



“FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL, UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL Y REGIONAL 2019-2023 NACIONAL”

“CONVENIO CON EL INSTITUTO DEPARTAMENTAL DE CULTURA Y TURISMO DE CUNDINAMARCA -IDECUT-” No. ADC-2021-398

FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA ARTESANAL DE 250 BENEFICIARIOS DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA EN 21 MUNICIPIOS

ASESORÍA EN DISEÑO GRÁFICO, EMPAQUE Y CATÁLOGO

Informe final

JUAN MARIO ORTIZ LOPEZ

Asesor en Diseño Gráfico

ADC-2021-320

Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

Artesanías de Colombia S.A

Bogotá, diciembre de 2021



Créditos Institucionales

Artesanías de Colombia S.A

Ana María Fríes Martínez - Gerente General

Jimena Puyo Posada - Subgerente de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

Manuela Montoya Mejía - Sub Gerente Promoción y Generación de Oportunidades

Sara Consuelo Sastoque – Subgerente Administrativa y Financiera

Juan Carlos Pacheco – Profesional de Gestión. Supervisor Enlaces

Rosnery Pineda – Articulador Región Cundiboyacense

Gabriela Oliva Erazo – Contratista - Enlace Regional - Laboratorio de Innovación y Diseño de Cundinamarca / Bogotá

Samuel López Rojas – Contratista – Diseñador Líder Región Cundiboyacense y Oriente

Constanza Téllez Tavera – Contratista - Diseñadora Regional – Laboratorio de Innovación y Diseño de Cundinamarca

Patricia Valenzuela – Contratista - Diseñadora Regional – Laboratorio de Innovación y Diseño de Bogotá

Catalina Guevara – Contratista – Profesional Comercial Laboratorio de Innovación y Diseño / Región Cundiboyacense

Rafael Monserrate - Contratista – Profesional Desarrollo Humano - Laboratorio de Innovación y Diseño – Región Cundiboyacense

Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca - IDECUT

Dra. Luisa Fernanda Aguirre – Gerente General IDECUT

Dr. Wilder Moreno – Subgerente de Cultura

Gloria Gallo – Asesora Gerencia

Equipo de Trabajo

Adriana Cárdenas – Contratista / Diseñadora Textil

Amparo Albarracín Robledo – Contratista /Diseñadora Textil

Annette Rodríguez – Contratista /Diseñadora Industrial

Juan Mario Ortiz – Contratista /Diseñador Gráfico

Juan Camilo Jaramillo – Contratista /Comercial



ANEXOS

Anexo 1. Registro Fotográfico

Anexo 2. Asistencia charla Empaque y embalaje

Anexo 3. Brief artesanos

Anexo 4. Cronograma y Plan de Actividades

Anexo 5. Desarrollo de marcas

Anexo 6. Esquema Catalogo virtual

Anexo 7. Evaluación asesor

Anexo 8. Presentación Empaque y embalaje

Anexo 9. Reporte Beneficiarios

Anexo 10. Taller Marca



GLOSARIO

Atributos de marca: Características asociadas a una marca y fácilmente comprobables a través del análisis del producto/servicio que identifica. Los atributos de una marca se definen a partir de los materiales de fabricación del producto, calidad, rendimiento, precio, distribución, accesibilidad, valores, beneficios.

Branding: Anglicismo que hace referencia al proceso de construir y dar a conocer una marca mediante la administración estratégica de los activos que la identifican.

Briefing creativo: Documento que resume información sobre una empresa y sus marcas para el trabajo de diseño de campañas publicitarias. El briefing creativo incluye información sobre públicos objetivos, posicionamiento del producto y sus beneficios, tono de comunicación, eje y concepto de la campaña.

Elementos gráficos: Elementos imprescindibles para la construcción de la identidad visual de una marca dado por los colores corporativos, logotipo y tipografía.

Esencia de marca: Aspectos intangibles que definen la marca. La esencia es un conglomerado de aspectos tales como los valores y principios de la marca. Su know-how y cómo lo transmiten. Los beneficios y aspectos diferenciadores que las audiencias perciben como la naturaleza intrínseca de una marca.

Identidad de marca: Aplicado a la marca personal responde a la pregunta 'quién eres', con dimensiones profesionales y personales.

Imagen de marca personal: Es la percepción de la identidad de la marca personal en la mente de los demás. Son representaciones mentales. Se construyen a partir de la observación de la forma de vestir, el medio social en que se desenvuelve, lo que dices y cómo lo dices, los comportamientos, el desempeño profesional, etc.

Logotipo: Símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, una marca personal u organización. Ha de ser legible, adaptable a diferentes escalas y formatos, reproducible en cualquier soporte, impactante, con pregnancia, atemporal y único.

Manual de identidad de marca: Es un documento donde se marcan los usos y no usos de la imagen de la marca y sus elementos gráficos a respetar.

Marca: Es una identificación con la que se relaciona y ofrece un producto o servicio al mercado. No es sinónimo de logotipo.

Mercado objetivo: También se le conoce como público objetivo, grupo objetivo y mercado meta. Designan al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio.

Posicionamiento de marca: Lugar mental que ocupa un producto y su imagen cuando se compara con el resto de los productos o marcas.



Contenido

INTRODUCCIÓN	10
1. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO E INSTITUCIONAL PARA EL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA	11
1.1. <i>Antecedentes</i>	11
1.2. <i>Políticas de Desarrollo</i>	13
1.3. <i>Metodología</i>	17
2. DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA	20
2.1. <i>Contexto Socio Geográfico</i>	20
3. Municipio de Cachipay	23
3.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	23
3.1.1 <i>Empaque y embalaje</i>	23
3.1.2 <i>Fotografía de producto</i>	23
3.2 <i>Asesorías puntuales</i>	24
3.2.1 <i>Asesoría puntual Integral en diseño</i>	24
4. Municipio de Cajicá	25
4.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	25
4.1.1 <i>Empaque y embalaje</i>	25
4.1.2 <i>Fotografía de producto</i>	25
4.2 <i>Asesorías puntuales</i>	25
4.2.1 <i>Asesoría puntual Integral en diseño</i>	25
5. Municipio de Chía	27
5.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	27
5.1.1 <i>Empaque y embalaje</i>	27
5.1.2 <i>Fotografía de producto</i>	27
5.2 <i>Asesorías puntuales</i>	27
5.2.1 <i>Asesoría puntual Integral en diseño</i>	27
6. Municipio de Cogua	30
6.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	30
6.1.1 <i>Empaque y embalaje</i>	30
6.1.2 <i>Fotografía de producto</i>	30
6.2 <i>Asesorías puntuales</i>	30
6.2.1 <i>Asesoría puntual Integral en diseño</i>	30



7. Municipio de Cota	32
7.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	32
7.1.1 Empaque y embalaje	32
8. Municipio de Cucunubá	33
8.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	33
8.1.1 Empaque y embalaje	33
8.1.2 Fotografía de producto	33
9. Municipio de El Colegio	34
9.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	34
9.1.1 Empaque y embalaje	34
10. <i>Municipio de Facatativá</i>	35
10.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	35
10.1.1 Empaque y embalaje	35
10.1.2 Fotografía de producto	35
10.2 <i>Asesorías puntuales</i>	35
10.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño	35
11. Municipio de Fúquene	38
11.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	38
11.1.1 Empaque y embalaje	38
11.1.2 Fotografía de producto	38
11.2 <i>Asesorías puntuales</i>	38
11.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño	38
12. Municipio de Gacheta	40
12.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	40
12.1.1 Empaque y embalaje	40
12.1.2 Fotografía de producto	40
13. Municipio de Guaduas	41
13.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	41
13.1.1 Empaque y embalaje	41
13.1.2 Fotografía de producto	41
13.2 <i>Asesorías puntuales</i>	41
13.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño	41
14. Municipio de Granada	43
14.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	43
14.1.1 Empaque y embalaje	43



14.1.2 Fotografía de producto	43
15. Municipio de Guasca	44
15.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	44
15.1.1 Empaque y embalaje	44
15.1.2 Fotografía de producto	44
16. Municipio de Junín	45
16.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	45
16.1.1 Empaque y embalaje	45
16.1.2 Fotografía de producto	45
17. Municipio de La Calera	46
17.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	46
17.1.1 Empaque y embalaje	46
17.1.2 Fotografía de producto	46
17.2 <i>Asesorías puntuales</i>	46
17.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño	46
18. Municipio de La Mesa	48
18.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	48
18.1.1 Empaque y embalaje	48
18.1.2 Fotografía de producto	48
18.2 <i>Asesorías puntuales</i>	48
18.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño	48
19. Municipio de Mosquera	51
19.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	51
19.1.1 Empaque y embalaje	51
19.1.2 Fotografía de producto	51
19.2 <i>Asesorías puntuales</i>	51
19.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño	51
20. Municipio de Sutatausa	53
20.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	53
20.1.1 Empaque y embalaje	53
21. Municipio de Tena	54
21.1 <i>Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial</i>	54
21.1.1 Empaque y embalaje	54
21.1.2 Fotografía de producto	54



21.2 Asesorías puntuales	54
21.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño	54
22. Municipio de Tocaima	56
22.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial	56
22.1.1 Empaque y embalaje	56
22.1.2 Fotografía de producto	56
23. Municipio de Zipaquirá	57
23.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial	57
23.1.1 Empaque y embalaje	57
23.2 Asesorías puntuales	57
23.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño	57
24. CONCLUSIONES	59
25. LIMITACIONES Y DIFICULTADES	60
26. RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS	61
27. BIBLIOGRAFÍA	62



RESUMEN

A continuación se presenta el informe final del contrato N. ADC-2021-320 desarrollado entre el Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca IDECUT y Artesanías de Colombia en el proyecto “Fortalecimiento de la actividad productiva artesanal de 250 beneficiarios del departamento de Cundinamarca en 21 municipios mediante la ejecución de actividades de asistencia técnica integral relacionadas con la cadena productiva artesanal en diseño, producción y comercialización con el fin de fortalecer y potencializar sus competencias, capacidades técnicas y productivas facilitando la comercialización de las artesanías y su participación en el Mercado”

El proyecto contemplo Fortalecer la actividad artesanal de beneficiarios en los municipios priorizados del Departamento de Cundinamarca, mediante la ejecución de asistencia técnica con enfoque en diseño gráfico a los artesanos de los municipios de Cucunubá, Sutatausa, Guaduas, Fúquene, Tena, Granada, Chía, Cota, Mosquera, Facatativá, Cajicá, La Calera, La Mesa, Tocaima, El colegio, Cogua, Gacheta, Guasca, Junín, Cachipay y Zipaquirá, de acuerdo a la metodología establecida por Artesanías de Colombia, se realizaron el diseño de 12 marcas nuevas, 5 rediseños de los beneficiarios que ya tengan una marca y deseen mejorarla, realizar la toma de fotografías de productos que sean necesarias para el desarrollo y diseño del catálogo virtual artesanal con la participación de mínimo 21 artesanos seleccionados para el convenio.



INTRODUCCIÓN

A continuación se presentan las actividades realizadas en el contrato ADC-2021-320 en el convenio inter-administrativo entre el Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca IDECUT y Artesanías de Colombia en el proyecto “Fortalecimiento de la actividad productiva artesanal de 250 beneficiarios del departamento de Cundinamarca en 21 municipios, actividades que se planearon mediante un marco lógico previamente aprobado por las dos entidades, se muestra el avance y trabajo realizado con cada uno de los artesanos asesorados mejorando así sus unidades productivas, desde la parte del diseño gráfico y el empaque, hasta llegar al resultado de un catálogo virtual donde cada uno de los artesanos que hace parte del convenio y que presentó un producto tendrán espacio y visibilidad.

Importante destacar que el catálogo es virtual para así poder entregar fácilmente vía correo o de manera digital, demostrando así el esfuerzo en conjunto de todo el equipo de trabajo, de cada uno de las personas del equipo entrando el aporte de cada persona que se verá reflejado en el resultado final, la pieza gráfica se entregó con la información del proyecto con fotografías reales de cada uno de los productos con medidas y dimensiones con reseñas de los artesanos asesorados buscando esta manera que tengan una oportunidad comercial.



1. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO E INSTITUCIONAL PARA EL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA

1.1. Antecedentes

En 2013 se caracterizaron 16 municipios, identificando más de 700 artesanos y productores de artes manuales, en la cobertura de atención de la primera fase, en los cuales se inició con la caracterización de la actividad artesanal, la identificación de los artesanos y asesorías puntuales en diseño para mejoramiento y desarrollo de producto

Anualmente se ha incrementado la identificación de los artesanos y productores de artes manuales hasta llegar a una cifra cercana al 100% de los artesanos del departamento en el 2019.

En el 2014 se formuló por parte de Artesanías de Colombia un proyecto el cual fue ejecutado por el operador Unión Temporal Nexus Gestando, se realizó la caracterización de 30 municipios mediante la aplicación formulario de captura del Sistema de Información Estadístico de la Actividad Artesanal, desarrollado por Artesanías de Colombia y la Universidad Nacional. Se caracterizaron 660 artesanos y productores de arte manual.

En el 2015 se formuló un proyecto por parte de Artesanías de Colombia, el cual ejecutó el Operador CEDAVIDA de octubre de 2015 a julio 13 de 2016, atendiendo a 473 artesanos en 20 municipios.

En el 2015 se atendió directamente desde el Laboratorio de Innovación y Diseño de Cundinamarca los municipios pertenecientes a la provincia de Sabana Centro en actividades de caracterización, diseño y costos y se realizó mejoramiento de acabados en el oficio de carpintería y ebanistería a la población artesana del CRM (Centro de reclusión Militar) del Municipio de Facatativá.

En el 2015 se ejecutaron directamente desde Artesanías de Colombia, a través del Laboratorio de Innovación y Diseño de Cundinamarca dos proyectos en convenios interadministrativos con las Alcaldías de Fusagasugá, y Tenjo y el Curso de Patronaje en el Municipio de Sopo, en alianza estratégica con la Secretaria de Desarrollo del Municipio.

De septiembre de 2015 hasta julio de 2016 se ejecutó un proyecto a través del operador CEDAVIDA, atendiendo a 473 artesanos pertenecientes a 20 municipios en acompañamiento y continuación de actividades: Cachipay - Zipacón, Cajicá, Chía, Zipaquirá, Ubaté, Fúquene, Gama, Girardot, Guachetá, Junín, La Calera, Sesquilé, Sylvania, Simijaca, Sopó, Sutatausa, Tausa, Tocaima, Tocancipá, Villapinzón.



En el 2015 se realizó una alianza estratégica con FEDEMUCC (Federación de Mujeres campesinas de Cundinamarca) y la ONG OXFAM, en la cual se realizó un diagnóstico y una jornada de asesorías puntuales a las asociaciones y unidades productivas de mujeres pertenecientes a FEDEMUCC, en los municipios de: Manta, Villapinzón, Tabio, Cota, Zipaquirá, Funza, Mosquera, Chía, Caparrapí, La Palma, Guaduas, San Juan de Río Seco, Quipile, Guaduas y Chaguaní, con el fin de participar en la Feria de Mujer Rural en el Congreso de la República.

En 2016 se desarrolló el proyecto “Fomento del emprendimiento artesanal en la región cultural Cundiboyacense 2016”, en convenio con la Corporación Mundial de la Mujer dentro del cual se atendieron 201 beneficiarios pertenecientes a 12 municipios del Departamento de Cundinamarca a saber: Ubaté, Tausa, Sutatausa, Susa, Simijaca, Lenguaque, Carmen de Carupa, Guachetá, Cucunubá, Cogua, Tenjo y Utica, en el cual se fortaleció la Cadena productiva de la Lana a través de capacitaciones impartidas por maestras artesanas en esquilado, hilandería y tinturado natural e industrial.

En la fase del 2016 se atendieron a 551 artesanos tradicionales, contemporáneos y hacedores de arte manual en 25 municipios a saber: Anapoima, Anolaima, Chía, Cota, Facatativá, Funza, Fúquene, Fusagasugá, Gachancipá, Gacheta, Girardot, Granada, Guatavita, La Mesa, La Vega, Mosquera, Pacho, San Francisco, Bojacá, Ricaurte, Sesquilé, Sopo, Suesca, Tabio y Zipaquirá

7 de ellos: Anolaima, Facatativá, Cota, Granada, San Francisco, Pacho y Ricaurte son nuevos y se atendieron de manera integral a través de los módulos de: 1. Sistema de información estadístico para la actividad artesanal – SIEAA, 2. Desarrollo Humano, Emprendimiento 4. Producción y Diseño (primeras fases) y comercialización.

Los restantes 18: Anapoima, Chía, Fúquene, Fusagasugá, Gachancipá, Gacheta, Girardot, Guatavita, Funza, La Mesa, La Vega, Mosquera, Sesquilé, Bojacá, Sopo, Tabio y Zipaquirá, se brindó continuidad de actividades en los módulos de Producción, Diseño y Comercialización.

De septiembre a diciembre de 2017 se desarrolló el Proyecto “Fomento de la actividad productiva artesanal en el municipio de Tenjo - Departamento de Cundinamarca Fase 2017 “a través del Convenio Inter administrativo con la Secretaria de Desarrollo económico del Municipio.

Durante los últimos seis años en los cuales Artesanías de Colombia ha atendido al sector artesanal Cundinamarqués, se ha logrado avanzar en la ampliación de Cobertura de 17 municipios atendidos en el 2013 a 32 municipios en el 2016, se ha identificado 2200 artesanos y 1395 caracterizados. Los artesanos Cundinamarqueses han sido beneficiados en toda la cadena de valor artesanal a través de los módulos de Levantamiento de Línea base, Desarrollo Humano / Emprendimiento, Producción, Diseño y Comercialización.

En el 2018 se realizó el convenio interadministrativo “Fomento de la actividad productiva artesanal en el municipio de Tenjo - departamento de Cundinamarca fase 2018”, celebrado entre Artesanías de Colombia s.a., y la Alcaldía de Tenjo en el cual se brindó asesoría técnica en diseño,



producción y comercialización a 34 artesanos de la región. Desde el mes de marzo se cuenta con sede para el Laboratorio de Innovación y Diseño de Cundinamarca en la Casa Chitasugá.

En 2018 se celebró el contrato con la secretaria de la Mujer y Equidad de Género de Cundinamarca en el que se brindó atención a 11 municipios: Chía, Cota, Zipaquirá, Sopó, Utica, La Calera, Sesquilé, Ubaté, Sutatausa, Fúquene y Cucunubá con un total de 180 beneficiarias atendidas en los módulos de producción, diseño y desarrollo de imagen gráfica.

En 2019 se celebró el convenio interadministrativo No SM-CDVVI-023 de 2019 / ADC 2019-231 con la Secretaria de la Mujer y Equidad de Género del Departamento de Cundinamarca, se atendieron 290 mujeres en del Departamento de Cundinamarca 170 artesanas tradicionales, contemporáneas e indígenas en 10 municipios a saber: Tenjo, Nemocón, Cogua, Manta, Funza, Chocontá, Fusagasugá, Tocaima, Simijaca y Choachí y seguimiento a 120 artesanas atendidas en el año 2018 de los municipios de Chía, Cota, Sopó, Zipaquirá, La Calera, Fúquene, Sutatausa, Ubaté, Sesquilé y Útica y la participación en Expoartesánías 2019 en un stand institucional.

Se celebró el convenio interadministrativo ADC 2019-267 con el municipio de Chía se atendieron 40 artesanos organizados de la “Asociación Chía artesanos” mediante la ejecución de actividades de asistencia técnica relacionadas con la cadena de valor artesanal en: diseño y producción y participación en Expoartesánías 2019 en un stand institucional.

Se celebró el convenio interadministrativo ADC 2019-237 con el municipio de Tenjo donde se atendieron 36 artesanos del municipio, mediante la ejecución de actividades relacionadas con el diseño, producción y comercialización del producto artesanal; con la participación en Expoartesánías 2019 en un stand institucional.

Se celebró el convenio interadministrativo ADC 2019-276 con el municipio de Zipaquirá donde se atendieron 30 artesanos del municipio, mediante la ejecución de actividades relacionadas con el diseño y producción del producto artesanal.

Se celebró el convenio interadministrativo ADC 2020-261 con el municipio de Tenjo, se atendieron 25 artesanos de oficios en tejeduría, trabajo en madera, trabajo en piedra, joyería, trabajo en piedra, cerámica, marroquinería, mediante los componentes de producción y calidad (entrega de materia prima y herramientas) y comercialización (desarrollo de campaña comercial y catálogo artesanal virtual).

Se celebró el convenio interadministrativo ADC 2020-332 con el municipio de Fusagasugá, se atendieron 25 artesanos y hacedores de arte manual mediante los componentes de diseño gráfico (desarrollo de marcas y catálogo artesanal virtual) y comercialización (desarrollo de plan de negocios y capacitación en marketing digital)

1.2. Políticas de Desarrollo



En el contexto internacional que debate si la Actividad Artesanal es una industria cultural y creativa se pueden identificar tres enfoques claves. El primero destaca la importancia de la actividad artesanal dentro de la economía de las naciones, sobre todo en los países más pobres. Organizaciones multilaterales tales como UNESCO (1989, 2000, 2007), la Organización Mundial de Comercio (1997, 2001) y la Organización Internacional del Trabajo (2003, 2008) muestran la importancia de la actividad artesanal dentro de las economías locales y recalcan la forma como se incorporan a los mercados bajo esquemas particulares de producción y organización social. Para estas organizaciones, la artesanía es parte fundamental de la economía local y contiene características particulares en sus formas domésticas de producción capaces de enfrentar los mercados a través de un actor denominado artesano, quien es el individuo que articula los diferentes factores de la actividad y es el gestor principal de la articulación entre un contexto local y global.

El segundo enfoque se relaciona con la importancia de la actividad artesanal dentro del patrimonio cultural de los pueblos. Por ejemplo, la UNESCO (2005) considera que la actividad artesanal representa la riqueza del patrimonio material e inmaterial de los pueblos. Según esta organización, las artesanías son objetos elaborados a mano con elementos y características de la identidad de una región o país en las que se puede reconocer un trabajo de producción doméstica que relacionan elementos tradicionales tales como el oficio artesanal, las materias primas naturales locales y la expresión artística de un pueblo. Por estas características, los procesos de fortalecimiento de la actividad artesanal deben tener especial cuidado, pues es una actividad que hace parte de un conglomerado social y cultural heterogéneo, en la que, primero, se deben reconocer los elementos particulares de identidad para plantear procesos para su desarrollo. El tercer enfoque enfatiza sobre los marcos legislativos que rigen la actividad artesanal en países de América Latina y el Caribe. Una revisión sobre el marco legislativo, nos permite entender la importancia de la actividad artesanal dentro de los contextos nacionales, sobre todo en los países de América Latina y el Caribe. Por ejemplo, Colombia fue una de las primeras naciones en elaborar una Ley del Artesano en la que define la artesanía como una actividad creativa y permanente de producción de objetos, realizada con predominio manual y auxiliada en algunos casos con maquinarias simples obteniendo un resultado final individualizado, determinado por los patrones culturales, el medio ambiente y su desarrollo histórico. Entretanto, en Ecuador, se sancionó la ley el 26 de mayo de 1986, en la que se definen tres tipos de artesanos: el artesano maestro quien es el que domina la técnica de un arte u oficio, con conocimientos teóricos y prácticos, que ha obtenido el título y calificación correspondientes, conforme a las disposiciones legales y reglamentarias pertinentes y dirige personalmente un taller puesto al servicio del público; el artesano autónomo es aquel que realiza su arte u oficio, con o sin inversión alguna de implementos de trabajo, y las Asociaciones, gremios, cooperativas y uniones de artesanos, aquellas organizaciones de artesanos que conforman unidades económicas diferentes de la individualidad y se encuentren legalmente reconocidas y en Perú, según la ley N° 29073, el artesano es la persona que se dedica a la elaboración de objetos que reúnan las características establecidas en el artículo 5°, y que desarrolle una o más de las actividades señaladas en el



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

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

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

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

Estas acciones han permitido destacar el énfasis socioeconómico de la actividad artesanal, el valor dentro del patrimonio cultural de las regiones y del país y ha demostrado la importancia de la actividad artesanal dentro de las economías locales, sobre todo en la forma cómo se incorpora a los mercados bajo esquemas particulares de producción y organización social. Por ejemplo, en el 2018, esta entidad, a través de los laboratorios de diseño e innovación (estrategia implementada en 33 Departamentos) hizo una inversión de 9.828 Millones de pesos logrando apalancar 4.106 millones adicionales para el desarrollo y ejecución de proyectos regionales con énfasis en la calidad, la competitividad y la visibilización de los componentes culturales asociados a esta actividad económica local.



Estos avances demostraron la importancia de los diferentes actores locales en las economías basadas en el saber colectivo y cultural de las comunidades, es decir que en la actividad artesanal la creatividad, la cultura, los conocimientos y saberes locales colectivos son aquellos “valores”, que se destacan en la cadena de valor productiva y competitiva, sin olvidar la importancia del uso sostenible de materias primas y la comercialización en contextos locales, regionales, nacionales e internacionales como dos de los más importantes eslabones de dichas cadenas.

De esta manera, en el marco de la economía naranja, se destaca que para el fortalecimiento de la actividad artesanal de una parte se deben identificar las particularidades en su forma de organización social y productiva y, de otra parte, se deben potenciar las relaciones que establecen las comunidades con vocación artesanal en lo local para extenderlas al mercado.

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

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

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



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

En este sentido, teniendo en cuenta los anteriores elementos, con el fin de alinearse con la actual política nacional y reconociendo que el sector artesanal es (y ha sido) un protagonista clave en la construcción de paz, en el actual periodo de estabilización, Artesanías de Colombia continúa ejecutando su Plan Estratégico Artesanos Tejedores de Paz 2017-2022 a través de sus líneas estratégicas para potenciar las capacidades de las diferentes regiones con vocación artesanal. Acorde con esto los productos planteados en el proyecto de inversión: “Fortalecimiento de la actividad artesanal como alternativa de desarrollo local 2019-2023”, se concentran en los siguientes servicios: asistencia técnica para el desarrollo de iniciativas Clústeres, diseño y/o mejoramiento de productos artesanales, asistencia técnica para la actividad artesanal, información sobre el sector artesanal, apoyo para la modernización y fomento y asistencia técnica para el fortalecimiento de las redes regionales de emprendimiento. Es por esto que los proyectos regionales deben propender por actividades de creación de clústeres artesanales y redes de oficios regionales, así como también por el fortalecimiento de los 33 Laboratorios de Diseño e Innovación para promover comercialmente los productos artesanales. De igual forma, también es necesario adelantar acciones encaminadas a gestionar alianzas para la cofinanciación de proyectos y prestar servicios de asistencia técnica, capacitación y formación, así como también consolidar el sistema de información y comunicación y la creación de un observatorio de la actividad artesanal. Por último, los proyectos regionales también deben enfatizar actividades con un enfoque de innovación social, innovación tecnológica e innovación local, el fortalecimiento de comunidades artesanales en temas de propiedad intelectual, signos distintivos, sellos de calidad, educación financiera, mejoramiento tecnológico y uso sostenible de materias primas, apoyar a las organizaciones artesanales y fomentar los emprendimientos culturales.

Igualmente, los Laboratorios de Diseño e Innovación continuarán atendiendo y beneficiando a los diferentes artesanos del país a través de la gestión del conocimiento, la asesoría para la protección de la propiedad intelectual, la promoción y oportunidades comerciales a través de los programas de: Asesorías Puntuales, Programa Nacional de Moda y Joyería, APD – Atención a población desplazada, Atención a grupos étnicos, comunidades Afro y ROM.

1.3. Metodología

Para el desarrollo de este proyecto y de las actividades propuestas en el marco lógico como entregables definitivos para el desarrollo de dicho contrato se planearon tres tipos de estrategias y



metodologías de esta forma el proceso fue más sencillo y fácil de asimilar por los artesanos y por el asesor.

Para el primer componente que es la charla de empaque y embalaje fue necesario hacer una convocatoria previa con una invitación a los artesanos a participar en la charla que fue de manera virtual, para esto se envió dicha invitación por medio de los grupos de WhatsApp que se habían generado con cada uno de los municipios y que tenían a los artesanos como integrantes priorizados, después de hacer la convocatoria se envió un enlace el día de la reunión para que los artesanos entraran y participaran de la charla, se dictaron los temas pactados, explicándoles de una manera sencilla y fácil de digerir a los artesanos, dejándolos participar y preguntar cualquier duda que tuvieron en la charla, está fue elaborada de una manera sencilla y con una comunicación de fácil entender hacia cualquier público.

Para el desarrollo de marcas se usó la metodología de co-diseño dónde artesano y asesor trabajaron de la mano, para elegir a las 17 marcas a trabajar, fue necesario la colaboración de las diseñadoras industriales, quienes sabían el proceso de los artesanos y quienes realmente merecían una marca que representara sus talleres y a sus unidades productivas, se informó a las asesoras que las personas que obtengan marca deben ser artesanos con un producto bueno, de buen nivel y que estén participando en el proyecto, además que realmente estén usando la artesanía como modo de vida, se intentó que por lo una persona por municipio fuera atendida en asesoría puntual de marca, donde se vieron conceptos básicos de diseño y se les explico la importancia de la obtención de un logotipo en cada una de sus empresas o talleres artesanales.

Después de seleccionar los artesanos se procedió hacer una convocatoria vía WhatsApp creando un grupo con los 17 elegidos finales, se les informo que se hará una asesoría puntual directa con cada uno de ellos, esta asesoría tendrá un espacio para bocetación, lluvia de ideas y para entregar conceptos básicos que hicieran que el artesano entendiera como es el proceso del desarrollo de una marca desde cero, si la marca ya existía, era necesario hacer un rediseño se pasó directo al momento de la bocetación donde el artesano propone nuevas ideas para mejorar su marca y de esta forma el asesor puedo dar comienzo a todas las ideas.

Se planeó vía WhatsApp la entrega de bocetos, cuando los artesanos aprueban una marca se procedía hacer una última reunión donde se entrega manual de marca y logotipo final, en casos del rediseño o de desarrollo de piezas gráficas se les entrego todo el material elaborado durante las asesorías.

Por último para el desarrollo del catálogo virtual fue necesario hacer una selección de productos finales que fueron a la tienda, la selección la hicieron las asesoras en diseño industrial y los enlaces regionales o cabezas del proyecto, luego de tener seleccionadas por medio de varios comités a los artesanos que tendrán presencia en la tienda se procede a recolectar los productos provenientes de cada uno de los municipios, recibiendo todo el material en el estudio fotográfico para así adelantar tomas de cada uno de los productos que irán en el catálogo, luego de tener las



fotografías listas se procedió a la diagramación de dicho catálogo el cual se entregó digitalmente como medio de verificación en el entregable final del proyecto.

