 del proyecto “Mejoramiento y Generación de Oportunidades Comerciales – 20 Comunidades” se llevó el tercer puesto, consiguiendo una venta por \$1.000.000 en producto. Es decir que en las dos categorías por las que estaban compitiendo, quedaron en el primer lugar.



10. Ferias digitales

Durante el año debido a la emergencia sanitaria las ferias realizadas fueron virtuales, una dinámica nueva tanto para los artesanos como para Artesanías de Colombia, las comunidades pertenecientes al proyecto de mejoramiento y generación de oportunidades comerciales para el sector artesanal colombiano participaron en tres ferias virtuales Expoartesano, Expoartesanías y Feria virtual – 100 Historias (en curso).

La participación de las comunidades en general fue muy comprometida en cuanto a las fechas, cantidades y acabados de las piezas pese a que las ventas fueron muy bajas durante todas las ferias, los artesanos presentaron un proceso de aprendizaje notorio sobre todo en la repetición de sus productos con el fin de aplicar a mercados digitales de una forma más fácil y garantizada

10.1 Expoartesano

Para esta feria, que en este 2020 se realizó de forma virtual del 29 de octubre al 8 de noviembre, se contó con la participación de 26 Comunidades del proyecto “Mejoramiento y Generación de Oportunidades Comerciales – 20 Comunidades” de diferentes regiones del país y dedicadas a diversos oficios artesanales.

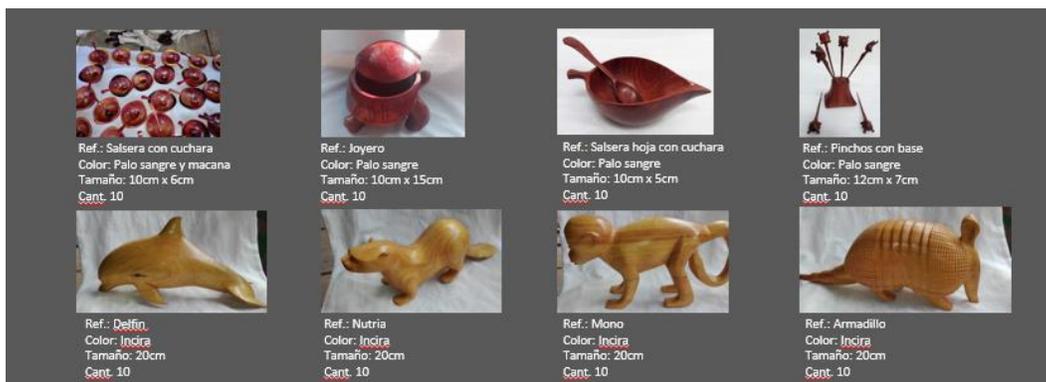
Inicialmente, esta feria iba a realizarse hasta el 2 de noviembre, sin embargo, debido a la gran cantidad de errores que hubo al subir los productos de los artesanos reduciendo las posibilidades de compra de las artesanías, se tomó la decisión de alargar la feria hasta el 8 de noviembre. Adicional a esto, a los 20 artesanos que se habían seleccionado, se les sumaron seis comunidades más, pues había cupos que era necesario llenar.

Las ventas de esta feria no fueron las mejores, pues debido a tantos errores en la página ni los artesanos ni sus productos estaban visibles, haciendo que los productos estuvieran ocultos la mayor parte del tiempo. Los problemas que hubo respecto a la información de las piezas eran principalmente por cruce de datos, con información que no correspondía a la pieza que se mostraba. Había algunas fotografías que no estaban bien tomadas, pues en remoto el seguimiento se hace más complicado.

- Arte Liberato

Taller dedicado a la talla en madera palo sangre, incira y macana, ubicado en Macedonia, Amazonas. Para este grupo fueron seleccionadas ocho referencias de producto de diferentes categorías y diez unidades por cada referencia. Sin embargo, el artesano debido a motivos de fuerza mayor no pudo tener la producción completa. Alirio, el representante del grupo, solo pudo realizar un envío para la sesión de fotografías y se alcanzó a tomar una foto por referencia de producto.

El taller alcanzó a tener todas las piezas al aire publicadas en la página web de Expoartesano, sin embargo, había algunas que tenían unos errores en el orden de las fotografías, errores que fueron solucionados, teniendo estos productos sin problemas desde el 3 de noviembre. Se consiguieron ventas por \$302.260.



- Artesol

Taller dedicado a la cestería en palma de seje, ubicado en Ayapel, Córdoba. Este grupo envió toda la producción en un solo envío, facilitando la organización de las piezas y la toma de fotografías. Para este taller se seleccionaron 10 referencias de 10 unidades cada uno, sin embargo, al realizar el envío confundieron los destinos y a esta feria llegó el producto que iba destinado a Expoartesánías. Sin embargo, esto no representó ningún problema pues la tipología de producto de este taller es adecuada para cualquier región.

Al subir la información a la página, los productos tenían la información cruzada, con los precios y nombres errados. Este grupo logró tener los productos con la información correcta desde el cuarto día de feria aproximadamente, pues fue necesario ocultar los productos con errores para evitar que el público comprara productos con errores. Se consiguieron ventas por \$1.660.000.



- Asoarpal

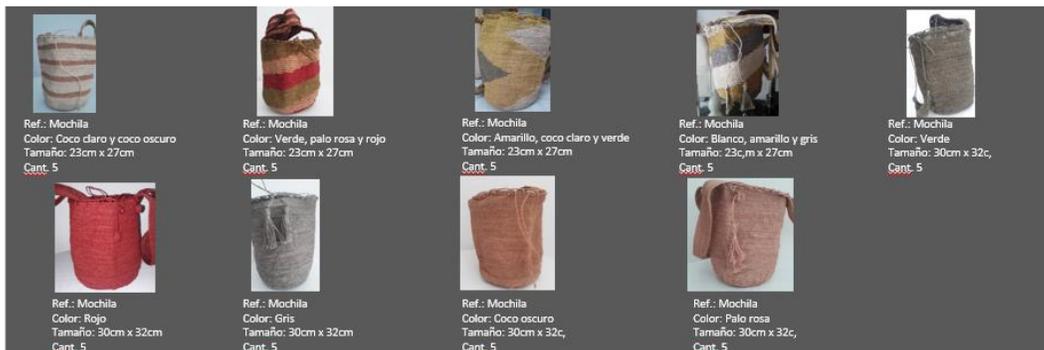
Este grupo artesanal está dedicado a la elaboración de productos en caña flecha y están ubicados en Palmito, Sucre. Se seleccionaron 10 referencias de producto con 10 unidades cada uno, pero por temas económicos para conseguir la materia prima, no lograron tener la producción completa. Realizaron dos envíos con la mercancía, la primera para la toma de fotografías y la segunda para completar la producción. La mayoría de estos productos no se subieron a la plataforma, por lo que fue necesario buscar el plan de producción y las fotos tomadas para poder completar la información de las piezas. Solo se pudieron subir 9 productos completos porque una de las fotografías estaba errada pues tenía una tapa que no correspondía con el producto original. Se consiguieron ventas por \$395.000.



- Asociación de Mujeres Indígenas Kankuamas

Este grupo está ubicado en El Hatico, resguardo indígena Kankuamo de la Sierra Nevada de Santa Marta. Elaboran mochilas en fique en crochet. Para este grupo se seleccionaron 10 referencias de producto, cinco unicolor y cinco de varios colores. Ellas realizaron dos envíos de mercancía, el primero con una muestra de cada referencia para las fotografías, y el segundo completando la producción.

Con este grupo no hubo mayores problemas en la subida de los productos en la plataforma, pues la mayoría estaba con los precios correctos y las fotografías correspondían con la información que allí describían. Se consiguieron ventas por \$435.000.



- Corpolienzo

Este grupo dedicado a la tejeduría en telar vertical en algodón orgánico está ubicado en Charalá, Santander. Debido a la complejidad de elaboración de estas piezas, para este taller solo se seleccionaron siete referencias principalmente de moda, como chales y chalinan en colores crudos y tierras, y sólo tenían una referencia de decoración de hogar, cojines realizados en telar y con borlas.

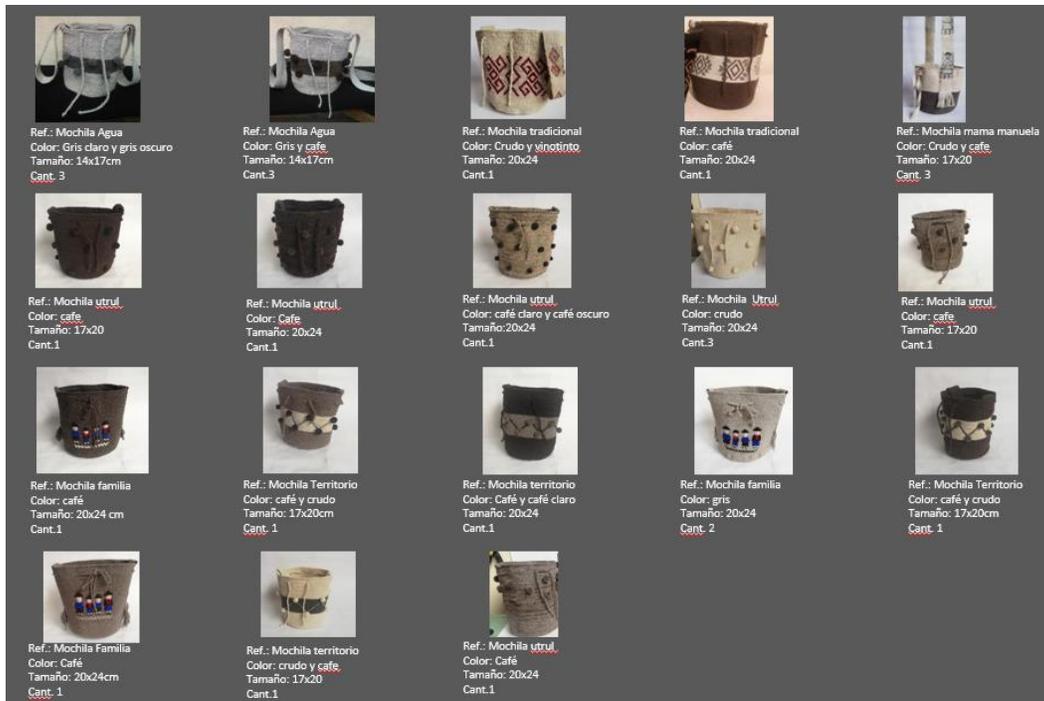
Cuando se lanzó la página, la mayoría de estas piezas no estaban subidas, pues la información no correspondía, por esta razón fue necesario subir la mayoría de estos productos desde cero, terminando de hacer esta subida a los cinco días de haber iniciado la feria. Con este grupo hubo problemas de devolución de producto, pues las piezas que llegaron no correspondían con el reporte de ventas que les enviaron. Se consiguieron ventas por \$493.136.



- Espiral Misak

El grupo de Silvia, Cauca, perteneciente a la etnia Misak, se dedica a elaborar mochilas y ruanas en lana de oveja. Para esta versión de Expoartesano se realizó una selección sólo de mochilas y pocas unidades de cada una pues la elaboración de estas toma mucho tiempo y para los tiempos de producción no alcanzaban, además al ser hechas en lana de oveja los colores no quedaron exactamente iguales como los requerimientos.

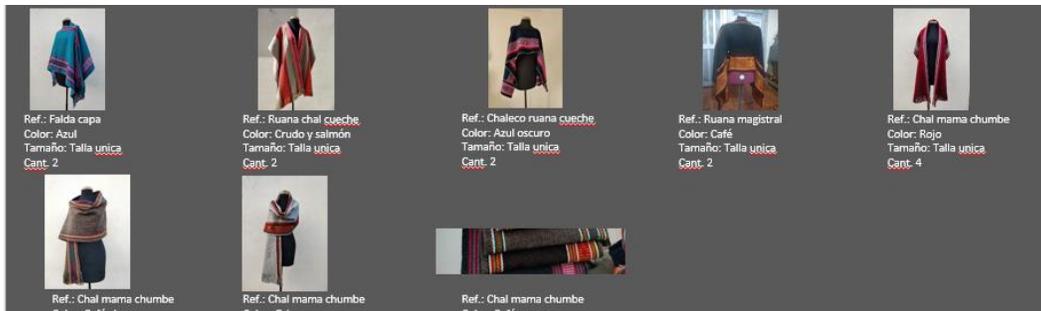
En el momento de revisar la plataforma y los productos que se habían cargado a la página no había ninguno de este grupo y al buscar tampoco habían tomado ninguna fotografía. Por esto fue necesario realizar la toma de fotografías en un estudio hecho con cartulinas, para tener el registro fotográfico de las piezas de este grupo. Ya para el final de la feria lograron subirse seis referencias de producto, consiguiendo ventas por \$525.700



- Hajsú Etnomoda

Este grupo perteneciente a la etnia Pastos de Carlosama, Nariño se dedica a hacer prendas de vestir en lana de ovejo combinada con poliéster. Estas prendas llevan mucho tiempo en elaborarse y por esto tienen un precio elevado, para poder hacer un estudio de mercado, pues estas piezas no habían sido vendidas por internet, de las ocho referencias seleccionadas se decidió elaborar dos unidades de las ruanas y cuatro de los chales.

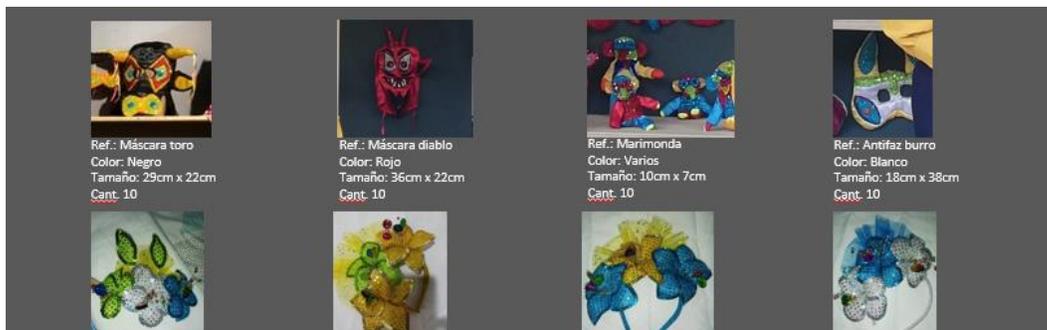
En la plataforma, estos productos estaban bien subidos, pero hacía falta tres referencias, lo cual fue solucionado durante los primeros tres días de feria, consiguiendo ventas por \$840.000



- Innovación Artesanal

Este grupo de Barranquilla, Atlántico, se dedica a la elaboración de productos de parafernalia inspirados en los personajes del Carnaval de Barranquilla y elaboran tocados con lentejuelas, plumas y velo. Para esta feria, se seleccionaron 10 referencias de producto repartidos entre tocados, máscaras y muñecos, elaborando toda la producción desde cero, pues no tenían referencias elaboradas previamente.

Las referencias de las máscaras estaban bien subidas a la plataforma, pero los tocados, que eran cuatro referencias, no estaban visibles en la página, por lo que tocó identificar la información de estos productos, encontrar las fotografías de los productos y subir las piezas de cero. Desde el quinto día de feria estos productos quedaron al aire y disponibles en la página, consiguiendo ventas por \$320.000.

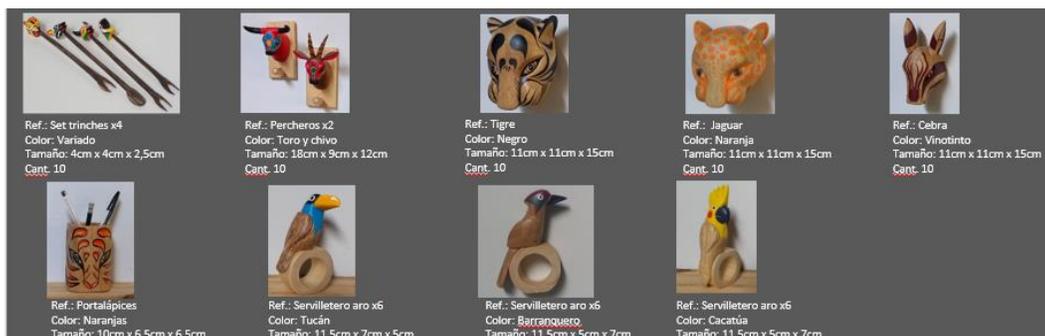


- Innovarte Caribe

Para este taller que elabora productos en madera tallada inspirados en el Carnaval de Barranquilla, se seleccionaron 10 referencias de producto con 10 unidades cada una, elaborando la producción desde cero. Se eligieron productos tanto de decoración del hogar, como de oficina y accesorios de mesa.

En la plataforma, este grupo tenía todos los productos subidos en la página pero con la información cruzada, los nombres, precios y fotos no correspondían entre ellos, por lo que

fue necesario ingresar a la plataforma y corregir los errores y al sexto día de feria ya toda la información estaba ordenada. Se consiguieron ventas por \$2.822.000.



- Jaiwera

Es grupo de Risaralda, perteneciente a la etnia Embera Chamí, elaboran bisutería en chaquiras con colores y diseños tradicionales de esta etnia indígena. Para la participación de este taller en Expoartesano, se seleccionaron ocho referencias y 10 unidades de cada pieza. Este grupo artesanal no contaba con ninguna pieza elaborada, por lo que fue necesario hacer la producción de cero e invertir en materia prima para cumplir con las cantidades. Finalmente, no se logró tener el 100% de la producción pues la materia prima no alcanzó para todas esas piezas.

En el momento de revisar la plataforma y verificar las referencias que se habían subido a la página, fue evidente que ninguna de las piezas que enviaron estaban montadas, por lo que fue necesario tomar las fotografías y subir toda esa información de cero, quedando listo aproximadamente al sexto día de feria. Se consiguieron ventas por \$693.000.



- Fundación Indígena Kanasü

Este grupo de indígenas Wayúu de Barrancas, La Guajira, fueron quienes iniciaron con las mochilas con hilos escarchados, siendo este su diferenciador. Por esto, se eligieron 10 referencias de producto con 3 unidades de cada una, pues elaborar estas mochilas en serie es muy difícil pues ninguna de las artesanas realiza una pieza igual a la otra y el proceso es muy demorado para el tiempo estimado de entrega.

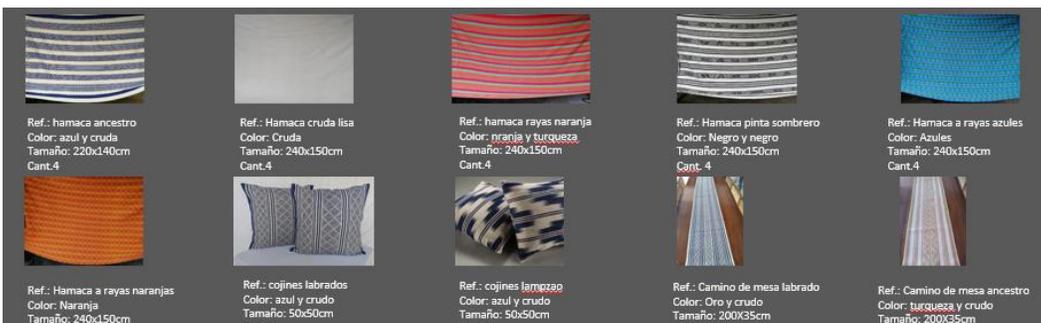
Los productos en la plataforma no estaban subidos con el nombre ni la región correcta, a pesar de haber enviado con tiempo los planes de producción con la información solicitada por las personas encargadas de la plataforma. Fue necesario buscar las fotografías en la carpeta de fotos sin nombre tomadas por el e. commerce, pues hubo algunas fotos que no identificaron y estaban perdidas. Una vez encontradas las fotos se procedió a subir los productos con la información correcta, aproximadamente desde el cuarto día de feria. Se consiguieron ventas por \$2.340.000.



- Artesanías Karen Dayana

Este grupo tradicional de San Jacinto, Bolívar, elabora productos en telar vertical. Su principal producto es la tradicional hamaca, pero de esta técnica han surgido más piezas como cojines y caminos de mesa, piezas que se eligieron dentro de la curaduría que se le hizo a este taller para participar en Expoartesano. Para este grupo se eligieron 10 referencias de productos, algunos que ya estaban producidas y otras que tuvieron que elaborar para completar la producción, la cual era de cuatro y seis unidades por referencia pues por la complejidad de los tejidos y los tiempos de producción no alcanzaban a elaborar más piezas.

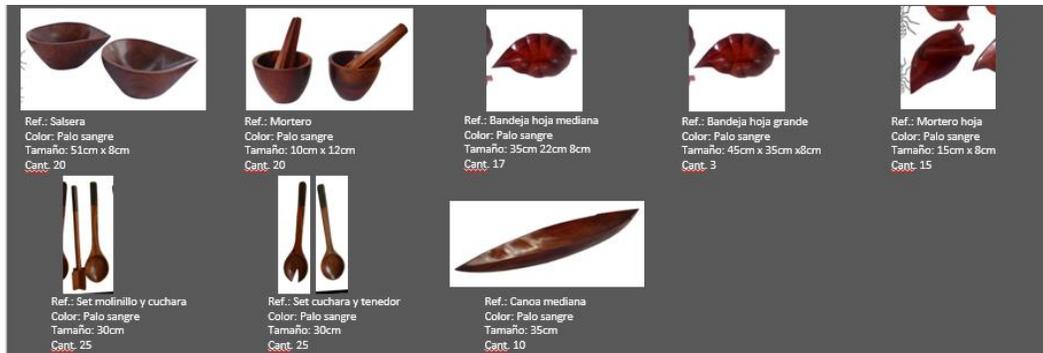
Estas hamacas están mal referenciadas en la plataforma, por lo que se tuvieron que revisar todas las referencias para poder hacer las correcciones necesarias. Desde el quinto día de feria se hicieron las correcciones y se pudieron tener los productos disponibles para la venta. Se consiguieron ventas por \$3.517.000



- La Arriera

Este grupo de indígenas Tikuna de Leticia, Amazonas, elaboran piezas talladas en madera como palo sangre y macana. Este taller llevó ocho referencias de producto. Inicialmente se habían acordado 10 unidades de cada referencia, sin embargo y por problemas que tuvieron al interior de la comunidad, solo lograron realizar un envío con unas pocas unidades por referencia.

Estas cantidades no fueron corroboradas al momento de recibir el producto, por lo que en la página las cantidades quedaron erradas. Se realizaron más ventas de las que había en existencia por lo que fue necesario hablar con el artesano y que enviara las piezas vendidas para poder responderle a los clientes con las piezas que habían comprado. Se consiguieron ventas por \$975.000.



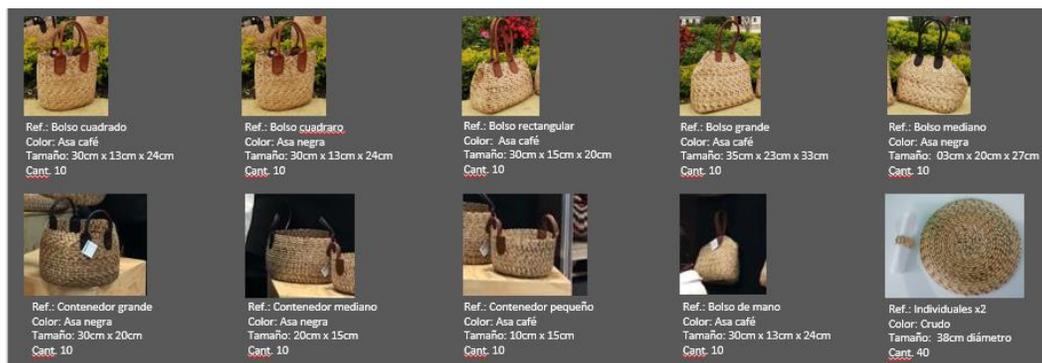
- La Esperanza

Este grupo de artesanos que elaboran piezas en calceta de plátano se encuentran ubicados en Somondoco, Boyacá y elaboran accesorios de moda, recientemente están incursionando en los productos para la decoración del hogar como materas y contenedores decorativos. Para esta selección de Expoartesano se escogieron 10 referencias de producto y 10 unidades de cada referencia. Ya tenían algunas piezas elaboradas, pero hacían falta algunas otras, por lo que realizaron dos envíos de mercancía, uno con una muestra para poder realizar las fotos y el segundo envío fue con el resto de la producción.

En la plataforma, cuando se hizo el lanzamiento no había ninguna referencia subida, por lo que fue necesario buscar las fotografías dentro de la base de datos del e. commerce, pues no estaban marcas ni rotuladas, y subir los productos desde cero. Las piezas estuvieron completas en la página y disponibles para la venta desde el cuarto día de feria. Se consiguieron ventas por \$493.136.

La devolución de este producto tuvo inconvenientes pues el producto no estaba empacado de la forma adecuada, haciendo que muchas de las piezas se perdieran pues se arrugaron y

una vez este producto tome una forma es difícil regresarlo a su estado original, haciendo que se perdieran varias de las piezas que no se devolvieron.



- Laurearte

Este taller de cerámica se encuentra ubicado en Ráquira, Boyacá. Realizan piezas en torno y en la técnica del levantado y tiene una sola quema, por lo que la mercancía es muy delicada. Para este taller se seleccionaron 10 referencias con seis y cuatro referencias cada una pues el clima en ese momento no era el ideal para secar las piezas y no se podrían tener más unidades. El artesano ya tiene bastante trayectoria enviando producto tanto para feria como a clientes, sin embargo, cuando la empresa transportadora entregó el producto el 70% de la mercancía se encontraba rota, imposibilitando la venta de ningún producto de este taller.

Debido a que no pudieron aparecer en la plataforma se decidió comprar parte de la mercancía pues la producción tuvo que ser elaborada de cero.



- Madre Tierra

Este grupo artesanal se dedica a la elaboración de bisutería en chaquiras, tradicional de Sibundoy, Putumayo. Con este grupo se acordó elaborar 10 referencias de producto y 10 unidades de cada referencia. Dado que son productos de pequeño tamaño, se decidió que los collares irían acompañados de topitos y manilla, para complementar el juego y que quedara más robusto el producto.

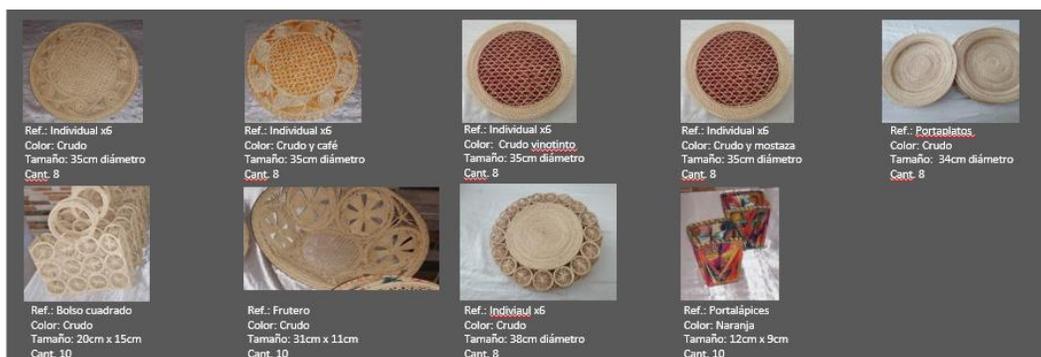
Este taller solamente tenía una referencia de producto bien, el resto estaban erradas pues las fotos no correspondían con el producto que era. Por esto fue necesario buscar las fotos de los productos y subir las referencias desde cero, completando la información de manera correcta. Aproximadamente desde el quinto día de feria se logró tener la mayoría de las piezas en orden. Se consiguieron ventas por \$321.200.



- Mare Artesanías

Este grupo artesanal de Usiacurí, Atlántico, elabora productos para la decoración del hogar y accesorios de mesa en palma de iraca. De sus piezas en la mayoría se eligieron productos de mesa y cocina pues es lo que más rotación tiene en el mercado. Fueron 10 referencias de producto en total, con 10 unidades de cada referencia.

Sin embargo, hubo una confusión en cuanto a diligenciar los planes de producción pues la artesana llenó la información de los individuales como si se vendiera por unidad y no en juego x6, por lo que estos individuales se dejaron ocultos y se decidió realizar una venta institucional con algunas de sus piezas. Adicional se le hizo fuerza para que el resto de producto tuviera más rotación en la página. Se consiguieron ventas por \$945.000

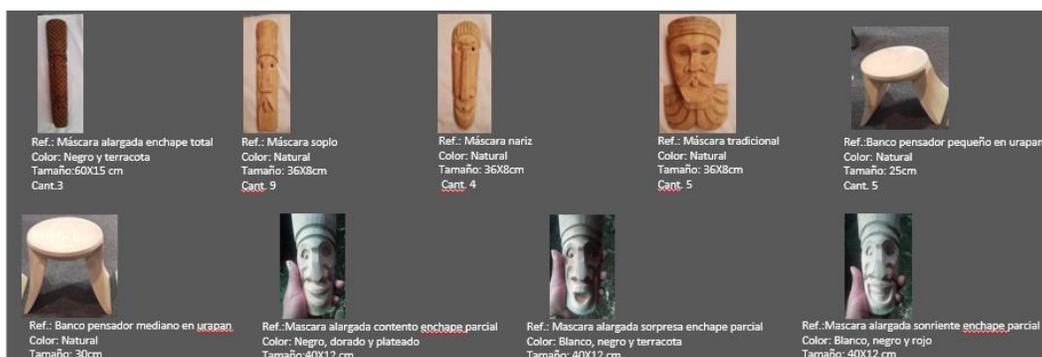


- Shinyak

Este taller de artesanías en talla de madera y enchape de chaquiras elabora productos tradicionales de Sibundoy, Putumayo. Este taller se dedicó mucho a cumplir los requisitos de

la feria, que todas las unidades de cada referencia quedaran iguales, para poder facilitar las ventas en línea. Se eligieron nueve referencias de producto con 10 unidades para cada referencia. Sin embargo, Marcelino Chasoy, el representante del taller se confundió y envió las producciones de Expoartesano y Expoartesánías cruzadas, haciendo más difícil la identificación de los productos para poder subirlos a la plataforma.

Debido a esto, no se realizó toma de fotografías, aun cuando el artesano envió con tiempo sus productos, por lo que fue necesario volver a hacer la toma de fotografías y subir los productos desde cero a la plataforma desde del quinto día de feria. Se consiguieron ventas por \$596.200.



- Virgen de la Loma

Esta corporación artesanal elabora sombrerería en palma de iraca tradicional de Aguadas, Caldas. Para esta feria se seleccionaron cinco referencias de producto con cinco unidades de cada referencia, pues la producción que tenían ya elaborada iba destinada a la feria 100 Historias, y para tener producto de esta corporación en las dos ferias se dividió la producción y lo que sobrara sería destinado de nuevo a 100 Historias.

Sin embargo, este grupo en la plataforma no tenía ninguna de las referencias con fotografía, por lo que fue necesario contactarse con el artesano para indicar cual era el nombre de cada uno de los sombreros pues a simple vista, son muy parecidos. Una vez subidas las fotografías, el producto de este grupo estuvo al aire y disponible para la venta desde el cuarto día de feria. Se consiguieron ventas por \$450.000.

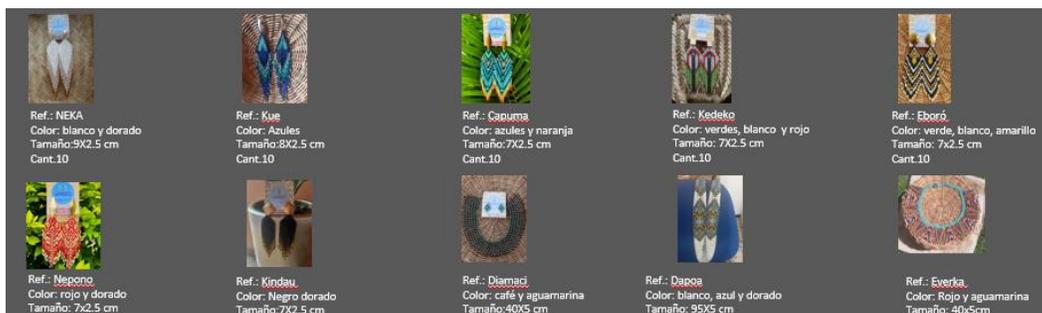


- Wango Wango

El taller de bisutería en chaquiras de la comunidad indígena Embera, ubicado en Frontino, Antioquia, llevó diez referencias de producto con diez unidades de cada referencia. Este

grupo realizó la producción desde cero pues al momento de la selección de referencias no tenían producción de ninguna pieza.

En la plataforma no tenían ninguna pieza subida, por lo que se tuvo que buscar las fotografías de los productos y subir la información desde cero, para lograr que al menos tuvieran algunas referencias al aire y disponibles para la venta desde el quinto día de feria. Se consiguieron ventas por \$239.000.



- Artesanías el Progreso Las Sanjuaneras

Este taller de Luruaco, Atlántico, que elabora productos en cestería en enea, inicialmente iba a participar en 100 Historias, sin embargo, gracias a que se abrieron más cupos en Expoartesano se decidió dividir la producción que ya tenían y así participar en los dos eventos. El producto que se seleccionó para este grupo se evaluó según el peso y el tamaño pues estos productos cuentan con una estructura metálica para tejer la fibra haciendo que se eleve el peso. Las cantidades de las referencias se dividieron según la cantidad de días que duraría cada feria y así tener la cantidad precisa para cada una de ellas.

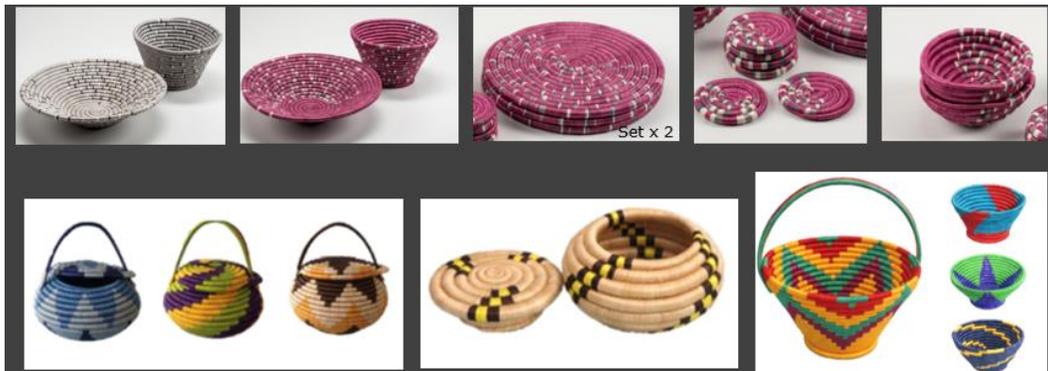
Sin embargo, este grupo se quedó por fuera de la plataforma, aun cuando se tomaron las fotografías pues el plan de producción no llegó a los organizadores. Por esto, fue necesario buscar las fotografías ya que no estaban rotuladas y subir la información de estos productos desde cero quedando disponibles desde el quinto día de feria. Se consiguieron ventas por \$1.690.800.



- Crearcoop

Este taller de Guacamayas, Boyacá, que elabora piezas de Denominación de Origen, es otro de los grupos que participaría inicialmente en 100 Historias y que dividió la producción para participar en Expoartesano.

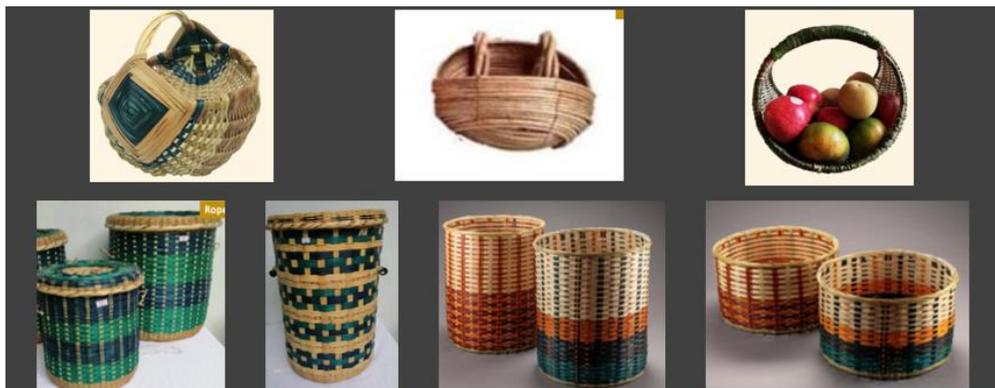
Esta división de productos también se realizó según los días de feria y según la tipología de producto y colores, según lo que más rota en las ferias. Pero este plan de producción tampoco llegó a los organizadores y también fue necesario realizar la toma de fotografías y subir de cero toda la información a la plataforma. Se consiguieron ventas por \$665.800.



- Comunidad Artesanal de Tenza

El grupo que elabora productos en guadua biche, chin y chípalo en Tenza, Boyacá, es el otro grupo al que se le abrió un cupo para Expoartesano y que dividió su producción de 100 Historias para participar en esta feria. Los criterios de selección de este producto se basaron en el tamaño y en la utilidad que puede tener pues en su mayoría son accesorios de mesa y piezas para la decoración del hogar.

Estas piezas llegaron sobre el tiempo y no se les alcanzó a tomar fotografías pues los días destinados para esto eran específicos. Sin embargo, se pudieron tomar las fotografías de estudio y subir la información de los productos desde cero, desde el quinto día de feria. Se consiguieron ventas por \$309.400.



- Seda y Punto

El taller que elabora tejeduría en la tradicional seda, combinada con lanas e hilos, en Anserma, Caldas, dividió la producción de 100 Historias pues fueron seleccionados para participar en Expoartesano. Aunque los colores y los productos que se había elegido para el público de Bogotá es diferente al que tiene más acogida en Medellín, se decidió llevar la misma producción, pero con diferentes cantidades para así no incurrir en más gastos de producción.

No todas estas piezas fueron subidas a la plataforma, sin embargo, se encontraron las fotografías de las piezas que faltaban y se cargaron los productos con la información de las piezas desde cero desde el quinto día de feria. Se consiguieron ventas por \$740.000.



- Carrielarte

Este grupo que elabora los tradicionales carrieles de Jericó, Antioquia, tenían un espacio especial, pues tienen producto tradicional de la zona y durante la feria se le iba a hacer una mención especial. La producción que se estaba desarrollando para 100 Historias no era la más grande pues elaborar estas piezas requiere de tiempo que para este cronograma no alcanzaba a cumplir. Por lo que para la Expoartesano solo se seleccionaron cinco referencias con pocas unidades de cada una. Este producto si estaba en la plataforma, aunque tuvo que corregirse alguna de la información de las piezas.

Este grupo consiguió ventas por \$443.000, sin embargo, la devolución del producto tuvo muchos problemas pues el empaque y el tratamiento de los carrieles no fue el mejor, y hubo 2 carrieles de pérdida total debido al mal manejo del producto.



Ventas totales por comunidad

EXPOARTESANO PROYECTO DE MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO - 20 COMUNIDADES					
#	REPRESENTANTE	TALLER	DEPARTAMENTO	OFICIO	VENTAS
1	Celmira Buelvas Escalante	Artesanías Karen Dayana	Bolívar	Tejido en telar Vertical, Crochet y Macramé	\$ 3.517.000
2	Evelin Merino	Innovarte Caribe	Atlántico	Talla	\$ 2.822.000
3	Ailin Acosta Pushaina	Fundación Indígena Kanasü	La guajira	Tejeduría: Mochilas en crochet en hilo industrial	\$ 2.340.000
4	Yenis González	Artesanías El progreso las Sanjuaneras	Atlántico	Cestería	\$ 1.690.800
5	Alcides Vides	Artesol	Córdoba	Cestería	\$ 1.660.000
6	Harrison Arias	Taller La Arriera	Amazonas	Talla en madera y balsa	\$ 975.000
7	Marelis Escalante	Artesanías Mare	Atlántico	Tejeduría	\$ 945.000
8	Flor del Carmen Imbacuan	Hajsu Etnomoda	Nariño	Tejeduría en guanga	\$ 840.000
9	Martha Sepúlveda	Seda y Punto	Caldas	Tejeduría en telar	\$ 740.000
10	José Rodelfi Nacavera	Jaiwera	Risaralda	Tejeduría	\$ 693.000
11	Omaira Manrique	Crearcoop	Boyacá	Cestería	\$ 665.800
12	Marcelino Chasoy Juajibioy	Shinyak	Putumayo	Talla y enchape de chaquiras	\$ 596.200
13	Patricia Hurtado	Espiral Misak	Cauca	Tejeduría	\$ 525.700
14	Nohemí Sánchez	La esperanza	Boyacá	Cestería	\$ 493.200
15	Esther Monroy Amador	Corpohlenzo	Santander	Tejeduría e hilado / Telar horizontal	\$ 493.100
16	Luis Arias / Diego Arias	Corporación virgen de la loma	Caldas	Tejeduría, Sombrerería	\$ 450.000
17	Carolina Agudelo	Carrielarte	Antioquia	Guarnilería	\$ 443.000
18	Carolina Maestre	Asociación de mujeres indígenas Kankuamas	Cesar	Tejeduría	\$ 435.000

19	Antonio Márquez	Asoarpal (Asociación de artesanos de Palmito)	Sucre	Trenzado- Tejeduría	\$ 395.000
20	Yudy Jamioy	Madre Tierra Tsbatsanamama	Putumayo	Tejeduría	\$ 321.200
21	Adelaida Agámez	Innovación artesanal	Atlántico	tela sobre tela	\$ 320.000
22	Marina Niño	Comunidad artesanal de Tenza	Boyacá	Cestería	\$ 309.400
23	Alirio Liberato	Arte Liberato	Amazonas	Talla	\$ 302.300
24	Yamile Herrera	Wango Wango	Antioquia	Tejeduría	\$ 239.000
25	Laureano Melo	Laurearte	Boyacá	CERÁMICA	El producto llevo dañado
26	Orika Possu	Katanga	Valle del Cauca	Luthería	El producto no alcanzo a llegar
Total ventas					\$ 22.211.700

10.2Expoartesanías

Durante todo el año debido a la contingencia sanitaria la organización y la participación en las ferias por parte de artesanías de Colombia fue digital, Expoartesanías se realizó del 7 al 24 de diciembre donde el proyecto de promoción y generación de oportunidades comerciales para el sector artesanal colombiano participó con 22 comunidades entre ellas 10 indígenas, 10 tradicionales y 2 afrocolombianas de 17 departamentos, el producto fue una selección de las piezas más representativas, diferenciadoras y de mayor rotación de los artesanos con el fin de competir en el mercado actual.

Las ventas de esta feria no fueron las mejores ya que se prestaron varios errores en la pagina con los productos (precios, descripciones, fotografías y tiempo al aire) pese al envío de los productos, documentos y formatos en las fechas establecidas los errores en la página fueron muy notorios perjudicando las ventas de los artesanos ya que fueron arreglados entre el día sexto y treceavo de la feria.

Teniendo como estado inicial de las 22 comunidades: 5 talleres sin errores, 8 talleres incompletos o con la información mal subida y 9 talleres de los cuales no se tenía nada en la página, generando informidades por parte de los artesanos ya que muchos de ellos realizaron las producciones desde cero y contaban con las ventas de la feria. Adicionalmente los pagos por las ventas a la fecha (25 enero 2021) no se han realizado a ninguno de los artesanos.

- Asopicumbes

El taller asopicumbes contaba con unas piezas en inventario por esta razón la selección se baso en las existentes con el fin de disminuir la producción, adicionalmente realizaron varias piezas para complementar las unidades pedidas, se solicitaron entre 5 y 8 unidades de cada

referencia, no contaban con la materia prima para completar las unidades por esta razón se tomó la decisión de recibir las que tenían.

La comunidad no cuenta con una experiencia en redes sociales ni en mercados digitales por esta razón Expoartesánías fue la única feria en la que participaron en el año, logrando unas ventas por 3'951.000, aunque se enviaron los documentos y la información solicitada en las fechas establecidas al equipo de ferias y eventos no se realizó la subida del producto a tiempo.



- Seda y Punto

Con productos elaborados en tejeduría en seda, combinada con lanas e hilos, en Anserma, Caldas, realizó unas piezas especiales para la feria, teniendo en cuenta el análisis de mercado que realizan, al ser un grupo tan unido y con una capacidad productiva tan alta lograron realizar las piezas solicitadas, las combinaciones de paletas de colores seleccionadas se basaron en los hilos y las lanas existentes en inventario.

No todas estas piezas fueron subidas a la plataforma y cruzaron las fotografías e información de dos piezas pese a enviar la información y formatos solicitados a tiempo al equipo de ferias y eventos sin embargo lograron unas ventas de \$3'692.400

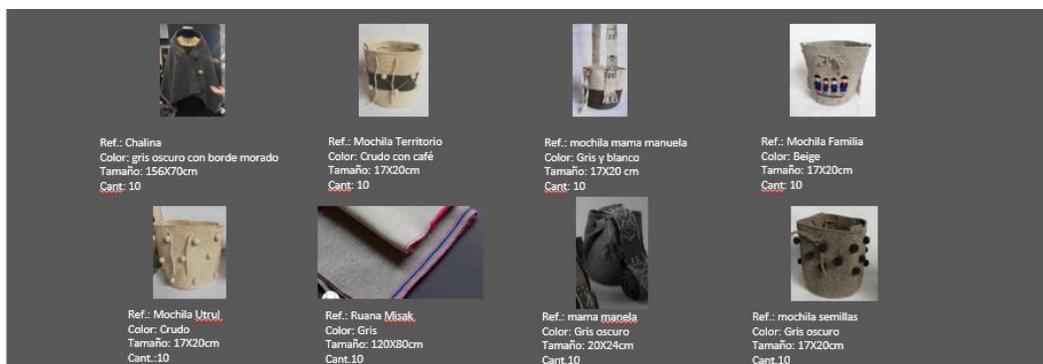


- Espiral Misak

El grupo representante de la Etnia Misak pertenece al municipio de Silvia cauca y se dedican a la elaboración de mochilas y runas en lana de oveja, para la versión de Expoartesánías

realizaron varias piezas especiales incluyendo piezas de vestir y accesorios como ruanas, mochilas y collares, las unidades de las mochilas fueron limitadas debido al tiempo de producción y la cantidad de materia prima.

Del grupo se seleccionaron 14 referencias de las cuales se subieron 8 completas y 6 faltaron por subir, las correcciones se hicieron en los días 8 – 10 de feria perdiendo oportunidad de ventas en estas piezas, la comunidad logró ventas por 2´456.000 durante todos los días de feria.



- Artesol

Taller ubicado en el municipio de Ayapel, Córdoba es un grupo enfocado en el desarrollo de piezas en palma de seje, los productos seleccionados para la feria fueron enfocados en mesa – decoración y accesorios de cocina, las pizas fueron enviadas en un solo envío con el fin de agilizar los procesos, enviaron 8 referencias de 10 unidades cada una, solo se subieron 7 referencias, 1 quedó pendiente.

Durante la feria se lograron ventas por 2´030.000.

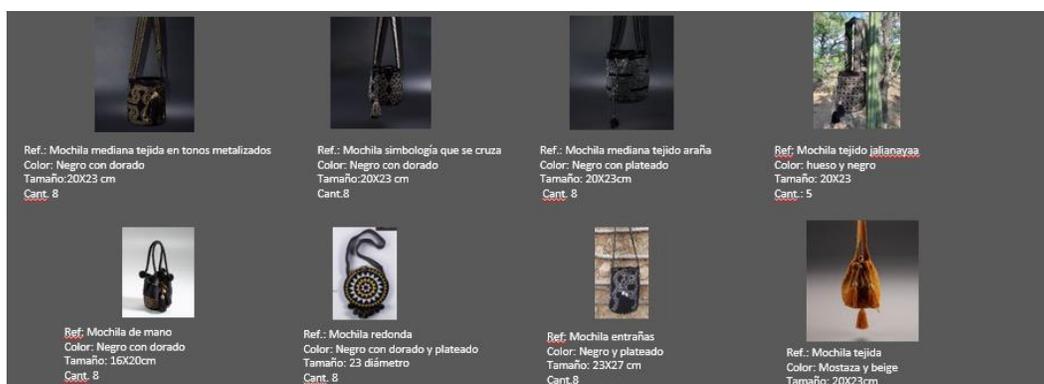


- Fundación Indígena Kanasü

Esta comunidad representante de los indígenas Wayúu fue el primer grupo en desarrollar piezas en hilos metalizados mostrando un diferenciador frente a sus compañeros, por esta

razón se determinó que productos en su mayoría sería de esta paleta color con el fin de obtener un poco de ventaja frente a la competencia, de igual forma muestran los patrones tradicionales.

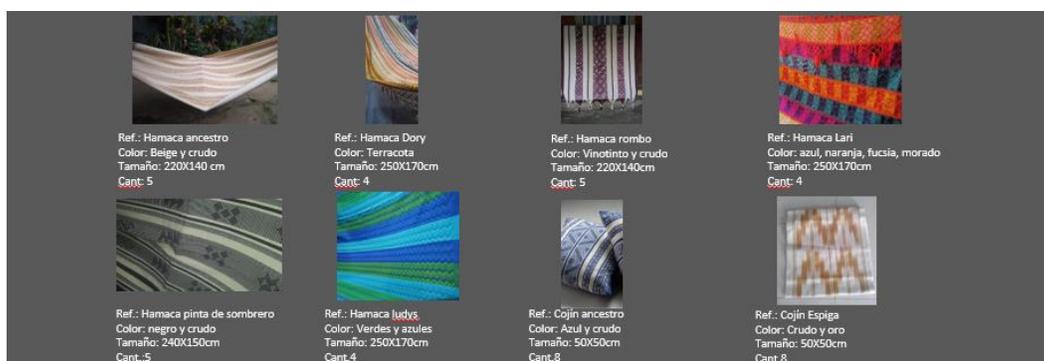
Es una comunidad con una capacidad de respuesta alta, lo cual permitió realizar una selección de producto enfocada en las piezas que tenían en inventario, de igual forma completaron la mayoría de las piezas solicitadas, las piezas fueron subidas a la página desde el inicio y lograron unas ventas de 2'333.000



- Artesanías Karen Dayana

La comunidad de artesanas de san jacinto logro participar con 8 referencias seleccionadas, la producción de las piezas inicio desde cero ya que no contaban con hamacas acordes para el mercado, teniendo en cuenta el tiempo de entrega de la mercancía se bajaron las unidades de las piezas con el fin de cumplir con lo solicitado, pese a entregar la documentación y los formatos a tiempo los productos fueron subidos aproximadamente entre el día 9 de feria perdiendo la oportunidad de venta más de la mitad de la feria.

Durante la feria lograron ventas por \$2'212.000



- Innovarte caribe

Los productos desarrollados por la comunidad son enfocados en las tallas tradicionales del carnaval de barranquilla, se realizó una selección de los más emblemáticos con acabados mas contemporáneos con el fin de brindar opciones y diferenciarse de la competencia, la comunidad preparó la mercancía para las tres ferias digitales que organizo Artesanías de Colombia, cuentan con una capacidad productiva alta y una organización comprometida con los pedidos y eventos que alcanzó a cumplir con todas las unidades propuestas inicialmente.

De las 8 referencias aprobadas para la feria se lograron unas ventas 1´467.000, los productos fueron subidos al sistema desde el día 2 de feria.



- El chorote

El taller de alfareros de Acevedo, Huila, desarrollan productos tradicionales en barro, donde sus principales piezas y de más alta rotación son los productos funcionales como cacerolas, cazuelas, pocillos y salseras, la producción de las seleccionadas inicio de ceros ya que no contaban con inventario en la fecha, enviaron las cantidades exactas de todas las referencias.

Los documentos y formatos fueron entregados en las fechas establecidas pese a esto los productos fueron montados con errores que no fueron arreglados en las fotografías, lograron ventas por \$1´222.000



- Arte y tradiciones ancestrales

La comunidad tradicional de Ráquira, Boyacá, desarrolla piezas en esparto enfocadas en mesa – decoración, es un grupo con una capacidad productiva baja, con dificultades en la réplica de los productos, de las ocho referencias aprobadas no llegaron iguales ya que presentaban cambios en colores, tamaño y acabados (remates o tejidos) por esta razón las piezas se abrieron las referencias con el fin de incluir mas piezas en la página.

Las referencias no fueron subidas al mismo tiempo, 7 de ellas fueron subidas sin errores en las fechas iniciales, 18 restantes fueron arregladas los últimos días de feria sin embargo lograron ventas por \$1'109.000.



- Hajsu Etnomoda

La comunidad de indígenas pastos de Carlosama, Nariño, trabajan piezas en lana de oveja e hilos plasmando la cosmogonía de su etnia, realizan productos de moda como capas, chales, ruanas, chalecos, faldas entre otros, la mayoría de las piezas son elaboradas en paños (telares verticales del gran formato) y los chumbes con su simbología (realizados en guanga telar vertical pequeño), la elaboración de las piezas es demorada ya que los productos son de gran detalle, el grupo cuenta con una líder que organiza la producción de las piezas cumpliendo con un alto estándar de calidad.

Para la feria fueron seleccionadas 8 referencias que permitieron mostrar la variedad de las piezas de la comunidad, durante la feria lograron ventas por \$1'021.000



- La esperanza

El taller artesanal La esperanza, proveniente de Somondoco, Boyacá, desarrollo piezas en calceta de plátano, para esta versión se seleccionaron piezas que incluyeran decoración y accesorios con el fin de mostrar las posibilidades de ofertas, la comunidad cuenta con una capacidad de producción alta que permitió cumplir con las unidades propuestas.

Los productos fueron enviados dentro de las fechas establecidas junto con los documentos y formatos, sin embargo, fueron subidas 6 referencias y los 2 restantes fueron ingresadas a final de feria, durante la feria lograron unas ventas por \$810.000



- Asoarpal

La Asociación de artesanos de palmito son artesanos representantes de la etnia zenú, realizan una gran variedad de productos en caña flecha, para esta feria fueron seleccionadas 8 productos de los cuales 7 correspondían a home deco y 1 accesorio de moda, pese a que es una comunidad pequeña logro participar en los 3 eventos realizados por Artesanías de Colombia, con las mismas referencias en todas.

La selección partió de la materia prima existente y el tiempo limitado con el que contaban, lograron unas ventas por \$1'088.000



- Grupo productivo Katanga

Dentro del grupo representante de la luthería del pacífico residente en Cali desarrollan piezas basadas en su tradición musical, cuentan con varias líneas de productos que les permiten mostrar la riqueza del folclor de su región, las seleccionadas para las ferias fueron de menor formato debido a el volumen y peso de los productos, la línea infantil fue la principal dentro de los cuales se escogieron los más simbólicos como marimbas, llamadores y gausas.

Durante la feria consiguieron ventas por \$786.000 durante la feria.



- Tejilarte

La comunidad de Sutatausa partiendo de su tradición en la elaboración de productos en telar vertical, horizontal y dos agujas desarrolla piezas de moda y funcionales para el hogar en la lana de oveja, mezclada (oveja y sintética) e hilo que les ha permitido entrar dentro de varias opciones de mercado.

Para esta feria la selección partió de las piezas simplificadas con un alto nivel de calidad, de las 8 seleccionadas se realizaron aproximadamente 4 unidades de cada una, sin embargo, ninguna de las piezas fue subida a tiempo en la página, perjudicando a la comunidad ya que estuvieron visibles a mitad de feria restando las posibilidades de venta, se consiguieron unas ventas de \$934.000



- Sandra artesanías

El taller de artesanías tradicionales de Usiacurí, Atlántico esta constituido por mujeres que aprenden el oficio de generación en generación, donde desarrollan una varios producto en iraca, dentro del catálogo cuentan con piezas de decoración, iluminación, servicio de mesa, moda, entre otras, este grupo se encontraba seleccionado para la participación en la feria 100 historias también organizada por Artesanías de Colombia sin embargo la organización de feria solicitaron la participación del grupo en los dos eventos por la cantidad, calidad y el cupo disponible, sin embargo las piezas estuvieron montadas en la página después de mitad de feria, restando posibilidades de ventas para el grupo; En esta ocasión la selección de las piezas se baso en el hogar entendiendo que son de las más comerciales, se consiguieron ventas por \$650.000



- Taller La Arriera

El grupo artesanal perteneciente al municipio de Leticia, Amazonas desarrolla piezas talladas en madera en diferentes formatos y, especializándose en mesa y decoración, cada una de las piezas tiene una inspiración de su región (creencias, formas de naturaleza y utensilios tradicionales de ellos) al ser un grupo de pocos integrantes y por temas de obtención de la materia prima en el tiempo de solicitud del producto se limitaron las referencias y las cantidades, por otro lado los envíos fueron una limitante ya que Leticia no contaba con el servicio de guías en leticia; los productos fueron ingresados en la plataforma entre el día 5 - 6 de feria perdiendo oportunidad de venta, sin embargo se reportaron ventas por \$748.000



- Artesanas de Colosó

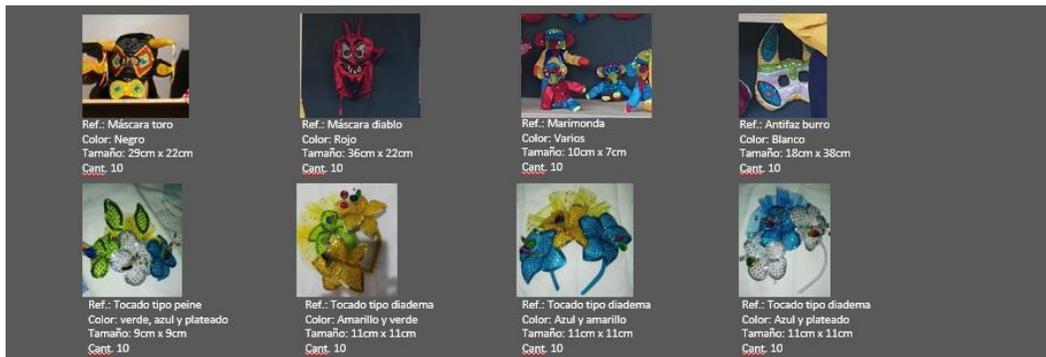
El taller de artesanas del municipio de Colosó trabaja la iraca en la técnica de cestería de rollo, es un grupo que ha recibido atención por parte de varias entidades en temas de diseño y comercialización de los productos, adicionalmente cuentan con una representante que busca el desarrollo como grupo, repartiendo las producciones de forma equitativa para garantizar con el cumplimiento de las unidades, una de las falencias mas grandes que presentan es la tintura de la fibra en diferentes momentos afectando el tono final de las piezas ya que no se garantiza el tono en la misma referencia, por esta razón se dividió la producción final en varias referencias con el fin de tenerlas en la página.

Los productos fueron subidos en la página aproximadamente el día 8vo de feria reduciendo las posibilidades de ventas del grupo. Las ventas durante la feria fueron por \$396.000



- Innovación artesanal

El grupo innovación artesanal realiza personajes tradicionales del carnaval de barranquilla en tela y accesorios para la cabeza como máscaras, tocados o diademas, participó en la feria Expoartesano de la cual le quedo una cantidad significativa de producto por esta razón se tomó la decisión de apoyarlos con la participación en Expoartesanía con las mismas referencias, solo 1 de los productos fue subido al iniciar la feria las otras 8 referencias fueron subidas entre el día 6 y 8 de feria perdiendo oportunidades de ventas igualmente se reportaron ventas por \$352.000 durante los días de feria.



- Jaiwera

En el grupo Jaiwera de indígenas Embera de Pereira, Risaralda desarrollan piezas en bisutería tradicional en chaquiras, estos productos representan su identidad como pueblo indígena donde plasman la iconografía tradicional y cosmogonía, para la feria se seleccionaron las piezas de mayor rotación con precios que se ajustaban al mercado, las recomendaciones con el producto fueron mantener paletas de color acordes al mercado.

Los productos no fueron subidos en su totalidad y los que subieron presentaron errores como información truncada, fotos mal tomadas (cruzaron los productos) restando posibilidades de comercialización, se vendieron \$347.000 durante toda la feria.



- Madre tierra tsbatsanamama

Asociación confirmada por indígenas Kamentsa desarrollan piezas tradicionales en bisutería con chaquiras, los productos representan su comunidad ya que en cada una de las piezas plasman la iconografía y simbología de su etnia, este grupo envió los productos y documentación en las fechas establecidas pese a esto el producto solo estuvo montado en la página 5 días, perjudicándolos notoriamente en las ventas, adicionalmente el grupo realizó varias peticiones para arreglar el problema en la página, pero no fueron solucionadas a tiempo.

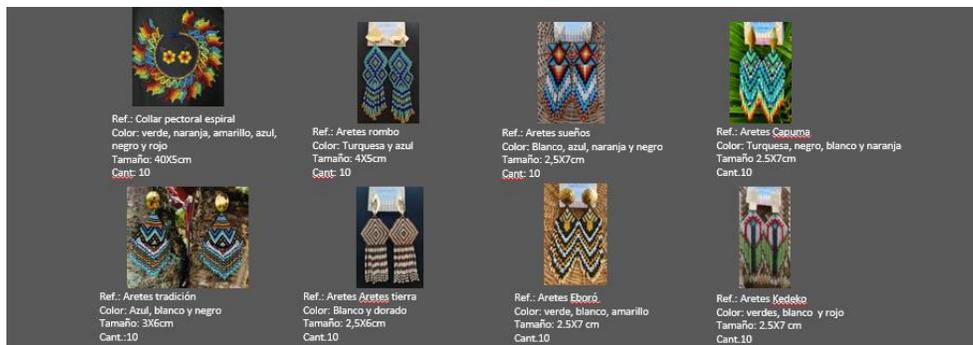
La asociación vendió 450.000 en los pocos días que estuvo en la página \$450.000



- Wango Wango

Esta comunidad Embera está ubicada en Frontino, Antioquia, desarrolla piezas tradicionales en chaquiras que mezclan con herrajes mas contemporáneos y les permiten diferenciarse de otros grupos, han recibido apoyo y asesoría de varias entidades públicas y privadas las cuales les han ampliado el espectro en cuanto a la participación en ferias, eventos y en el desarrollo de producto

Para esta ocasión la selección de producto se baso en piezas mas sencillas con una paleta de color contrastada permitiendo resaltar las piezas en chaquiras y brindar la posibilidad de conocer la simbología tradicional de ellos, lamentablemente los productos del grupo fueron subidos en el sistema el entre el día 8 -10 de feria restándoles posibilidades de competir en la feria reportando ventas por \$376.000



- Grupo Artesanal Getuchá

este grupo de artesanas Koreguaje se encuentran ubicadas en San Antonio de Getuchá, Caquetá, desarrollan productos en cumare, la selección del producto se enfocó en el desarrollo de piezas diferentes a las que ofrece el mercado, por esta razón se tomó la decisión de realizar algunas mochilas con apliques naturales.

Es un grupo nuevo que no ha tenido la oportunidad de participar en muchas ferias, siendo Expoartesanías la primera feria virtual para ellas, se tenían expectativas muy altas para las ventas, pero lamentablemente los productos fueron montados tarde, entre el día 7 - 9 de feria y con errores de fotografías (cruzadas, sin detalles y en desorden) por esta razón las ventas fueron las reportadas mas bajas dentro del grupo del proyecto con \$270.000 durante toda la feria.



Ventas finales Expoartesañías ****A la fecha los valores finales de ventas no están confirmados por parte de los organizadores.**

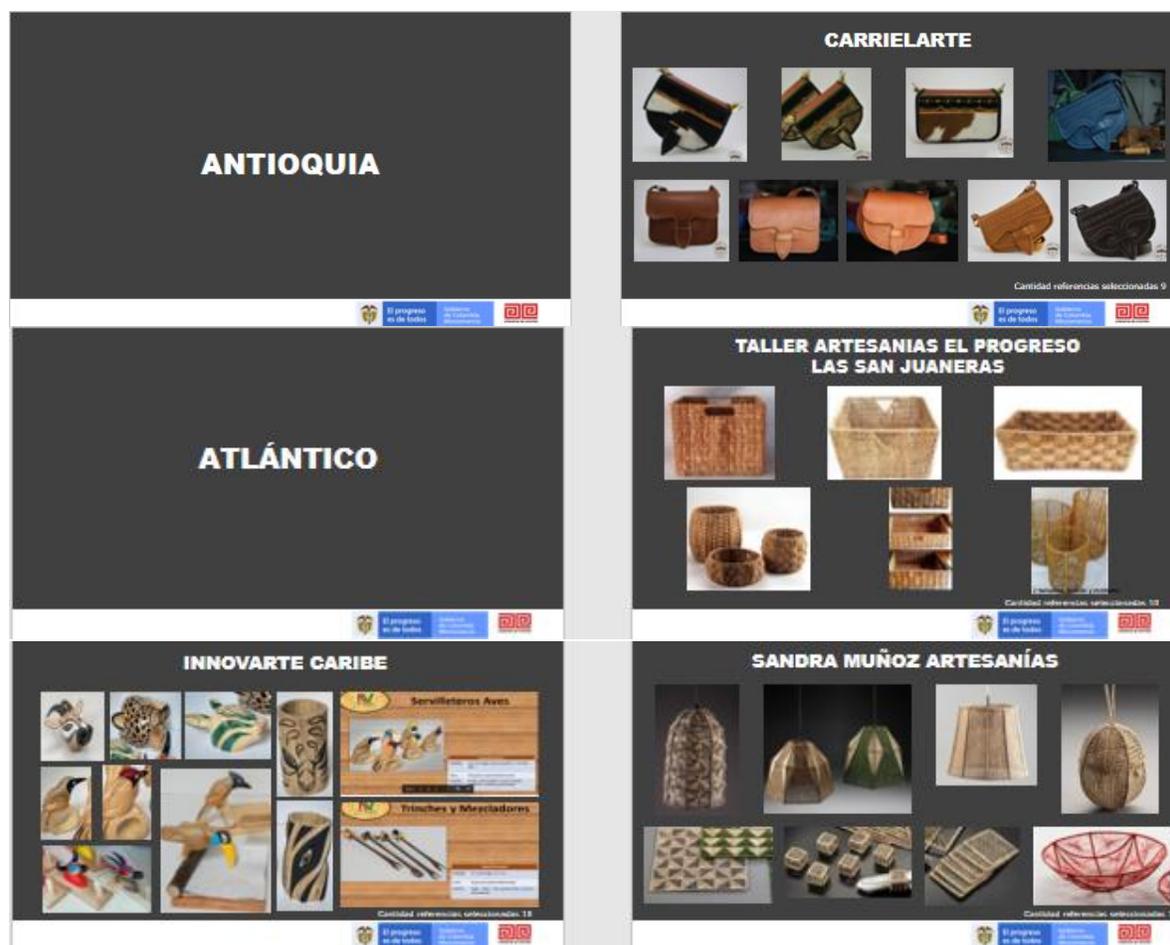
10.3 Feria virtual – 100 Historias

EXPOARTESANÍAS PROYECTO DE MEJORAMIENTO Y GENERACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES PARA EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO - 20 COMUNIDADES					
#	NOMBRE DEL ARTESANO O REPRESENTANTE	NOMBRE DEL TALLER	DEPARTAMENTO	OFICIO	ventas
1	Blanca Tarapues	Asopicumbes	Nariño	Tejeduría en telar y guanga	\$ 3.951.000
2	Martha Beatriz Sepúlveda	Seda y punto	Caldas	Tejeduría en telar horizontal	\$ 3.692.400
3	Patricia Hurtado	Espiral Misak	Cauca	Tejeduría	\$ 3.456.000
4	Alcides Manuel Vides	Artesol	Córdoba	Cestería	\$ 2.030.000
5	Ailín Acosta Pushaina	Fundación Indígena Kanasü	La guajira	Tejeduría	\$ 2.333.000
6	Celmira Buelvas Escalante	Artesanías Karen Dayana	Bolívar	Tejeduría en telar	\$ 2.212.000
7	Evelin Meriño	Innovarte Caribe	Atlántico	Talla en madera	\$ 1.467.000
8	Fidencio Cueltan Delgado	El chorote	Huila	Alfarería	\$ 1.222.000
9	Blanca Nubia Sierra	Arte y tradiciones ancestrales	Boyacá	Cestería	\$ 1.109.000
10	Flor del Carmen Imbacuan	Hajsu Etnomoda	Nariño	Tejeduría en telar y guanga	\$ 1.021.000
11	Nohemy Sánchez	La esperanza	Boyacá	Cestería	\$ 810.000
12	Antonio Márquez	Asoarpal (asociación de artesanos de palmito)	Sucre	Cestería	\$ 1.088.000
13	Addo Obed Possu	Grupo productivo Katanga	Valle del cauca	Luthería	\$ 786.000
14	Luz María Rodríguez	Tejilarte	Cundinamarca	Tejeduría en telar y dos agujas	\$ 934.000
15	Sandra Muñoz	Sandra Artesanías	Atlántico	Cestería	\$ 650.000
16	Harrison Arias Manuyuma	Taller la arriera	Amazonas	Talla en madera	\$ 748.000
17	Martha Borja	Artesanas de Colosó	Sucre	Cestería	\$ 396.000
18	Adelaida Agámez	Innovación Artesanal	Atlántico	Tela sobre tela	\$ 352.000
19	Francisco Navacera	Jaiwera	Risaralda	Bisutería	\$ 347.000
20	Yudy Milena Jamioy	Madre Tierra Tsbatsanamama	Putumayo	Bisutería	\$ 450.000
21	Yamile Herrera	Wango Wango	Antioquía	Bisutería	\$ 376.000
22	Aceneth Calderón	Grupo Artesanal Getuchá	Caquetá	Tejeduría	\$ 270.000
				Total Ventas	\$ 28.700.400

