



**PLAN PILOTO DE CONTROL DE CALIDAD PARA LA INDUSTRIA  
ARTESANAL DE CONFECCION DE TAPICES APLICADOS EN  
TELAS DE ALGODON**

**1. ANTECEDENTES**

La producción de tapices aplicados en tela es una realización del programa de Talleres Artesanales Urbanos, adelantado por Artesanías de Colombia. S.A. desde hace 10 años.

El trabajo se realiza en varios barrios de la zona Centro -Oriental de Bogotá, principalmente en el Barrio Santa Rosa de Lima y hoy funcionan en este sitio 4 talleres comunales y numerosas familias se dedican a este oficio.

Al aumentar considerablemente la producción de tapices en esta zona, ha sido imposible llevar en seguimiento total de los productos y constantemente se presenta un rechazo de mercancía por falta de normas técnicas que permitan establecer los patrones de calidad.

**2. JUSTIFICACION**

Teniendo en cuenta las siguientes consideraciones se escogió el tapiz de Santa Rosa o Tapiz aplicado en tela de algodón, para adelantar el Plan Piloto de control de calidad en el sector-artesanal:

- Es un producto ampliamente conocido en el mercado nacional y con excelentes posibilidades de exportación.
- El volumen de producción permite ofrecer cantidades exportables.



- Su elaboración requiere herramientas simples, y en su totalidad es trabajado en forma normal.
- Las materias primas utilizadas son de fácil adquisición.
- Su precio ha sido aceptado muy bien en mercados nacionales y extranjeros.

### 3. OBJETIVOS

#### 3.1. General

Permitir que la producción artesanal logre niveles de calidad reconocidos y aceptados en todos los mercados del mundo.

#### 3.2. Objetivos Específicos

- Hacer un diagnóstico en el cual se intente descubrir la situación actual de la confección de tapices aplicados en telas de algodón.
- Evaluar el grado de desarrollo que afecta el grado de calidad y constituirá el paso previo para la emisión de recomendaciones y procedimientos de calidad.
- Elaborar una cartilla con las normas técnicas de control de calidad.
- Establecer normas que permitan a los funcionarios de la Empresa orientar la producción con el fin de obtener productos exportables.
- Capacitar a los artesanos para obtener una óptima calidad en los productos que elaboran.



#### 4. METODOLOGIA

##### 4.1. Fuentes de Información

Los datos y conceptos que permitieron la elaboración del diagnóstico provienen de dos fuentes de información.

a) Información directa: se hizo la observación de campo y recogida de datos entre el jefe de control de calidad de Proexpo y la contraparte designada por Artesanías de Colombia S.A., Señora Rosario Puerto de Galán, de la cual se ha logrado plena y eficaz colaboración así como de otros ejecutivos y funcionarios, cuando han sido requeridos para ello.

b) Encuesta : se procedio a entrevistar a las siguientes personas :

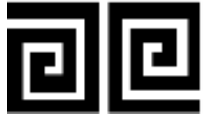
NOMBRE	CARGO
- Graciela Samper de Bermúdez	Gerente General - Artesanías de Colombia S.A.-
- María Teresa Marroquín	Jefe División de Compras -Artesanías de Colombia S.A. -
- Rosario Puerto de Galán	Coordinadora Talleres Artesanales Urbanos - Artesanias de Colombia -
- Germán Sánchez	Jefe División de Presupuesto Artesanías de Colombia S.A.



- Marco Antonio Sepúlveda Subgerente de Desarrollo - Artesanías de Colombia S.A. -
- Lucy Cajiao de Ruán Jefe de la División de Fomento - Artesanías de Colombia S.A. -
- J. Armando Castañeda V. Secretario General -Artesanías de Colombia S.A.-
- Teresa Bernal de Melo Auditoria Interna - Artesanías de Colombia S.A.-
- Oscar Garcia Jefe División Comercio Nacional- Artesanías de Colombia S.A.
- Gloria de González Jefe División de Personal - Artesanías de Colombia S.A.-
- Germán González Administrador almacén las Aguas - Artesanías de Colombia S.A. -
- Gloria Roa -Administradora Almacén San Diego Artesanías de Colombia S.A.-
- Cecilia Rojas Artesania Taller Artesanal Urbano La Esperanza
- Inés de Zapata Artesana Taller Artesanal Urbano La Amistad
- Inelda García Artesana Taller Artesanal Urbano la Amistad.

#### 4.2. Areas Analizadas

Se denomina área a una función o actividad operativa en los talleres que se relacione con la calidad, y pueda influir en ella para la confección de tapices . Hemos analizado las siguientes áreas, basadas en el nivel artesanal de estos talleres .



- Administración
- Control de Compras
- Control del Proceso
- Control del Producto terminado
- Disposición de Materiales
- Equipos e Implementos
- Proceso
- Personal
- Talleres

## 5. DIAGNOSTICO

### 5.1. Características de los entrevistados

Las personas relacionadas en el capítulo anterior y que han constituido las fuentes primarias de información, son funcionarios de Artesanías de Colombia S.A., con variado promedio de antigüedad en la Empresa y personas que fabrican tapices desde 1973.

### 5.2. Producto

Esencialmente estos talleres artesanales producen tapices aplicados en popelina, de diferentes medidas especificadas por Artesanías de Colombia S.A.



### 5.3. Estrategia de Mercado y Factores de Venta:

Respecto a los tres parámetros que describen una estrategia de empresa en la industria de la confección o sea la calidad (C) la novedad (N) y el precio (P) podemos decir :

- a) Para los ejecutivos de Artesanías de Colombia la calidad esta en primer lugar, seguida de la novedad y el precio.
- b) Para los operarios de los Talleres Artesanales el precio es la base, seguida de la novedad y por último la calidad.
- c) Para los compradores primero tienen en cuenta la novedad, seguida con una calidad acorde con precio.

### 5.4. Sectorización del Mercado

De acuerdo a las entrevistas en los almacenes de Artesanías de Colombia S.A., se llegó a la conclusión que el 70% de los compradores son extranjeros, y de éstos un 70% son mujeres y el 30% son hombres; el restante 30% son compradores nacionales de clase media - alta y clase alta correspondiendo este porcentaje a un 80% de mujeres y un 20% de hombres. En líneas generales podemos decir que el consumo de este producto está distribuido de la siguiente forma :

Mujeres Extranjeras:	49%
Hombres Extranjeros:	21%
Mujeres Nacionales :	24%



Hombres Nacionales 6%

En general podemos decir que los mayores clientes de estos tapices pertenecen a una clase media, seguida de la clase media alta y de la clase alta; siendo muy pocos los compradores de la clase media, media baja y baja.

#### 5.5. Conocimiento del Mercado

Desafortunadamente no existen estudios que tipifiquen al cliente potencial de estos Tapices.

#### 5.6. Políticas de Diseño

No existe un procedimiento explícito para una fijación técnica de especificaciones ; no se cuenta con diseñadores que den pautas para la creación de nuevos modelos para estar actualizados en cuanto a tonos , colores y modelos. Eventualmente Artesanías de Colombia imparte pautas generales de diseño que son acogidas muy lentamente por un reducido numero de artesanos, Los tapices no son proporcionales en cuanto a figuras y motivos, debido a la pérdida del tema. No hay coordinación entre diseño, producción y calidad.

#### 5.7. Control de Compras

##### 5.7.1. Inspección de Compras

En años anteriores Artesanías de Colombia S.A., suministraba la materia prima (tela), pero en la actualidad cada artesana compra la tela (popelina) y ni siquiera se fijan - que al recibir el pedido corresponda a lo solicitado.



5.8. Control del Proceso

No existe ningún tipo de control de inspección, ni informes, ni especificaciones y tolerancias.

5.9. Control del Producto Terminado

No existe siquiera un control visual por parte de los artesanos a nivel de grupo .

5.10. Disposición de Materiales o Productos Defectuosos

No es tenido en cuenta por los integrantes de los Talleres

5.11. Equipos e implementos

En algunos talleres no existen equipos e implementos mínimos para la fabricación de tapices, los cuales se relacionan a continuación:

- a) Metro
- b) Tijeras
- c) Mesa de Corte
- d) Agujas
- e) Almohadilla para colocar agujas
- f) Plancha
- g) Máquina de coser
- h) Molde o patrones del tapiz
- i) Moldes o planillas para figuras o motivos





j) Lápiz y Tiza

k) Caja para guardar hilos

l) Caja para guardar tela y demás implementos

### 5.12. Proceso de Elaboración

La tela o popelina de algodón es la principal materia prima la elaboración de los tapices, la cual no es adquirida en las fábricas de textiles, sino que se compra al detal en las agencias distribuidoras. No hay inspección visual de la tela que compran por parte de los artesanos, y en este punto comienzan las fallas de confección porque en la mayoría de las ocasiones les ofrecen otro tipo de tela o un color no especificado en la compra; por otra parte compran muy pequeñas cantidades y los precios son altos; por tales razones se hace necesaria una asesoría de Artesanías de Colombia S.A. para la inspección y la compra de la tela.

#### 5.12.1. Corte (Tamaño del Tapiz)

Actualmente se hacen los tapices con las siguientes medidas convencionales, ya sea de modo horizontal o vertical.

(1)	9X9	Centímetros Cuadrados
(2)	14X17	Centímetros Cuadrados
(3)	26X26	" "
(4)	45X45	" "
(5)	28X80	" "
(6)	70X86	" "
(7)	88X140	" "



(8) 140X180 Centímetros Cuadrados

Las medidas son desuniformes al confeccionar el tapíz y rara vez coinciden con las medidas convencionales especificadas por Artesanías de Colombia S.A. en las ordenes de compra.

#### 5.12.2. Diseño (Tema)

Actualmente el tapíz no tiene un tema específico, y únicamente se limitan a rellenar el espacio con motivos y figuras que no obedecen a ningún tema.

#### 5.12.3. Fabricación (Confección)

Antes de cortar no tienen en cuenta colocar la tela en el sentido correcto; al hacer el corte no "ciznan" la tela para que la medida quede exacta de acuerdo al tamaño del tapiz. No tienen plantillas o moldes con los diferentes tamaños, - no cortan en la mesa de corte, ni usan tijeras adecuadas.

Al hacer las costuras de la parte delantera y trasera del tapiz lo hacen a mano sin hilvanar anteriormente, quedando torcido, mal colocado, con costuras irregulares, asimétricas, muchas veces estrechas, otras anchas, costuras flojas, prieta o frunci-da, costuras torcidas, costuras a ras de borde, costuras excesivamente holgadas; - utilizando hilos inadecuados a veces de colores diferentes o con hilo sucio dando la sensación al tapiz de tener arrugas o encogimiento, decoloración y mal terminado;



tampoco planchan en este punto el tapiz .

Terminadas las costuras de la parte delantera y la parte trasera del tapíz, se comienza a hacer el relleno con los motivos o figuras sin tener en cuenta el tema ni la proporción de las figuras, utilizando al coser hilos de colores diferentes a las figuras y/o haciendo figuras con telas que dañan la presentación final del tapíz .

Finalmente, como el tapíz lo han trabajado con hilo sucio y con las manos sucias, tienen que lavarlo y por supuesto los tapices pierden su lucidez, su textura y su acabado final ; por otra parte no dejan secar bien el tapiz antes de plancharlo quedando húmedo y con mal olor ; de esta manera se termina la confección de el tapíz .

#### 5.12.4. Empaque

Empacan varios tapices en una bolsa plástica, sin tener cuidado al doblarlos y llegan a la Bodega de Artesanías de Colombia S.A. arrugados, quedando la presentación final del producto diferente a la esperada .

### 5.13. Personal

#### 5.13.1. Selección

No hay establecido un sistema de selección de artesanos en los talleres , porque es un oficio en el cual Artesanías de Colombia colabora con las personas interesadas en aprender y practicar .

#### 5.13.2. Formación

No existe por parte de Artesanías de Colombia S.A. planes continuos de formación



y actualización en la confección de los tapices.

#### 5.13.3. Motivación

Por parte de Artesanías de Colombia S.A. existen pocas acciones divulgativas , no se promueven campañas de calidad, no hay incentivos económicos a los artesanos de acuerdo al acabado final del tapiz, la calidad se ha convertido mas en un castigo que en un premio porque es rechazado el producto .

Sicológicamente puede esta situación, predisponer desfavorablemente al artesano hacia la calidad de su mismo trabajo .

#### 5.13.4. Nivel

El nivel de los artesanos es bajo y por esta razón es difícil que acepten cambios en los colores, tonos y temas .

### 5.14. Talleres

#### 5.14.1. Locales

La gran mayoría de la gente que confecciona tapices viven en piezas o casas de inquilinato, claro está que otros viven en casa propia, pero en locales muy reducidos debido a sus pocos recursos .

#### 5.14.2. Envios (Transporte)

Unos tapices son vendidos por cada artesano directamente a Artesanías de Colombia S.A. , otros son reunidos por cada taller y enviados en un solo paquete .



#### 5.14.3. Servicio Post-Venta

El servicio post-venta lo presta Artesanías de Colombia S.A. de manera eficiente dando la asesoría necesaria de reposición o cambio y comunicando a los interesados con el fin de tomar medidas preventivas y correctivas.

### 6. CONCLUSIONES

Las motivaciones solo pueden instruirse en estos momentos por medio de procedimientos empíricos, derivados de la experiencia personal de los funcionarios de Artesanías de Colombia que se desenvuelven desde hace años en labores cercanas al mercado de compradores.

Actualmente se presenta deficiencia en la calidad de los tapices, por falta de un mayor conocimiento sobre normas técnicas por parte de los artesanos.

En el artesano se presenta un factor socio-económico que hace difícil la aceptación de cambios o mejoras en la fabricación de tapices.

Hay interés por parte de los artesanos de mejorar la calidad de sus productos.

En la fabricación de tapices hay descuido por parte de los artesanos y se podrían aplicar correctivos para obtener mayor rentabilidad.

Debido al interés de los artesanos, de producir mayores cantidades en menor tiempo, han descuidado el tema central que debe llevar todo tapiz y esto representa una baja en



la calidad y en las ventas.

Los artesanos conocen los procesos de fabricación , pero debido a la demanda en el mercado, descuidan la calidad .

Debido a que la producción de tapices aumentó , ha sido imposible o difícil llevar una capacitación continua y directa a los artesanos .

También por falta de recursos físicos y económicos, Artesanías de Colombia no ha podido impartir la instrucción complementaria necesaria para mejorar los productos .

#### RECOMENDACIONES

Artesanías de Colombia debe interesarse por las motivaciones humanas que permiten evolucionar continuamente a la sociedad a través de los cambios ideológicos, políticos y económicos .

Capacitar de manera continua a todos los fabricantes de tapices .

Se recomienda que todos los tapices deben tener tema, con el fin de aceptarlos .

De acuerdo a este diagnóstico , se redactó una cartilla sobre normas técnicas de control de calidad , utilizando el lenguaje y los términos adecuados para facilitar su comprensión .

Se recomienda hacer una edición mínimo de 1.000 ejemplares de la cartilla con el fin de que sea entregada a las artesanas de todo el país que se dedican a este oficio, para aplicar las técnicas y recomendaciones cuando sea necesario .



Además de la distribución de la cartilla, se recomienda impartir instrucción directa sobre su utilización.

Se recomienda hacer estratificación en cuanto a precios de compra, de acuerdo a la calidad del tapíz, presentándose primeras y segundas que serán aceptadas con diferencia - ción de precio, y las terceras serán rechazadas.

Se recomienda seguir con el programa de mejorar la calidad en áreas tales como : Tejidos, madera, cuero y cerámica.

/ea.