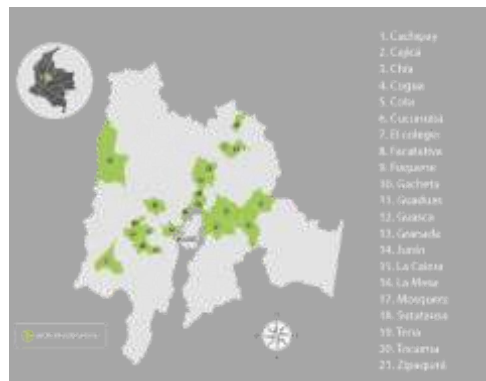


2. DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA

2.1. Contexto Socio Geográfico

Cundinamarca es uno de los 32 departamentos que junto con el Distrito capital de Bogotá conforman la República de Colombia. A 2018 es el tercer departamento más poblado con 2.800.000 habitantes (sin incluir Bogotá).

Cundinamarca limita por el norte con el departamento de Boyacá, por el sur con los departamentos de Huila y Tolima, por el occidente con el río Magdalena, por el oriente con el departamento de Casanare



Mapa de Cundinamarca municipios priorizados. Imagen Juan Mario Ortiz, Bogotá 2021.

Podemos distinguir en Cundinamarca tres zonas que van desde los 300 m.s.n.m. hasta los 3.000 m.s.n.m. al occidente una zona de tierras bajas correspondientes al Valle del Magdalena, en el centro una zona montañosa que corresponde a la cordillera oriental, esta zona cubre la mayor parte del departamento de Cundinamarca, en la parte central se encuentre el altiplano y la sabana de Bogotá. Al oriente se ubican el piedemonte de los llanos orientales; que presenta una topografía suave, cálida y húmeda, esta última región se encuentra poco poblada.

Por las características topográficas del departamento de Cundinamarca el clima es muy variado; cálido y seco en el valle del Magdalena, cálido y húmedo en el piedemonte llanero y finalmente podemos encontrar un clima templado, frío o de páramo que puede ser seco o húmedo en la cordillera oriental.

Las actividades económicas más importantes del departamento de Cundinamarca son la industria, el comercio, los servicios y el sector agropecuario, la mayoría de las cuales se encuentran ubicadas los alrededores de Bogotá. Dentro del sector agropecuario las actividades que presentan un mayor desarrollo son: la floricultura y la ganadería.

Es un departamento rico en oferta artesanal, al igual que con desarrollo de nuevas expresiones, con una necesidad permanente de asistencia de manera integral y especializada en todos los



procesos de la cadena de valor, para llegar a la innovación en diseños acordes con las tendencias del mercado.

El Instituto Departamental de Cultura y Turismo (IDECUT) organizó cuatro rutas para recorrer Cundinamarca, ellas son:

• Ruta de Dulce y Aventura

Rafting, parapente o torrentismo, los deportes de aventura en espacios naturales y culturales están dentro de los mayores atractivos de la Ruta de Dulce y Aventura, que atraviesa los municipios de Facatativá, El Rosal, San Francisco, La Vega, Nocaima, Vergara, Nimaima, Útica, Villeta, Guaduas y Puerto Salgar.

• Ruta del Dorado

Chía, Cajicá, Tocancipá, Gachancipá, Guatavita, Zipaquirá, Nemocón, Cogua, Tausa, Sutatausa, Cucunubá, Ubaté, Fúquene, Susa, Simijaca, Cota, Tabio, Tenjo, Sesquilé y Suesca componen la Ruta del Dorado, lugares “cuna de riqueza y tradición”. Ahí se vive la mística, la tradición, la historia y la competitividad indígena que se refleja en su cultura y gastronomía.

• Ruta del Agua


El balance perfecto entre la naturaleza y la historia. De eso se trata la Ruta del Agua, bautizada así porque en este territorio se encuentra la más importante fuente hídrica del departamento, que abastece a Bogotá y genera el 25 por ciento de la energía hidroeléctrica del país.

El recorrido inicia en Guasca y continúa por Junín, Gachetá, Gama, Gachalá, La Calera, Ubalá, Medina, hasta llegar a Fómeque, y ahí se puede disfrutar de caminatas y cabalgatas por senderos que dejan ver importantes especies de flora y fauna, mientras se llega a los más significativos centros ceremoniales de la cultura Muisca.

• Ruta del Río

Alrededor de los ríos Magdalena, Calandaima, Apulo, Sumapaz, entre otros, se estableció la Ruta del Río, que recorre los municipios de Soacha, Sibaté, Granada, Silvania, Fusagasugá, Nilo, Ricaurte, Girardot, Tocaima, Agua de Dios, Viotá, Apulo, Anapoima, El Colegio, La Mesa, Tena, San Antonio del Tequendama, Mosquera, Funza y Madrid.

El Departamento de Cundinamarca se encuentra dividido en 15 provincias administrativas en las que se agrupan los 116 municipios y Bogotá Distrito Capital.

PROVINCIAS Y MUNICIPIOS EN EL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA 	
PROVINCIA DE ALMEIDAS	Chocontá • Machetá • Manta • Sesquilé • Suesca • Tibirita • Villapinzón
PROVINCIA DEL ALTO	Agua de Dios • Girardot • Guataquí



MAGDALENA	• Jerusalén • Nariño • Nilo • Ricaurte • Tocaima
PROVINCIA DEL BAJO MAGDALENA	Caparrapí • Guaduas • Puerto Salgar
PROVINCIA DEL GUALIVÁ	Albán • La peña • La Vega • Nimaima • Nocaima • Quebradanegra • San Francisco • Sasaima • Supatá • Útica • Vergara • Villeta
PROVINCIA DEL GUAVIO	Gachalá • Gacheta • Gama • Guasca • Guatavita • Junín • La Calera • Ubalá
PROVINCIA DE MAGDALENA CENTRO	Beltrán • Bituima • Chaguaní • Guayabal de Siquima • Pulí • San Juan de Rioseco • Vianí
PROVINCIA DE MEDINA	Medina • Paratebueno
PROVINCIA DE ORIENTE	Cáqueza, • Chipaque • Choachí • Fómeque • Fosca • Guayabetal • Gutiérrez • Quetame • Ubaque • Une
PROVINCIA DE RIONEGRO	El Peñón • La Palma • Pacho • Paima • San Cayetano • Topaipí • Villagómez • Yacopí
PROVINCIA DE SABANA CENTRO	Cajicá • Chía • Cogua • Gachancipá • Nemocón • Sopó • Tabio • Tenjo • Tocancipá • Zipaquirá
PROVINCIA DE SABANA OCCIDENTE	Bojacá • El Rosal • Cota • Facatativá • Funza • Madrid • Mosquera • Subachoque • Zipacón
PROVINCIA DE SOACHA	Sibaté • Soacha
PROVINCIA DEL SUMAPAZ	Arbeláez • Cabrera • Fusagasugá • Granada • Pandi • Pasca • San Bernardo • Silvania • Tibacuy • Venecia
PROVINCIA DEL TEQUENDAMA	Anapoima • Anolaima • Apulo • Cachipay • El Colegio • La Mesa • Quipile • San Antonio del Tequendama • Tena • Viotá
PROVINCIA DE UBATÉ	Cucunubá • Fúquene • Guachetá • Lenguazaque • Simijaca • Susa • Sutatausa • Tausa • Ubaté

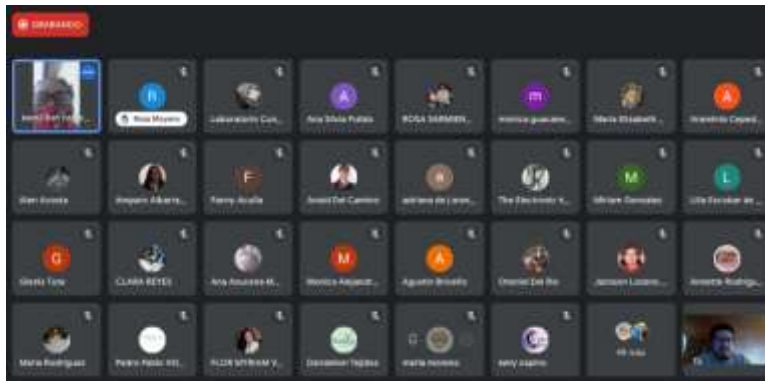


3. Municipio de Cachipay

3.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

3.1.1 Empaque y embalaje

Se convocó a reunión con todos los artesanos que hacen parte del proyecto, y se presentó la charla referente al empaque y embalaje, mostrando su importancia en el mundo artesanal, dando conceptos básicos para el desarrollo de diseño de sus empaques, haciendo énfasis en el sistema de embalaje, dando entender que para poder hacer sus envíos deben cumplir con algunas normas allí descritas, asisten dos personas del municipio esperando que comuniquen importancia de la charla a los demás artesanos beneficiados en el proyecto.



Seminario Empaque y embalaje, artesanos de Cundinamarca convenio ADC-IDECUT. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia

3.1.2 Fotografía de producto

Cómo se explicó en la metodología para el desarrollo del catálogo virtual fue necesario hacer una toma de fotografías de cada uno de los productos, en cada uno de los municipios hay representantes que están presentes en el catálogo final, se hacen tomas, retoque digital y diagramación.



Producto seleccionado de Jaime Cortez, artesano de Cachipay. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia



3.2 Asesorías puntuales

Con ayuda de la asesora en diseño se escogió al artesano José Darío Basto para el desarrollo de su marca aprovechando su buen producto.

3.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño

José Darío Basto, en la reunión con el artesano se le presento la forma en que se va a trabajar en el proceso del desarrollo de su marca, el artesano expuso varias ideas que tiene para el desarrollo de esta, se le entregó talleres para que desarrolle y así poder tener más elementos para el desarrollo de dicho logotipo, se propone una marca innovadora con ideas clásicas que le surgen al beneficiario durante la primera sesión.



*Primera Asesoría puntual virtual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

El artesano no envió los insumos para poder desarrollar su marca, el taller no se encuentra diligenciado y sin este es imposible dar inicio al desarrollo de su marca se le aviso vía telefónica para que entregara prontamente su taller y así poder terminar con su proyecto y su marca, pero el artesano nunca contestó, se le hizo una asesoría y proceso de bocetación, pero nunca se recibió retroalimentación para poder trabajar en su marca.



4. Municipio de Cajicá

4.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

4.1.1 Empaque y embalaje

Se hizo presentación general donde se invitó a todos los artesanos que hacen parte del convenio, asistieron cinco beneficiarios del municipio de Cajicá mostraron un gran interés en el tema se ve que se encuentran interesados gracias a su alta asistencia, importante tener en cuenta a futuro hacer más charlas de este tipo que profundiza en el tema.

4.1.2 Fotografía de producto

Para el desarrollo del catálogo se tomaron fotos de diferentes productos de artesanos seleccionados por los comités de diseño, productos que van en el catálogo final y tendrán presencia comercial.



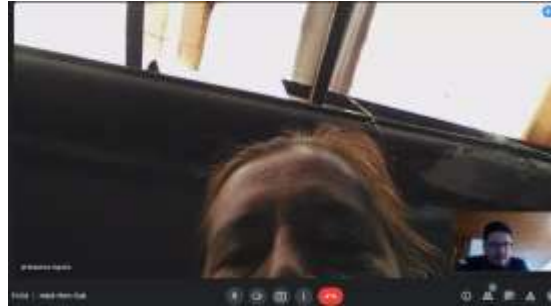
Producto seleccionado de Clara Rodríguez, artesana de Cajicá. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia

4.2 Asesorías puntuales

El equipo de trabajo propuso asesorar puntualmente en diseño gráfico a la artesana Florentina Montejo quien tiene ya un taller registrado y una marca fuerte y sólida, se le propuso hacer desarrollo de etiquetas para poder trabajar con su marca, lo cual remplaza la elaboración de una marca desde cero.

4.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño

Florentina Montejo, la artesana ya tiene una marca desarrollada con unos muy buenos elementos, se contactó con ella para hacer el desarrollo de su etiqueta, expuso sus ideas y envía logotipo de su marca, propuso textos para el desarrollo de dicha pieza, se procedió al desarrollo de su etiqueta y se programará segunda reunión para entregar el final de su proyecto.



*Primera Asesoría puntual virtual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

Se le entregaron a la artesana varias propuestas para sus etiquetas dado que ya tiene una marca contundente y fácil de recordar, se desarrollaron las etiquetas para que puedan ser usadas en sus en sus seriales y en su taller como insumo corporativo, las etiquetas son aprobadas por ella y se entregó archivo final para impresión.



*Etiqueta Aprobada. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*



5. Municipio de Chía

5.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

5.1.1 Empaque y embalaje

Se convocó una charla general donde la idea fue que asistieran la mayor cantidad de artesanos de todos los municipios del convenio, asistió tan sólo un beneficiario del municipio, mostrando bajo interés en el tema de empaque y embalaje, se entregó toda la información referente al tema esperando que el beneficiario puede hacer llegar este saber a los demás artesanos, importante hacer este tipo de charlas a varios artesanos directamente en el municipio para encontrar mayor asistencia.

5.1.2 Fotografía de producto

Para el municipio de Chía se escogen algunos artesanos y sus productos asesorados por los diseñadores industriales que cumplen con todos los niveles de calidad, se procedió hacer toma fotográfica para incluirlos en el catálogo virtual final.



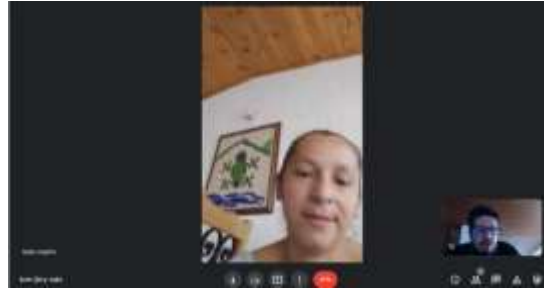
*Producto seleccionado de Ana Lancheros, artesana de Chía. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

5.2 Asesorías puntuales

Se asesoraron artesanos elegidos por las diseñadoras que tuvieron un producto interesante y de buena calidad, y que necesitó una marca para seguir con sus talleres y emprendimientos, dándole realce a su trabajo, en el caso de Chía se escogió la artesana Kelly Johana Ospino y a Pedro Pablo Villamarín.

5.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño

Kelly Johana Ospino: en la asesoría se presentó documento identificando la importancia del diseño de marca, la beneficiaria mostró su marca actual y su producto, se identifican posibles cambios en sus elementos gráficos, se procede a hacer taller de bocetación, se envía dicho taller con la finalidad que la artesana lo recrece diligenciado y así poder desarrollar una propuesta por parte del diseñador gráfico, se programó segunda asesoría para entrega de bocetos.



*Asesoría puntual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., agosto 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

Los bocetos enviados por la artesana y lo hablado en la reunión se desarrolló una propuesta de marca a continuación se mostrará la propuesta y algunas de sus variaciones al final artesana toma la decisión por una de las alternativas y en próxima reunión se entregará la marca final con manual de identidad entregado esto se finalizó el trabajo con dicha artesana.



Marca actual y boceto hecho por la artesana, para desarrollo de la nueva marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., septiembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia



*Marca Aprobada. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., septiembre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

Pedro Villamarín, la reunión con el artesano se mostró el desarrollo de su marca que ya existe, tiene un logotipo con muy buenos elementos, desarrollado en el programa de asesorías puntuales, como ya tiene una marca contundente y bonita se procede a trabajarlo en el desarrollo de unas etiquetas que hagan juego con la marca que tiene muy bien desarrollada, se programó segunda reunión para presentar bocetos de dichas etiquetas y tarjetas de presentación.



*Primera Asesoría puntual virtual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

Con el artesano se trabajó en un nuevo eslogan para su marca dado que el desarrolla artesanías de Colombia no le gustaba mucho, se logró un nuevo slogan, se cambió en todas las piezas que tiene el artesano como: etiquetas, tarjetas y empaques, se propone una nueva etiqueta que ya se aprobó por parte del artesano.

PEDROPALOS
— ARTESANÍA ANCESTRAL —

*Nuevo desarrollo con slogan diferente, Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*



6. Municipio de Cogua

6.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

6.1.1 Empaque y embalaje

Se programó charla de empaques y embalaje donde se mostró la importancia de tener nuestros productos en buen estado y que lleguen sin ningún contratiempo a los destinos que piensan enviarlos en algún momento de su cadena comercial, del municipio de Cogua asistieron cuatro artesanos mostrando interés en el tema, se propuso tener más charlas de este tipo para profundizar.

6.1.2 Fotografía de producto

Para Cogua también se seleccionaron varios artesanos que tienen presencia en el catálogo virtual, y tendrán sus productos exhibidos en la tienda, se hicieron tomas fotográficas de los productos finales previo al inventario de entrega final en la tienda Kuna Mya.



Producto seleccionado de Ana María Espinel, artesana de Cogua. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia

6.2 Asesorías puntuales

Se hizo una selección de artesanos que estén interesados en el desarrollo de una marca, en el caso de Cogua se encontró a la artesana Araminta Cepeda quien manifiesta estar interesada y tener una marca lista para rediseñar.

6.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño

Araminta Cepeda, con la artesana se trabajó en la marca que ya tiene y que fue diseñada por un diseñador previamente, la marca actual a ella le gusta, pero quiere refrescarla y ponerle elementos más modernos, para esto se procede hacer bocetación a partir de elementos que ya se pueden observar en la marca actual, se propuso nueva reunión para mostrarle los bocetos de su marca.



*Primera Asesoría puntual virtual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

Como la artesana ya tiene una marca desarrollada con la que se siente a gusto se procedió al desarrollo de una etiqueta para su marca, la pieza fue aprobada y se entregó a satisfacción.



7. Municipio de Cota

7.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

7.1.1 Empaque y embalaje

Se hizo una convocatoria general para presentar el tema de empaques y embalajes de vital importancia para el envío de la mercancía de cada uno de los artesanos de Cundinamarca, a la charla asistieron cuatro artesanos del municipio mostrando gran interés por el tema.

7.1.2 Fotografía de producto

Después de seleccionar a los artesanos que tendrán presencia en la tienda, se recolecta sus productos para la toma fotográfica y el retoque para la diagramación del catálogo virtual del proyecto.



*Producto seleccionado de Angélica Latorre, artesana de Cota. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*



8. Municipio de Cucunubá

8.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

8.1.1 Empaque y embalaje

En charla programada para todos los artesanos del que hacen parte del convenio participaron dos artesanos del municipio, donde se presentó la importancia del sistema empaque y embalaje en cada uno de sus talleres y cómo puede servir para que su producto se conserve en los envíos a cualquier lugar.

8.1.2 Fotografía de producto

En el municipio de Cucunubá se seleccionaron varios productos de diferentes artesanos, teniendo presencia importante en el catálogo virtual que se presentó como medio de verificación, se hicieron tomas fotográficas de dichos productos y retoque digital para así poder diagramar el material.



Producto seleccionado de Otoniel del Rio, artesano de Cucunubá. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia



9. Municipio de El Colegio

9.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

9.1.1 Empaque y embalaje

De El Colegio asistieron dos artesanos a la charla programa sobre empaques y embalajes donde se trataron temas importantes para que los beneficiarios aprendan a transportar sus productos sin ningún inconveniente, dicha charla se llevó sin ningún contratiempo y se proponen nuevas charlas que refuercen el tema tratado.

9.1.2 Fotografía de producto

Para el entregable del catálogo virtual es necesario tener fotografías de todos los artesanos asesorados con producto que haya pasado con los comités de diseño, en el caso de El Colegio hay varios representantes que hacen presencia comercial en el catálogo y en la tienda.



Producto seleccionado de Marisol Sánchez, artesana de El Colegio. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia



10. Municipio de Facatativá

10.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

10.1.1 Empaque y embalaje

Se programaron charlas donde participaron todos los artesanos del convenio en la cual se trataron temas de empaque y embalaje y su importancia para que los productos lleguen en buen estado a sus destinos, del municipio asistieron 5 beneficiarios y demuestran interés por el tema proponiendo nuevas charlas que refuercen lo que se habló.

10.1.2 Fotografía de producto

Se seleccionaron diferentes productos de diferentes artesanos del municipio, a estos productos se les hizo toma fotográfica para después ser puestos en el catálogo virtual artesanal.



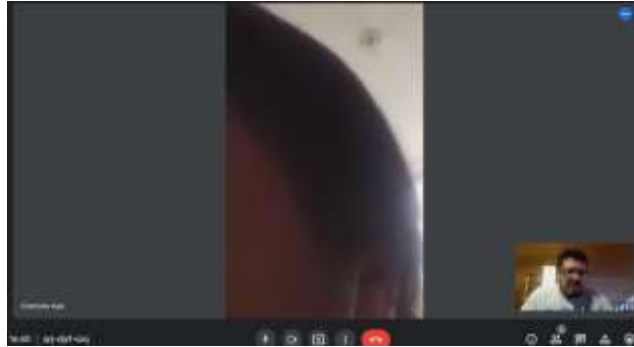
Producto seleccionado de Emilia Blanco, artesana de Facatativá. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia

10.2 Asesorías puntuales

Para este municipio se escogieron 2 artesanas que cumplieran con un excelente producto además de estar interesado en el desarrollo de su marca, a continuación, se describe como se asesoró a la beneficiaria.

10.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño

Graciela Aya, Primera reunión con la artesana, se presentó la forma de trabajar en este proceso, se entregaron talleres de bocetación para que la artesana elabore y a partir de este se pueda elaborar el diseño de su marca, la beneficiaria envió taller diligenciado y un par de bocetos, en la segunda reunión se entregaron propuestas hechas por el asesor para el desarrollo de su marca.



*Primera Asesoría puntual virtual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*



Bocetos hechos por la artesana, para desarrollo de la nueva marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., septiembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia

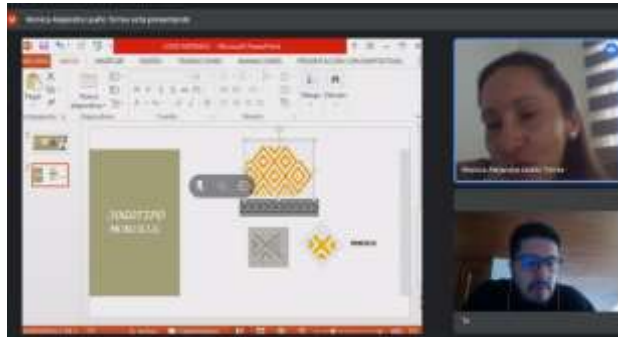
Nueva reunión con la artesana por el medio de WhatsApp se entregaron los insumos para generar la marca y los bocetos desarrollados por la artesana, basado en el co-diseño se entregó la siguiente marca que fue aprobada y verificada por la beneficiaria, mostrando gran agrado por su nuevo desarrollo gráfico.



*Marca Aprobada. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*



Mónica Leño, también con la artesana se revisó la marca que tiene actualmente y las ideas que tiene para el desarrollo de dicha marca, se encontró que tiene varias ideas muy válidas y a partir de ellas se empezó a hacer el desarrollo de logos, se entregó taller de bocetación, aunque la artesana ya tiene un desarrollo adelantado, se propuso nueva reunión para entregar bocetos a partir de sus ideas.



*Primera Asesoría puntual virtual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

La beneficiaria entregó bocetación y se le realizó marca, con la cual quedó a gusto, se le entregó marca final.



11. Municipio de Fúquene

11.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

11.1.1 Empaque y embalaje

En charla programada para el desarrollo de empaques y embalajes se encontró que el municipio está bastante interesado en el tema, de Fúquene asistieron siete beneficiarios mostrando la importancia del sistema de empaque y del correcto embalaje para el transporte de sus productos.

11.1.2 Fotografía de producto

En Fúquene se escogieron algunos artesanos con sus productos característicos para hacer toma fotográfica y poderlos vincular en el catálogo virtual que será entregado en medio digital a todos los artesanos del proyecto.



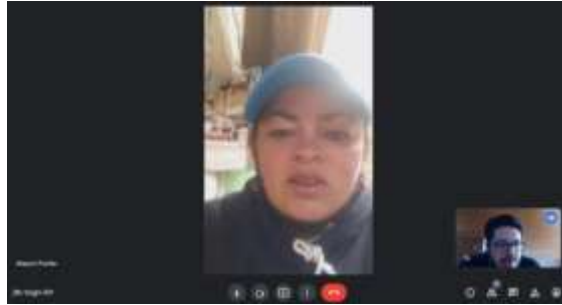
Producto seleccionado de Elsa Rodríguez, artesana de Fúquene. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia

11.2 Asesorías puntuales

Se seleccionaron 12 marcas para hacerles un diseño desde cero dentro de las cuales se encontró una artesana del municipio, a continuación, se muestra el proceso en el desarrollo de su marca.

11.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño

Mayuri Pulido: en la asesoría se presentó documento identificando la importancia del diseño de marca, la beneficiaria mostró interés en dicha actividad y se comprometió a entregar taller de bocetación de su marca, en el momento ya definió el nombre para su taller, se propuso actividad de *naming* para reforzar las ideas que tiene y poder lograr una marca contundente, a la espera del taller se procedió al co-diseño de dicha marca, se programó segunda asesoría para entrega de bocetos.



*Asesoría puntual virtual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., agosto 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

Tomando en cuenta el taller bocetación enviado por la artesana se dispuso hacer desarrollo de marca desde cero, más de escoger un hombre partiendo de las ideas que dio la beneficiaria basados en el taller del *namings*, se presentaron varias propuestas de color y de elementos gráficos, la artesana decidió escoger uno de los diseños y se empezó a hacer pruebas de color, la artesana se decidió por uno de los diseños y en la siguiente reunión se le entrego manual y logotipo final.



Boceto hecho por la artesana, para desarrollo de la nueva marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., septiembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia



*Marca Aprobada. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., septiembre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*



12. Municipio de Gacheta

12.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

12.1.1 Empaque y embalaje

Se programó charla empaques y embalajes donde se mostró la importancia del desarrollo de un buen empaque y de cómo conservar el producto mediante el correcto embalaje, del municipio asistieron tres beneficiarios y se propuso nuevas charlas que refuercen el tema.

12.1.2 Fotografía de producto

En el caso de Gacheta también se seleccionó un artesano y su producto final, se le hicieron tomas fotográficas y retoque digital para que tengan presencia en el catálogo virtual artesanal.



*Producto seleccionado de Nora Bonilla, artesana de Gacheta. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*



13. Municipio de Guaduas

13.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

13.1.1 Empaque y embalaje

Se programó una reunión para todos los artesanos que hicieron parte del convenio, se envió invitación por medio de WhatsApp a todos los grupos de artesanos buscando una gran asistencia para el tema que es de vital importancia en el cuidado de sus productos, lastimosamente del municipio no asistieron artesanos a la charla, se propone asistir directamente al municipio para dictar las charlas personalmente.

13.1.2 Fotografía de producto

Se hicieron tomas fotográficas de los productos seleccionados en comité de diseño, sólo los mejores productos fueron seleccionados y se les hizo un estudio detallado y de esta forma fueron usados en el catálogo final.



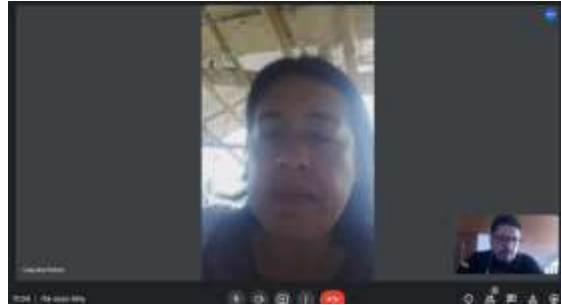
Producto seleccionado de Felipe Chamorro, artesano de Guaduas. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia

13.2 Asesorías puntuales

Se eligió un artesano en el municipio de Guaduas para el desarrollo de las asesorías puntuales en diseño gráfico donde se encontró recomendaciones para el desarrollo de un logo nuevo que cumplió con las ideas que tiene el artesano que fue llamativo comercialmente.

13.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño

Alen Acosta, la reunión con el artesano se propuso la forma de trabajar, no asistió el beneficiario sino su esposa quien también hace parte del taller artesanal, con ella se conversaron varias opciones para el desarrollo de su marca, puesto que ya tienen una marca desarrollada, se procedió hacer un logotipo nuevo partiendo de los elementos que ya existen. Envío taller desarrollado y se propone nueva fecha para entregar bocetos de marca desarrollados por el asesor.



*Primera Asesoría puntual virtual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

Telefónicamente y vía WhatsApp se entregaron diferentes talleres e ideas se le hizo entrega de bocetos al artesano, a los cuales le hace diferentes cambios y sugerencias al final se pudo ver una marca llamativa y que es del agrado del beneficiario, la marca se encontró aprobada y se dispuso a enviar archivos editables para que el artesano los pueda usar.



*Marca Aprobada. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*



14. Municipio de Granada

14.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

14.1.1 Empaque y embalaje

Por medio de los grupos de WhatsApp donde se encuentran los artesanos de cada municipio se hizo invitación para el desarrollo de una charla que tenga que ver con empaques y embalajes, al municipio de Granada se le envió la invitación, pero a dicha reunión sólo asistió un artesano, se tratan temas de vital importancia para el cuidado de sus productos, y se esperó mayor participación de los artesanos del municipio.

14.1.2 Fotografía de producto

En Granada también se hizo la selección de productos para la tienda y se hizo fotografía de cada uno de los que pasaron el comité, de esta forma pudo ser parte del catálogo virtual.



Producto seleccionado de Rosana Herrera, artesana de Granada. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia



15. Municipio de Guasca

15.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

15.1.1 Empaque y embalaje

Se hizo convocatoria para charla empaque y embalaje donde se presentó la importancia de un sistema de empaque y de cómo conservar los productos en envíos y traslados, de una manera sencilla y dinámica, los artesanos entendieron y se sintieron a gusto con el tema, del municipio asistieron seis artesanos y además expresaron su conformidad con la charla esperando nuevas actividades que refuercen el tema tratado.

15.1.2 Fotografía de producto

Algunos artesanos de Guasca fueron seleccionados para tener sus productos en el catálogo virtual, se les acepta fotografía de su producto y retoque digital para ponerlo en el catálogo virtual artesanal.



*Producto seleccionado de Adriana Arango, artesana de Guasca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*



16. Municipio de Junín

16.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

16.1.1 Empaque y embalaje

A la charla programada para hablar sobre el sistema de empaque y embalaje asistió tan sólo una persona del municipio, se espera que para próximas convocatorias haya más integrantes de este sector, la charla se hizo sin ningún inconveniente y la mayoría de artesanos expresaron su conformidad con el tema tratado.

16.1.2 Fotografía de producto

Varios artesanos de Junín son seleccionados para la toma fotográfica de sus productos, estos se hicieron de una forma detallada y así se vincularon al catálogo virtual artesanal que se entregó al final del proyecto de manera digital.



*Producto seleccionado de Luis Urrego, artesano de Junín. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*



17. Municipio de La Calera

17.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

17.1.1 Empaque y embalaje

En la charla de empaque y embalaje que se le dictó a artesanos de todos los municipios, a los cuales se invitó por medio de los grupos de WhatsApp, asistieron cuatro beneficiarios del municipio de La Calera mostrando interés por la charla y proponiendo nuevas actividades de este tipo para reforzar el tema tratado.

17.1.2 Fotografía de producto

Para el desarrollo del catálogo virtual artesanal se seleccionaron varios artesanos de La Calera, su producto tiene presencia en dicho espacio y también en la tienda, se hicieron tomas fotográficas detalladas de cada uno de los productos ganadores para así generar presencia en el mercado.



*Producto seleccionado de Aida Duran, artesana de La Calera. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

17.2 Asesorías puntuales

En el municipio de la Calera se seleccionó al artesano Mateo Perea para rediseñar su marca, ya que tiene un producto de buena calidad y los asesores lo recomiendan para el trabajo que a continuación se describe.

17.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño

Mateo Perea, se habló del proceso de desarrollo de marca, el artesano ya tiene una marca elaborada con muy buenos elementos y se propone hacer una variación de color puesto que la actual es muy sobria, se propone una nueva marca basada en la anterior dándole un poco de vida a partir del color y de elementos que utiliza en su diario trabajo, se entregó taller de resumen de marca esperando que cuando lo conteste se le pueda entregar su primer boceto.



*Asesoría puntual virtual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

El artesano envía los soportes de su taller de bocetos, y se puede avanzar con su trabajo, se entregó un primer acercamiento a la marca que tiene y que quiere para poder desarrollar su logo, el artesano aprueba y se le entregó marca aprobada en medio digital.



*Primer acercamiento a la marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*



18. Municipio de La Mesa

18.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

18.1.1 Empaque y embalaje

Se invito a la charla sobre empaques y embalajes donde se trataron temas importantes que les sirvieron a los artesanos para el cuidado de sus productos al momento de enviarnos alguna encomienda, a la charla asistieron cuatro beneficiarios del municipio, se proponen nuevas charlas que complementan el tema tratado.

18.1.2 Fotografía de producto

En la Mesa también se seleccionaron artesanos con sus productos desarrollados en el proyecto y aprobados por comité de diseño, se procedió hacer tomas fotográficas y retoque final para entregar el catálogo virtual artesanal.



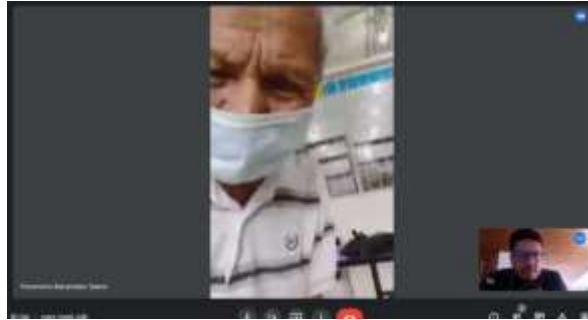
Producto seleccionado de Margarita Castillo, artesana de La Mesa. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia

18.2 Asesorías puntuales

Se hicieron asesorías puntuales para dos artesanos en el municipio de La Mesa, escogidos por el grupo de trabajo, basado en la demostración de interés en el desarrollo de una marca que cumpla y que haga que el taller se vea y destaque dentro de sus competencias.

18.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño

Florentino Benavides, se hizo la primera reunión con el artesano, se expusieron las ideas que tiene para el desarrollo de su marca, muestra interés en el proyecto y propuso esperar un tiempo para entregar los talleres que propone el asesor, para que de esta forma se pueda tomar el tiempo y pueda entregar unos bocetos más cercanos a lo que lo identifica, se quedó a la espera de entrega de dichos talleres para poder proceder en el desarrollo de su marca, y programar segunda reunión para presentación de bocetos.



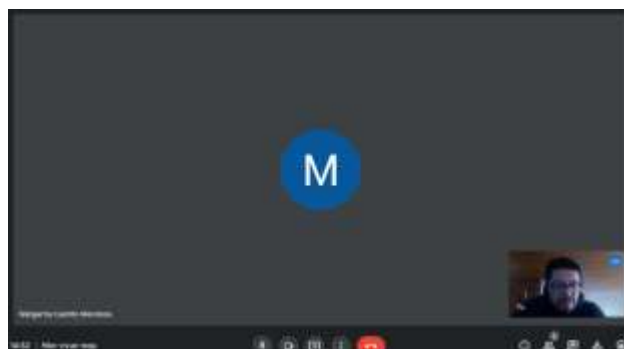
*Primera Asesoría puntual virtual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

Entregado el taller de bocetos se procedió a hacer diferentes tipos de marca para el artesano, se envió ideas y el artesano optó por escoger una de las que más me gusta haciéndole un par de variaciones de color, al final se sintió satisfecho con su nueva marca y se procedió a la entrega de archivos finales, la marca se encuentra aprobada.



*Marca Aprobada. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

Margarita Castillo, en primera reunión con la artesana se reviso la marca que tiene actualmente, se identificaron varios problemas que se pueden mejorar y se procedió a entregarle un taller de bocetos, cuando regresó el taller diligenciado se procedió al desarrollo de bocetos para su marca, entregado esto se programó segunda reunión para revisión de propuestas del asesor.





*Primera Asesoría puntual virtual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

Empezó a desarrollar sus propios procesos basados en ideas que ella misma plasmó, en el momento la marca se encuentra aprobada y se entregó en medio digital para que así se pueda usar.



19. Municipio de Mosquera

19.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

19.1.1 Empaque y embalaje

A los artesanos de Mosquera se les invito a la charla sobre empaque y embalaje por medio del grupo de WhatsApp, los artesanos asistieron en gran cantidad mostrando un interés importante en el tema, nueve de ellos participaron en la charla que es de gran importancia para el envío y cuidado de sus productos.

19.1.2 Fotografía de producto

Se seleccionaron productos de artesanos que fueron asesorados durante el proyecto, mostrando la gran calidad de su trabajo y haciendo toma fotográfica para poderlos incluir en el catálogo final.



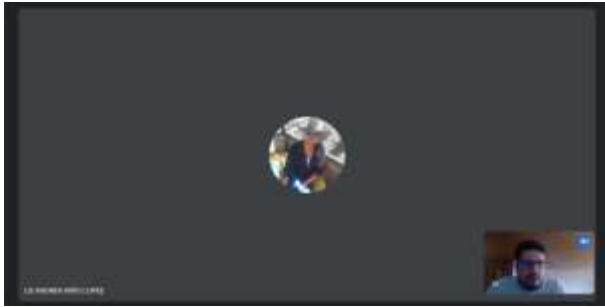
*Producto seleccionado Eliana Monroy, artesana de Mosquera. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

19.2 Asesorías puntuales

Se hicieron asesorías puntuales con una artesana del municipio quien fue escogida por su buen producto y porque estuvo muy interesada en el desarrollo de su marca personal, a continuación, se describió la forma que se trabajo con ella.

19.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño

Liz Andrea Niño, la primera reunión con la artesana se le explico la forma de trabajar, se le entrego taller de bocetación, para el desarrollo de su marca, la artesana tiene varias ideas de un desarrollo que refresque su marca actual, basado en sus ideas se comienza a hacer bocetos a partir de los elementos enviados por la beneficiaria, se propuso una marca más moderna basada en los colores actuales pero con mayor limpieza y agradable a la vista, se entregan varias propuestas de color y de elementos, esperando que la artesana elija uno de tantos, al final escogió un diseño que le agradó pero el proyecto sigue en curso pues falta hacer varias correcciones que sugiere, en una reunión y se entregarán nuevas propuestas esperando que sean de su agrado.



Primera Asesoría puntual virtual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia



Bocetos de la artesana y Propuesta del asesor para diseño de marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., septiembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia

La artesana sugirió más cambios en los diseños que se le presentaron, se entregaron algunos más y al final logramos una marca con la que se sintió identificada.



Marca Aprobada. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia



20. Municipio de Sutatausa

20.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

20.1.1 Empaque y embalaje

En la charla programada que habló del empaque y embalaje participaron dos artesanos del municipio, se trataron temas importantes para el cuidado de su producto y para el desarrollo de un buen empaque que proteja identifique sus marcas.

20.1.2 Fotografía de producto

En este municipio se seleccionaron varios productos a los cuales se les hizo estudio fotográfico de esta manera poderlos incluir en el catálogo virtual, los productos fueron asesorados por las diseñadoras y aprobados por los comités de diseño.



*Producto seleccionado de Blanca Pachón, artesana de Sutatausa. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*



21. Municipio de Tena

21.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

21.1.1 Empaque y embalaje

A la charla empaque y embalaje asistieron siete artesanos del municipio mostrando gran interés en la convocatoria, hecho a través de los grupos de WhatsApp, la charla se dictó sin ningún contratiempo y se habló de temas importantes que les servirán a los artesanos para el cuidado y el envío de sus productos, también la importancia de una marca que los respalde en el empaque.

21.1.2 Fotografía de producto



Producto seleccionado de Nancy Ávila, artesana de Tena. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia

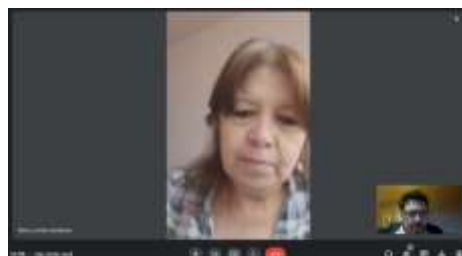
Algunos artesanos asesorados durante el proyecto tienen la posibilidad de aparecer con su producto en el catálogo virtual artesanal, se hicieron tomas fotográficas para poderlos vincular a dicho catálogo.

21.2 Asesorías puntuales

La asesora en diseño del municipio propuso a esta artesana para el desarrollo de su marca, al principio muestra gran interés, pero no se pudo trabajar con ella pues nunca envió ningún taller desarrollado.

21.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño

Nancy Ávila, se le presentó la forma de trabajar a la artesana, se le propuso desarrollar algunos talleres para que cuando los envié se puedan usar como base para el desarrollo de su marca, a la espera de dichos talleres para poder empezar el desarrollo de sus bocetos, se programó nueva fecha de reunión para entregarle las posibilidades de logotipos.





*Primera Asesoría puntual virtual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

La artesana no envió ningún informe, ningún taller de bocetos y fue difícil la comunicación con ella, para avanzar en el desarrollo de su marca se programaron reuniones para analizar el caso y ver si al final si se alcanza a entregar marca del taller, pero tampoco contesta.



22. Municipio de Tocaima

22.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

22.1.1 Empaque y embalaje

Se dictó la charla de empaque y embalaje mostrándole a los artesanos la importancia de un sistema de empaque y de lo importante que es tener los productos bien embalados para el transporte de ellos, asisten dos artesanos del municipio, lastimosamente un bajo número de asistencia, se espera que los artesanos que participaron entreguen lo aprendido a sus compañeros.



*Producto seleccionado de Eunice Ruiz, artesana de Tocaima. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

22.1.2 Fotografía de producto

Para poder entregar el catálogo virtual fue necesario hacer tomas fotográficas de los productos finales desarrollados por los artesanos en el transcurso del proyecto, seleccionados por medio de un comité de diseño se escogen diferentes productos para la toma de fotografía y desarrollo de un catálogo virtual artesanal.



23. Municipio de Zipaquirá

23.1 Diseño y Desarrollo de la Presentación Comercial

23.1.1 Empaque y embalaje

Del municipio de Zipaquirá participaron cinco artesanos en la charla que se le dictó a todos los beneficiarios del convenio, se habló de empaque, embalaje y la importancia de un buen sistema que destaque sus marcas y de cómo conservar sus productos al momento de enviarlos por encomienda.

23.1.2 Fotografía de producto

Para la entrega final del catálogo virtual fue necesario tomar fotografías de productos asesorados y aprobados por el comité de diseño, algunos productos de Zipaquirá fueron tenidos en cuenta para el catálogo final.



Producto seleccionado de Ronni Edgar Martínez, artesano de Zipaquirá. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., noviembre 2021. Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia

23.2 Asesorías puntuales

En el municipio de Zipaquirá se encontró una artesana interesada en el rediseño de marcas se programaron reuniones para así poder llevar a cabo las ideas que la beneficiaria tenía.

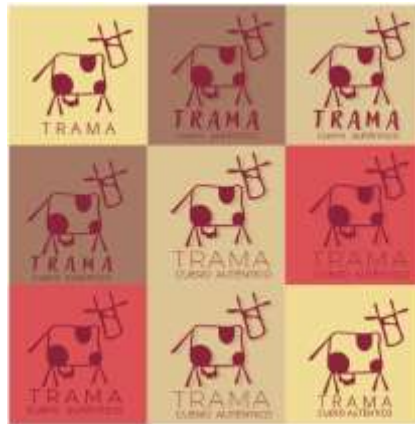
23.2.1 Asesoría puntual Integral en diseño

Isis Bustos, en primera reunión con la artesana se revisó la marca que tiene actualmente propuso hacer algunos cambios, para esto se determinó un tiempo para hacer bocetos, cuando la artesana envió dichos bocetos se procedió al desarrollo de la marca y se propuso una nueva fecha para segunda reunión y así mostrarle el desarrollo hecho para su logotipo.



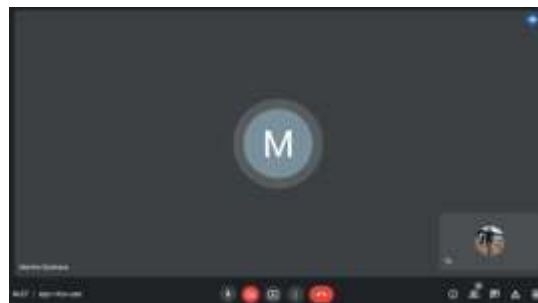
*Primera Asesoría puntual virtual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

Con la artesana se trabajó en el desarrollo de su marca, se presentaron varios bocetos, ella no se sintió a gusto con el manejo de la tipografía y propone algunas nuevas opciones, la marca se entregó aprobada.



*Bocetos hechos para el rediseño de marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., septiembre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*

Martha Inés Quintana, revisó el desarrollo de su marca actual, la idea fue mejorar la línea gráfica que maneja en el momento para lo que se procedió a hacer bocetos de su marca, la artesana envió algunos bocetos hechos por ella, y el asesor los toma en cuenta para el desarrollo de su nuevo logotipo, se programó segunda reunión donde el artesano y el asesor hablaron de las propuestas entregadas. Marca aprobada y entregada a satisfacción.



*Primera Asesoría puntual virtual en marca. Foto de Juan Ortiz, Bogotá D.C., octubre 2021.
Archivo fotográfico de Artesanías de Colombia*



24. CONCLUSIONES

En el transcurso del proyecto se encontró una gran participación del grupo seleccionado, los artesanos mostraron buena disposición para las actividades planeadas con el asesor, importante buscar espacios donde el asesor pueda reencontrarse con el artesano, pues allí en esos encuentros es donde surgen más ideas en el caso del desarrollo de una marca, del desarrollo de un empaque o buscando ideas que mejoren gráficamente la experiencia de cada uno de los talleres artesanales, entendiendo el momento que pasa al mundo y el tema de la pandemia, la virtualidad ha sido una forma muy buena para encontrarse con los artesanos, una forma segura y sencilla, pero aún así hace falta el contacto con el producto y la charla directa con el beneficiario.

En varios casos los artesanos desean continuar con el proyecto, recibiendo capacitaciones en temas de diseño, se propone nuevas charlas que profundicen los temas tratados y además tener un mayor número de artesanos impactados con el diseño de marcas, muchos muestran interés, pero por el corto tiempo de trabajo no se puede atender a cada uno de los interesados.

Para el proyecto se entregó un catálogo virtual artesanal, que muestra los oficios y el trabajo de todos los artesanos dándoles visibilidad comercial, es un ejercicio muy interesante puesto que se le da cara al trabajo de cada uno de los artesanos, los beneficiarios se sienten muy cómodos y a gusto con este tipo de desarrollos, sería muy importante seguir con este tipo de productos y proyectos que enaltecen el trabajo de nuestros artesanos de Cundinamarca.



25. LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Por cuestiones de distancia y facilidad de reuniones con los artesanos en tiempo de pandemia, la virtualidad nos permitió un contacto más ágil y seguro con los beneficiarios, la idea fue aprovechar estas capacitaciones y sacarles el mayor provecho, donde se cumplan los objetivos propuestos.

En el caso de las marcas es importante hacer asesorías cortas a los beneficiarios que estén interesados, mostrándoles ejemplos y dándoles consejos para mejorar lo que ya tienen hecho, animándolos a que tengan una imagen sólida para que a futuro logren registrar su marca y logren el reconocimiento visual requerido.

Para contactar a los artesanos se dispone un grupo de WhatsApp donde se invitan a todos los preseleccionados para el desarrollo de marca, dentro del grupo hay 20 beneficiarios de los cuales sólo 16 contestaron en la convocatoria, se propone hacer un llamado personalmente para ver si están interesados en el desarrollo de marcas o el rediseño de sus logotipos, aunque la gran mayoría han participado y han mostrado su interés los cuatro restantes no se han pronunciado y en espera mayor participación.

Varios casos no se ha recibido información de los artesanos con el desarrollo de sus talleres de marca para esto se llamará a cada uno de los artesanos que no han cumplido con los requerimientos y así nos se dará cuenta si están interesados en el proyecto y en el desarrollo de su nueva marca o se le brindará la oportunidad a otra unidad productiva.

Para el desarrollo del catálogo virtual fue importante la organización que se tuvo para recibir el producto hacer toma de fotografía y luego enviar directamente a la tienda, en algún momento del proceso se tuvo que enviar todos los productos a la tienda para que escogieran los mejores y los que iban a quedar en la muestra comercial, lo cual dificultó el proceso de fotografía pues tuvimos que llevar y de nuevo volver a traer todos los productos al domicilio del asesor, para una próxima oportunidad sería bueno planear todo el proceso para no desgastar tiempos que al final se van a resolver reflejados en el desarrollo de la pieza gráfica además de contar con un corto plazo del pensado, luego de qué los productos escogieron se hace la labor de enviar a cada uno de los municipios que no fueron aceptados.



26. RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS

Para lograr mayor número de artesanos asesorados es vital que los proyectos duren un tiempo más largo, para así poder desarrollar un tema completo, tener el mayor número de artesanos beneficiados con el desarrollo de una marca, con más charlas relacionadas con el diseño gráfico, con el diseño de empaques, con el mercadeo, con el mundo digital, así se empieza a encaminar a los artesanos a los nuevos tiempos comerciales, a la situación del mundo, y como el mercadeo y el marketing, pueden ayudar a que sus negocios tengan mayor visibilidad y mayor impacto en el mercado nacional y por qué no internacional.

Con mayor tiempo de trabajo los resultados pueden ser diferentes, un desarrollo de marca podría llevar una conceptualización más adecuada y el artesano podría encontrarse más satisfecho con el trabajo entregado.

Para la logística en temas de envíos es importante hacer un plan de trabajo donde el convenio se sienta a gusto un cronograma de entregas que sea intocable para así poder llevar el trabajo de una manera más fácil, sin retomas de tiempo ni atrasos en entregas finales, la logística y entrega, aunque funcione muy bien debe ser mejor coordinada por las dos partes del convenio.

Para el desarrollo de un catálogo virtual, aunque el asesor tiene conocimiento de fotografía, sería vital importancia el apoyo de un fotógrafo profesional que le de mayor realce al trabajo realizado por los artesanos, un buen estudio fotográfico podría cambiar el resultado final.



27. BIBLIOGRAFÍA

Para el desarrollo de la conferencia de imagen corporativa y empaques se levanto información basada en documentos de soporte brindados por Artesanías de Colombia, pero se complementaron con algunas paginas web dedicadas y expertas en el tema a continuación se relacionan para que se puedan identificar con mayor brevedad.

<http://www.monografias.com/trabajos83/plan-estrategico-imagen-corporativa/plan-estrategico-imagen-corporativa.shtml>

<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/critelogo/>

<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/checklists/4-claves-para-disenar-un-buen-logo/>

<http://www.soyentrepreneur.com/tips-para-crear-un-buen-slogan.html>

<http://mercawidget.wordpress.com/2008/02/05/elementos-para-crear-una-imagen-corporativa-de-tu-empresa/>

<http://www.vectores.in/2010/04/proceso-de-diseno-de-identidad-corporativa/>

<http://guadalinfoyunquera.blogspot.com/2011/06/10-consejos-para-mejorar-la-imagen.html>

Para el glosario y el desarrollo de los talleres de marca se visitaron las siguientes fuentes de información:

<https://www.artedinamico.com>

<https://galernaestudio.com>

<https://definicion.de>

<http://design-toolkit.recursos.uoc.edu>

<https://www.impulsapopular.com>

<https://www.marketing-xxi.com>

<http://www.emprenderesposible.org>

<https://es.wikipedia.org>