



ARTESANIAS DE COLOMBIA
PROYECTO PLAZA DE LOS ARTESANOS
PARQUE SIMON BOLIVAR

1993

1. Identificación del carácter y Función del Parque.
2. Establecimiento de criterios de selección de actividades e instalaciones.
3. Marco conceptual Planteamiento de estrategias de desarrollo y organización.
4. Identificación y formulación de actividades, zonificación y relaciones. Políticas de distribución de la actividad recreativa, productiva y comercial.

1. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA Y DEFINICION DEL CARACTER

ANTECEDENTES: La actividad prioritaria de 1990 de Artesanías de Colombia estuvo dirigida en gran parte a dotar a algunas ciudades del país con la posibilidad de sitios de venta de artesanías en forma directa, con la intención de mejorar la comercialización y el margen de utilidad que deben percibir los artesanos directamente.

Esta opción plantea nuevas necesidades para la organización espacial de este tipo de hogares.

La tradición de los mercados de productos artesanales en espacios públicos data de 1983. Ella se vió favorecida inicialmente por la presencia de un grupo bien identificado de la producción artesanal a nivel nacional, pero poco a poco, debido a factores externos y a otros internos tanto la organización, contenidos y manejo de los mercados, fué degenerando hasta llegar a niveles de un deterioro tal que ha tenido un efecto negativo en la imagen del producto artesanal que ha perdido su prestigio dentro del público comprador nacional, que representa un mercado cautivo muy importante.

FERNANDO MONTENEGRO LIZARRALDE
- ARQUITECTO

CARRERA 16 A No. 75-87 PISO 3o. TELEFONO: 212 22 62 APTDO. AEREO 56362 BOGOTA. D. E.

Los factores internos que han incidido en ésta evolución negativa, son entre otros: el apetito desmedido de algunos de los líderes de las asociaciones artesanales para percibir los únicos ingresos de sustento de sus agremiaciones a través del alquiler del espacio público. Este interés de arrendar la mayor cantidad de área llevó a aceptar la participación de grupos de vendedores no artesanos, ni siquiera intermediarios, conocidos con el nombre de cacharrereros, cuya pobrísima calidad en sus productos llevó a otros artesanos de verdadero prestigio a abandonar estos eventos y a marginarse en su participación deformando completamente su presentación.

Adicionalmente algunos funcionarios municipales se han visto favorecidos por facilitar los permisos de realización de estos certámenes en diferentes sitios de las ciudades grandes, en algunos casos simultáneamente. Dentro de las alternativas de solución se presenta la opción de organizar sitios decorosamente presentados donde se pudiera reiniciar el proceso de selección y clasificación de los artesanos y sus productos.

Artesanías de Colombia debe intervenir en la planeación, organización y control para solucionar los problemas que frecuentemente se presentan en estos eventos, especialmente en los servicios buscando soluciones, alternativas tanto para compradores como para vendedores.

En este punto se hace importante entender que las actividades a realizar no se pueden realizar Per-se, sino que habría que dotarlas de sistemas de información, administración y sobretodo CONTROL, que garanticen la buena marcha de los proyectos y programas.

Las experiencias logradas en el manejo de los mercados informales realizados en lugares públicos abiertos (Cali, Bucaramanga, Neiva) y otros cerrados (Armenia, Popayán, Cartagena) y otros más formales llevados a cabo en los parques organizados en Cali y Tunja, deben ser aprovechadas para que la gestión y desarrollo del Parque de Bogotá tenga los mejores resultados.

Estas conclusiones podemos agruparlas en los siguientes factores:

ADMINISTRATIVOS:- Es importante mantener una gestión administrativa perma-

nente que permita dirigir y controlar la actividad del recinto, para preparar planes y programas y mantener un contacto permanente con los participantes y los medios de difusión, ya que la promoción permanente es indispensable para garantizar la permanente visita de las instalaciones.

ECONOMICOS:- La gestión económica es indispensable y obligatoria, debido a los altos costos y la movilización de recursos a todo nivel que suceden en estos eventos. Tomando como referencia la inversión en materiales y mano de obra de cada uno de los artesanos, que no puede ser inferior a \$ 300.000,=, más los costos de preparación, venta, sostenimiento, decoración y transporte se llega a la conclusión que se necesita definir cierta racionalidad en la programación, participación y garantía en los resultados.

CULTURALES:- El interés primordial del productor artesanal reside en su valor actual como transmisor de los valores de la identidad nacional, representada en las tecnologías tradicionales, en el manejo idóneo de los materiales casi siempre de origen natural y en la expresión de usos y costumbres del pueblo colombiano. Estos valores, cuando son bien expresados, son inmediatamente reconocidos por los compradores que encuentran en el producto artesanal auténtico una respuesta a las inquietudes de carácter estético o utilitario, creándose así el fenómeno de transición cultural y permanencia de factores de identidad nacional.