La feria estaba planeada inicialmente para el tercer trimestre del año 2020 en la cual la selección de las comunidades por parte del proyecto 20 comunidades fue de 19 grupos entre ellos 12 tradicionales, 2 afrocolombianos, 5 indígenas (5 etnias) de 13 departamentos, la selección de producto se realizó primero en comité de producto con varios asesores de Artesanías de Colombia y posteriormente se revisaron las referencias en inventarios con el fin de rotar el producto existente y bajar las producciones, teniendo los tiempos tan reducidos con los que contaban los artesanos se realizó un seguimiento personal con cada uno de ellos con el fin de garantizar las entregas del producto en físico y todos los formatos necesarios.

Las entregas de producto se realizaron dese mediados del año sin embargo la fecha de la feria se ha venido aplazando, en el momento ya están todos los inventarios, documentaciones y formatos de los artesanos en revisión del equipo organizador, se espera que la feria sea lanzada a inicios de febrero del 2021.

Los productos seleccionados por grupo y departamento:



BOYACÁ

El programa es de todos

Asociación de Comunidades Artesanales



Cantidad referencias seleccionadas 9

El programa es de todos

Asociación de Comunidades Artesanales



Cantidad referencias seleccionadas 17

El programa es de todos

Asociación de Comunidades Artesanales



Cantidad referencias seleccionadas 10

El programa es de todos

Asociación de Comunidades Artesanales



Cantidad referencias seleccionadas 10

El programa es de todos

Asociación de Comunidades Artesanales



CALDAS

El programa es de todos

Asociación de Comunidades Artesanales



Cantidad referencias seleccionadas 10

El programa es de todos

Asociación de Comunidades Artesanales



CAUCA

El programa es de todos

Asociación de Comunidades Artesanales



Cantidad referencias seleccionadas 9

El programa es de todos

Asociación de Comunidades Artesanales



CÓRDOBA

El programa es de todos

Asociación de Comunidades Artesanales



Cantidad referencias seleccionadas 10

El programa es de todos

Asociación de Comunidades Artesanales



CUNDINAMARCA

El progreso es de todos

Defensa de la Cultura y el Patrimonio



TEJILARTE



Cantidad referencias seleccionadas: 10

El progreso es de todos

Defensa de la Cultura y el Patrimonio



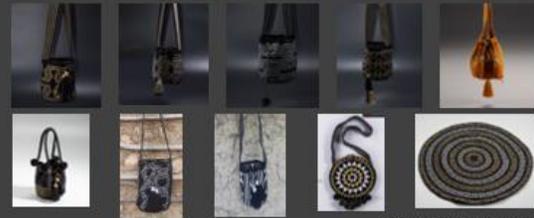
GUAJIRA

El progreso es de todos

Defensa de la Cultura y el Patrimonio



FUNDACIÓN IDÍGENA KANASÜ



Cantidad referencias seleccionadas: 10

El progreso es de todos

Defensa de la Cultura y el Patrimonio



HUILA

El progreso es de todos

Defensa de la Cultura y el Patrimonio



EL CHOROTE



Cantidad referencias seleccionadas: 10

El progreso es de todos

Defensa de la Cultura y el Patrimonio



NARIÑO

El progreso es de todos

Defensa de la Cultura y el Patrimonio



ASOPICUMBES



Cantidad referencias seleccionadas: 10

El progreso es de todos

Defensa de la Cultura y el Patrimonio



PUTUMAYO

El progreso es de todos

Defensa de la Cultura y el Patrimonio



INGA AUASKA



Cantidad referencias seleccionadas: 10

SHINYAK

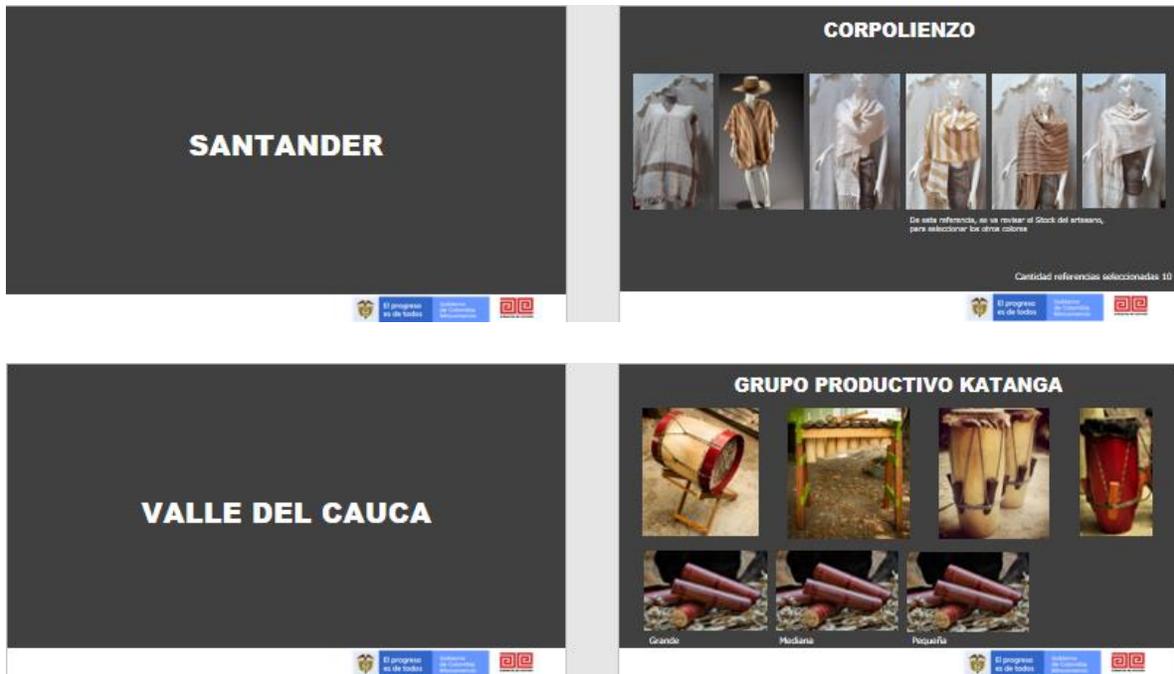


Cantidad referencias seleccionadas: 10 de las cuales se han seleccionado 10 de las que más tenga el producto

El progreso es de todos

Defensa de la Cultura y el Patrimonio





11. Limitaciones y dificultades

- En algunas ocasiones la comunicación con la comunidad se dificulta por las limitantes que existe en cuanto a conocimiento del manejo de las herramientas TIC, así como el poco acceso que se tiene a estas.
- Los diferentes procesos de diseño que se han llevado a cabo en este año han sido mediados a través de la virtualidad. A diferencia de los años anteriores, donde existía una relación frente a frente, en feria o comunidad, la virtualidad establece un reto de comunicación, especialmente teniendo en cuenta el precario acceso a internet de muchas comunidades, la falta de familiaridad con herramientas digitales y el diálogo interrumpido que se presenta.
- En varios de los casos los artesanos no realizaban retroalimentación de los procesos que se llevaban con ellos.
- Se ha evidenciado una falta de interés por parte de los artesanos para diligenciar los diferentes formatos de asistencia debido a lo complejo y dispendioso que debe ser. Si bien, los formatos son una herramienta necesaria como evidencia en las dinámicas presenciales, en la virtualidad, se convierten en un elemento difícil de manejar por parte de los artesanos, Se recomienda generar formatos más simples y tener en cuenta las listas de asistencia de las capacitaciones virtuales.

12. Conclusiones

- Se hace necesario capacitar a los artesanos en el uso de herramientas TIC para facilitar la comunicación y asesoría de manera virtual.

- Los referentes de diseño son de gran importancia para iniciar un proceso de diseño puesto que nos ayuda a conocer el estado actual del mercado tanto nacional como internacionalmente.
- Se cuenta con un amplio campo de acción por parte de las comunidades para seguir en el proceso de exploración basados en el conocimiento que tienen del oficio.
- Para transmitir las propuestas a los artesanos, se desarrollaron distintos métodos de comunicación, dependiendo de la técnica, región y el factor cultural de la comunidad con la que se trabajó. Se hicieron presentaciones con planos técnicos, renders, bocetos digitales y fotos de referencia.
- Dependiendo de la complejidad de la propuesta, se hicieron renders y planos con detalles muy específicos.
- Se hizo seguimiento vía correo, telefónico y WhatsApp con un intercambio de imágenes y videos para facilitar la comunicación de cada proceso del producto ya que la interpretación en medidas, colores y forma puede ser malinterpretada por los artesanos.
- Se tuvo en cuenta las tendencias de diseño y consumo contemporáneo para que las técnicas artesanales tradicionales entraran dentro de los requerimientos actuales.