- **DE ESPARCIMIENTO:-** La utilización productiva del tiempo, tanto en la adquisición de nuevos productos con carga informativa adicional, su fabricación en presencia de los observadores, el poder de compra y la relación directa de vendedores y compradores de distinto origen, enriquecen las formas de esparcimiento activo llenando sus múltiples características.

Estas gestiones NO pueden cumplirse cabalmente, sino completando plenamente el marco de funcionamiento con una infraestructura de servicios adecuada, es decir moderna, eficiente y suficiente.

DE APOYO Y COMPLEMENTACION DE LAS OTRAS FUNCIONES:- Para cumplir las gestiones administrativa, comercial, cultural y de esparcimiento, es fundamental

dotar estas actividades con los recursos a nivel físico que las satisfagan plenamente. Esto es las condiciones espaciales, de ordenamiento y de amoblamiento deben estar claramente establecidas y solucionadas para lograr una imagen integral de operación.

OTRAS GESTIONES:- Los artesanos han identificado otros servicios que deben ser prestados:

- De almacenamiento de productos y muebles.
- De cuidados y alimentación de niños, para facilitar actividades feriales.
- De descanso y alimentación para vendedores.
- De mantenimiento.

2. SELECCION Y CARACTERISTICAS FUNDAMENTALES DE LAS ACTIVIDADES Y LAS INSTALACIONES:-

		CUALITATIVO	CUANTITATIVO
-Cultura	Espectáculos Teatros Esculturas	E / D	G. P.
-Recreación :	Juegos Niños Descanso Deportes Simples Caminatas	D. C.	G. G.
-Comercio o Mercadeo	Puntos Venta Salas Exposiciones Puntos Información	D. C.	G. G.
-Alimentación ..	Cafeterías - Restaurantes Bares Casetas	E. C.	G. G.

Ocupación de las áreas de circulaciones.
Ocupación de las zonas de parqueadero.
Densidad promedio de vendedores en la zona de ventas.
Densidad promedio de compradores en la zona de ventas.
Ocupación de U/. de servicios.
Ocupación de U/. de apoyo.

(Tomando Proyecciones Visitantes Plan Maestro).

SISTEMAS DE ORGANIZACION POSIBLES

Para la organización y jerarquía de los espacios se pueden identificar los siguientes sistemas con sus referencias:

3.1 Referencia a Definición Teórica:

- 3.1.1 Artesanía Indígena, procedente de las regiones que aún conservan rasgos fuertes ejemplo: Sibundoy, Silva, Güajira, Sierra Nevada, etc.
- 3.1.2 Artesanía Tradicional Popular, con rasgos procedentes de diferentes culturas ejemplo: Ráquira, Charalá, etc.
- 3.1.3 Contemporánea, sin rasgos identificatorios constantes ejemplo: Tapices, cerámica utilitaria etc.

3.2 Referencia a Tecnología:

- 3.2.1 Orfebrería
- 3.2.2 Alfarería y Cerámica
- 3.2.3 Cestería y Fibras

3.2.4 Tejidos

3.2.5 Carpintería, Ebanistería

3.2.6 Metalistería

3.2.7 Juguetería

3.2.8 Marroquinería

3.2.9 Lapidación y Pedrería

3.3 Referencia a Materiales:

3.3.1 Oro, Metales preciosos

3.3.2 Barro, Arcilla, Tierra

3.3.3 Fibras naturales

3.3.4 Madera

3.3.5 Hierro y Metales

3.3.6 Cuero y Pieles

3.3.7 Piedra

3.4 Con referencia a la Zonificación Geográfica Adoptada:

3.4.1 Zona Andina

3.4.2 Costa Atlántica

3.4.3 Costa Pacífica

3.4.4 Llanos y Selvas

3.5 Con referencia a los Antecedentes Históricos de Carácter Estético y Productivo:

3.5.1 Tayrona (Sierra Nevada)

3.5.2 Sinú (Cordoba, Sucre)

- 3.5.3 Quimbaya (Antioquia y Viejo Caldas)
- 3.5.4 Calina (Valle y Chocó)
- 3.5.5 San Agustín y Tierradentro (Huila y Cauca)
- 3.5.6 Quillacinga, Nariño

3.6 Con referencia a la Ocupación de Productos por Unidad de Area:

3.6.1 Muy pequeños:

Joyería

Orfebrería

Bisutería

Ocup: 100 Unid./M²

3.6.2 Pequeño:

Marroquinería

Juguetería

Cerámica mesa

Alfarería

Accesorios Madera

Ocup: 25 Unid./M²

3.6.3 Grande:

Cestería y Piedras

Talla y Torno

Ocup: 5 Unid./M²

3.6.4 Muy Grande:

Muebles

Tejidos, Cobijas, Hamacas

Materas

1/M²

3.7 Según la Organización Comercial de Mercadeo:

3.7.1 Artículos para el Hogar

7.1.1 Decoración y

7.1.2 Uso doméstico

3.7.2 Regalos:

7.2.1 Para Mujer/Hombre

7.2.2 Para Niño

3.7.3 Productos Etnicos: