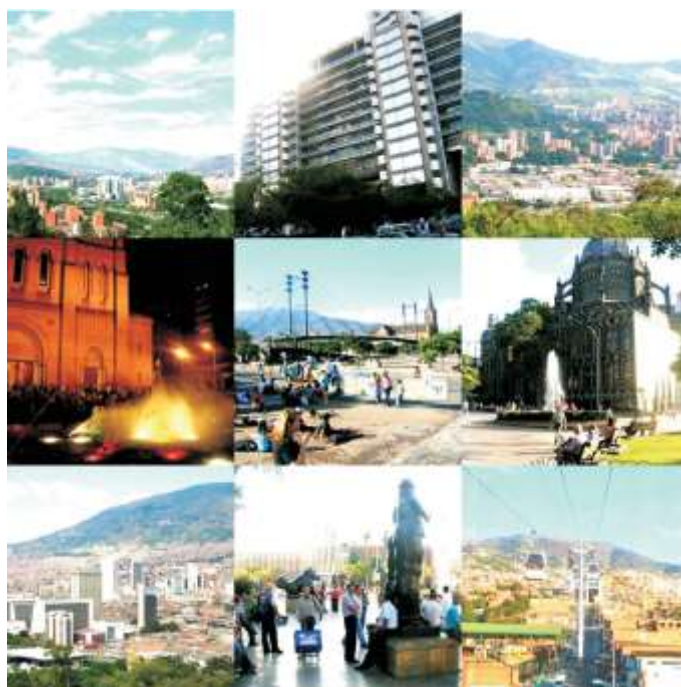




artesanías de colombia

# Cualificación

del sector artesano



**e n Medellín**  
i n f o r m e f i n a l  
m a r z o d e 2 0 1 1

Medellin, ciudad

**Ciustor**

## Introducción

En la actualidad la ciudad de Medellín no había contado con un catalizador que jalara el potencial artesanal de la región, que propendiera por la cualificación y conocimiento técnico del capital humano que desarrolla dicha labor y de su producto en cuanto a exigencias y tendencias, además de procurar la inserción de las artesanías en los diferentes mercados, todas estas actividades que hacen parte de lo que se denomina la **cadena de valor del sector artesano** son indispensables para posicionar la artesanía y el sector artesanal de la ciudad.

Este proyecto se planteó como una propuesta que respondiera a todas las necesidades del sector artesano de manera integral atendiendo un total de 100 beneficiarios por un tiempo de 11 meses.

El siguiente informe reporta las actividades realizadas desde el 07 de abril de 2010 fecha en la que se da inicio al proyecto hasta el 29 de marzo de 2011 fecha en la que finaliza con el evento de clausura.

## Antecedentes

En la ciudad de Medellín desde la administración municipal se ha atendido al sector artesano, también han estado involucradas otras organizaciones de carácter privado, se han desarrollado trabajos y procesos que no se han articulado entre sí. La Administración Municipal viene atendiendo el sector de la siguiente manera: Conformación de una mesa del sector artesanal, con la elección de dos representantes al Consejo Municipal de Cultura de conformidad al acuerdo 046 de 2005, realización de las ferias tradicionales en espacios públicos y privados, las cuales se han vuelto la única solución de comercialización para los artesanos con alta dependencia hacia esos eventos, se avanza en el proceso de la elección del Consejo Municipal de Cultura, en el marco de la resolución 375 de 2008.

En el año 2009, la alcaldía de Medellín hizo la presentación de un censo artesanal que tenía como objetivo conocer la población artesanal del municipio, sus características y necesidades, este estudio planteado por el Banco de las Pobres, el Banco de las Oportunidades y por la sub-secretaría de turismo y realizado por la universidad ESUMER, reflejó las precarias condiciones del gremio de los artesanos, al tiempo que la pobre intervención que el gobierno nacional y local tenían sobre esta población. En consecuencia, la primera medida adoptada por la secretaría de Desarrollo Social de la alcaldía de Medellín, fue nombrar una persona encargada de articular y acompañar las medidas y políticas enfocadas a beneficiar al artesano.

Además, se ha buscado la vinculación de esta población a programas como el Banco de las Pobres - Banco de las Oportunidades, el programa Cedezo y El Concurso Capital Semilla; programas que han permitido al artesano el apoyo financiero, capacitaciones por medio de convenios con instituciones educativas y el acompañamiento en el fortalecimiento y creación de empresas, pero en cuanto al mejoramiento de la técnica y el acceso a mercados los programas no presentan esta oferta.

## Objetivo General

Formar y cualificar al sector artesano de Medellin mediante una formaci6n basada en competencias, fortaleciendolos e introduciendolos en la importancia de generar valor en los procesos, en los productos y en las interrelaciones personales y laborales, con el fin de aumentar su competitividad y contribuir a la agregaci6n de valor de la economia de la ciudad.

## Objetivos Especificos

### Desarrollar los siguientes m6dulos de capacitaci6n y formaci6n:

**Diseño y Desarrollo de producto**, cuyos principales objetivos son: desarrollar en el grupo de beneficiarios habilidades para comprender, apropiar y aplicar la metodologia de diseo aplicado a la artesanía para el diseo y desarrollo de producto respetuoso de la identidad cultural representada en la iconografía y formas de producci6n tradicionales así como su vocaci6n productiva.

Facilitar la apropiaci6n de los conceptos de identidad cultural, innovaci6n y diseo para el fortalecimiento de la cadena de valor artesanal.

Desarrollar habilidades para identificar y apropiar referentes e implementarlos figurativa o conceptualmente en sus productos.

**Desarrollo Social y Empresarial**, cuyo objetivo esta orientado hacia el fortalecimiento de competencias transversales para el desarrollo del oficio y del sector artesano en el ambito humano y administrativo, enfocado a la promoci6n de una cultura de gesti6n empresarial con aplicaci6n directa a su contexto y entorno.

**Producci6n Grafica**, cuyo objetivo es reforzar desde la parte grafica la cadena de actividad productiva artesanal mediante la aplicaci6n de la grafica en el producto; desarrollo de imagen corporativa; la potenciaci6n de la efectividad de los medios graficos de comercializaci6n y el uso correcto y eficiente de herramientas de conectividad.

**Empaques y Embalajes**, cuyo objetivo es contribuir al mejoramiento de la presentaci6n comercial del producto artesanal, por medio del diseo, desarrollo e implementaci6n de un sistema de empaque y embalaje que le permita al artesano ser mas competitivo en un mercado especifico.

**Moda y Tendencias**, cuyo objetivo es contextualizar a los artesanos en un marco de tendencias globales, con el fin de que logren identificar mercados potenciales y amplien sus referentes para el desarrollo de productos aplicables en otros medios culturales distintos a los del entorno propio. Se trata de introducirlos a nuevas funcionalidades, nuevos ambientes de aplicaci6n como herramientas para el desarrollo de diseos innovadores.

**Transferencia tecnol6gica y producci6n**, cuyo objetivo es contribuir a la formaci6n integral del artesano y al mejoramiento de la calidad del proceso productivo en todas sus fases; mediante la cualificaci6n de los aspectos de expresi6n artesanal, manejo de los recursos naturales, el conocimiento de la tecnica y desarrollo tecnol6gico para optimizaci6n de los procesos tecnicos y de organizaci6n involucrados en la producci6n artesanal.

**Mercadeo y comercializaci6n**, cuyo objetivo es que al finalizar este componente la comunidad tendra un plan estrategico a corto plazo para penetrar mercados locales o regionales teniendo en cuenta el consumidor; tendra disenadas las herramientas comerciales para ello y conocerá y pondrá en practica tecnicas basicas de negociaci6n comercial.

## Ejecución - Actividades Desarrolladas

### 1. Presentación de proyecto, Inscripción de Beneficiarios y Diligenciamiento del Censo Artesanal

Este proceso se llevó a cabo el 15, 16 y 17 de marzo de 2010 en el Teatro Lido de la ciudad de Medellín. La convocatoria fue realizada por el equipo de logística de la universidad ESUMER quienes se encargaron de invitar a 500 artesanos y productores de arte manual de los cuales; y después de informarse acerca del proyecto, el cronograma de trabajo y las exigencias de compromiso; el 60% diligenciaron la inscripción y se comprometieron verbalmente a participar en el proyecto, se realizó también el diligenciamiento del formato del Censo Artesanal Regional. Los formatos de Inscripción y las respectivas fotos de productos fueron analizados y evaluados por el equipo de diseñadores del Centro de Desarrollo Artesanal de Artesanías de Colombia.



Teatro Lido / Medellín / 15, 16 y 17 de marzo de 2010  
Fotografía: Ana Marcela Espinal / Artesanías de Colombia S.A



### 2. Criterios de selección

El principal criterio de selección fue el manejo de una técnica artesanal o una habilidad manual expresada en productos muy bien elaborados y con excelentes acabados, es importante resaltar que el producto artesanal no fue evaluado bajo conceptos de calidad, innovación, propuesta de diseño etc sino como destreza en el manejo del oficio y como posibilidad a futuro de formar parte de la colección, es decir si un artesano trabaja marroquinería podrá o ser parte de la colección con algún producto similar al que elabora de acuerdo a las propuestas de diseño de la colección o como proveedor de un insumo para un producto donde se manejen 2 o más técnicas y materiales, por ejemplo una bandeja de madera con aplicaciones en cuero. La ficha de Inscripción o FORFAT20 sirvió con insumo para evaluar capacidad productiva, ventas mensuales, entre otros con el fin de

determinar si la actividad artesanal es un pasatiempo, una actividad que se desarrolla mientras se consigue algo mejor o forma parte del proyecto de vida del artesano y de esta forma confirmar su total compromiso en tiempo y dedicación con la capacitación.

### 3. Artesanos Seleccionados

Se seleccionaron 112 artesanos de 153 personas inscritas en los oficios de:

- Textiles (croche, mufiequería, pintura sobre tela, macramé, cestería, tela sobre tela, telar vertical y horizontal).
- Marroquinería (calzado, accesorios, pirograbado).
- Joyería y Bisutería (plata, semillas, chaquiras, vitrofusión).
- Maderas, totumo, guadua, tagua.
- Cerámica, cerería, platería, pedrería.

Los cuales fueron divididos en 4 grupos según el oficio

- Textiles
- Marroquinería
- Maderas
- Varios (cerámica, cerería, tarjetería, platería, pedrería, joyería y bisutería)



Fuente: [www.google.com](http://www.google.com)

#### 4. Socialización

Se realizó en las instalaciones de la Cámara de Comercio de Medellín, asistieron el 90% de beneficiarios seleccionados, se presentó nuevamente el proyecto, la metodología y los enfoques en diseño, producción, comercialización, empresarismo y desarrollo humano, se acordó la distribución de horarios según el cronograma proyectado y se firmaron las actas de compromiso. Al evento de socialización asistieron las profesionales Claudia Paola Ramírez y Sarita Ruiz de Artesanías de Colombia, Ana Marcela Espinal y Laureen Patrovilleau de ESUMER y María Teresa Jiménez de la Secretaría de Desarrollo - Banco de los Pobres

Los grupos quedaron distribuidos de la siguiente manera:

**Grupo 1:** Marroquinería

Martes a Jueves de 8 a 12am  
 Calle 65 No. 50A-85 (Clínica del Prado)

**Grupo 2:** Varios (Metalistería, Cerería, Jabonería, Bisutería, Joyería)

Martes a Jueves de 2pm 6pm  
 Carrera 50A No. 62-33 (Junta de Acción Comunal de Prado)

**Grupo 3:** Textiles

Martes a Jueves de 8 a 12am  
 Calle 59 No. 50C-22 (Gerencia del Centro)

**Grupo 4:** Maderas

Martes a Jueves de 2pm 6pm  
 Cedezo San Javier



Auditorio de Cámara y Comercio / Medellín / 05 de abril de 2010  
 Fotógrafa: Claudia Paola Ramírez / Artesanías de Colombia S.A

#### Caracterización de los grupos de trabajo:

**Grupo 1:** Es un grupo muy activo y participativo, no temen hablar de sus experiencias y problemas personales, son en general personas muy optimistas que reflejan su actitud positiva ante la vida en las conclusiones que sacan de los ejercicios, se refleja también su espiritualidad en las reflexiones que hacen de la vida. Son en su mayoría artesanos independientes, trabajan solos en sus casas y comercializan en ferias, hay algunos que han ganado el concurso de Capital Semilla, tienen el tema de costos muy desarrollado y han participado en varios cursos cortos de empresarismo. El 20% de los artesanos son profesionales en diferentes áreas y hay varios empresarios. Hay representantes de grupos artesanales ante los comités locales.

**Grupo 2:** Es un grupo pasivo y poco participativo que cuenta con 2 líderes negativos que opacan al resto de artesanos, varios de ellos tienen una actitud apática con las actividades, son introvertidos, muy pocos logran hablar abiertamente de sus experiencias personales, el horario y las instalaciones afectan el buen curso de las actividades, las razones de esta actitud es que algunos artesanos dicen que en el grupo hay comercializadores y que no deberían estar en la capacitación. El 40% de los artesanos son empresarios, están muy interesados en vincularse de alguna forma con Artesanías de Colombia. Los líderes de este grupo participan en las mesas artesanales locales.

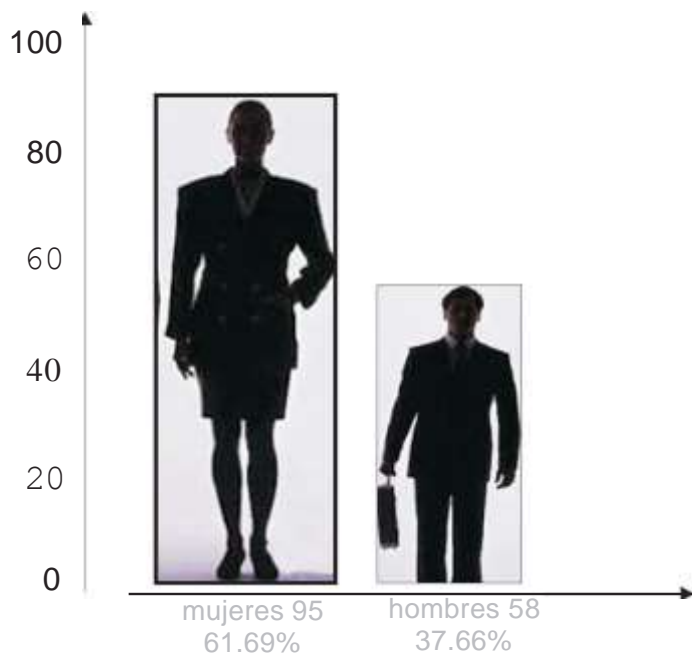
**Grupo 3:** Es un grupo con mucha riqueza espiritual, muy activo, la mayoría son mujeres jóvenes, ha participado en varias capacitaciones de empresarismo, se podría decir que es el grupo más tranquilo de todos, tienen una actitud muy positiva ante la vida. Es el grupo que refleja menor nivel conceptual, son personas que se han lanzado a la labor artesanal de manera muy informal y lo hacen a manera de supervivencia, no como plan de vida.

**Grupo 4:** Es el grupo más reflexivo de todos, en su mayoría son líderes de agrupaciones y asociaciones, hay también sindicalistas pero en general son líderes positivos, en un principio manifestaron apatía con Artesanías de Colombia pero a medida que se les aclararon sus dudas fueron cambiando radicalmente de actitud, la mayoría de los artesanos han recibido capacitaciones del Sena y otras entidades como la Cámara de Comercio, sus expectativas son grandes principalmente con los módulos de diseño y comercialización. Están muy interesados también en el tema de Exportaciones, se podría decir que el 70% tiene empresa funcionando y dominan el tema de costos. Este grupo tiene el mayor número de ganadores del concurso de Capital Semilla, han desarrollado ya un plan de negocios y conocen a fondo temas de empresarismo.

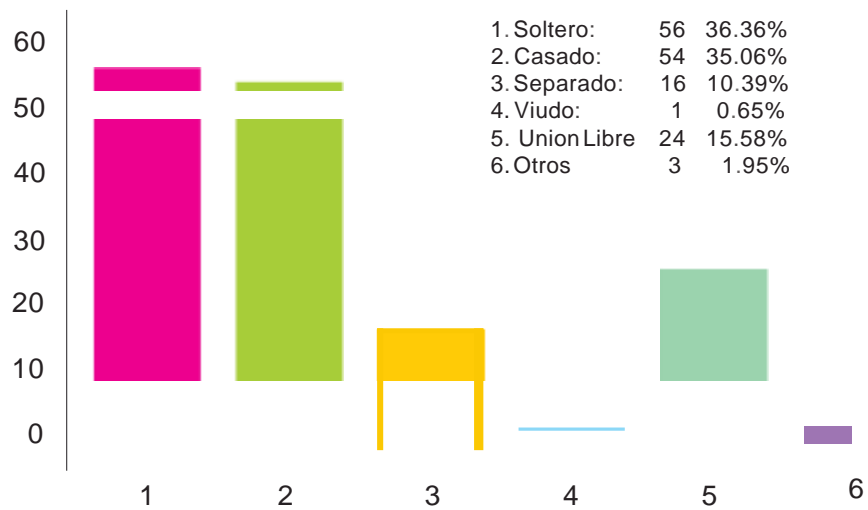
### Caracterización de la población atendida

Total artesanos inscritos: 153  
 Total Artesanos seleccionados: 112

#### 1. Genero

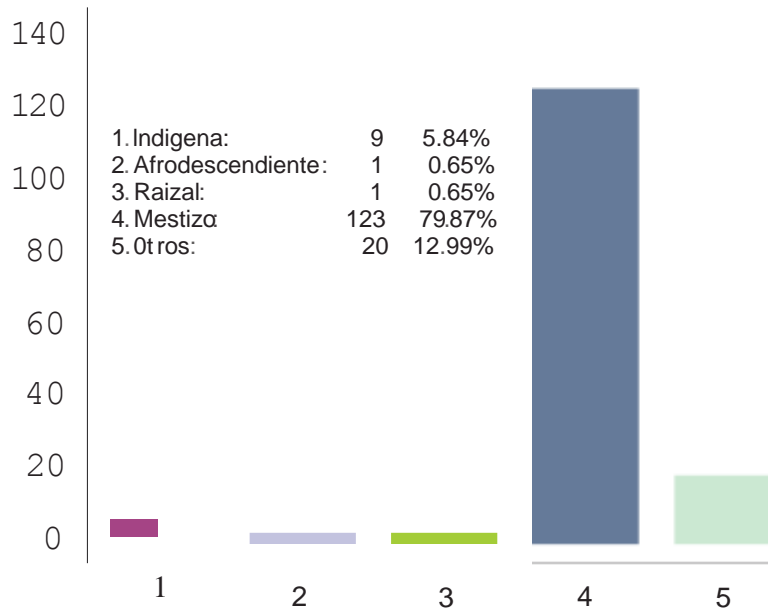


#### 2. Estado Civil

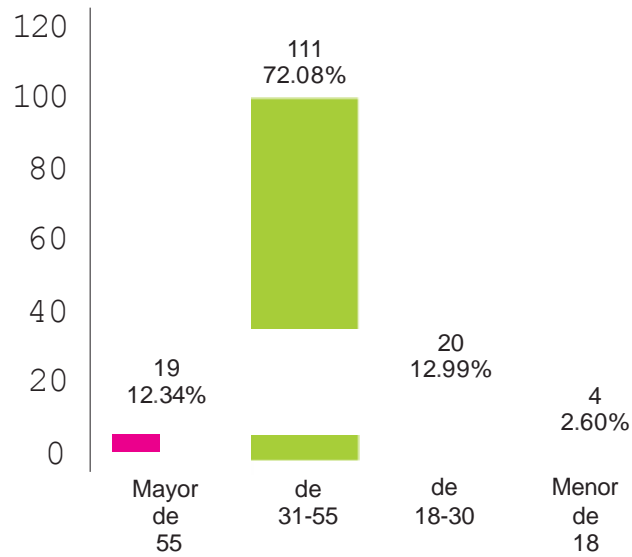


### Caracterización de la población atendida

#### 3. Etnia



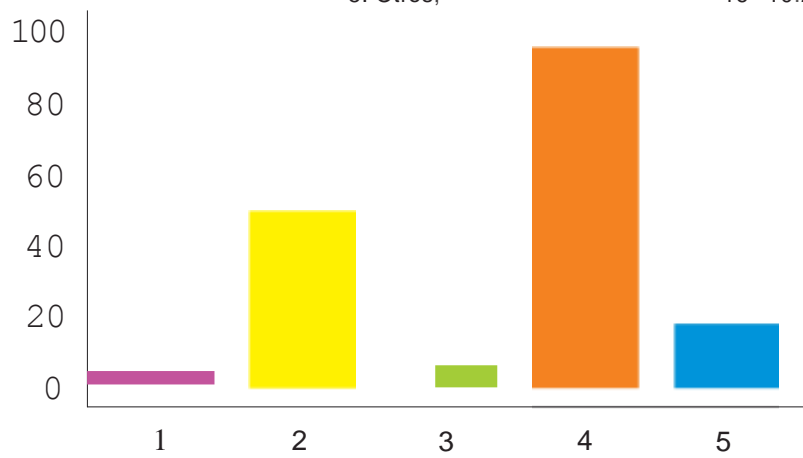
#### 4. Edades



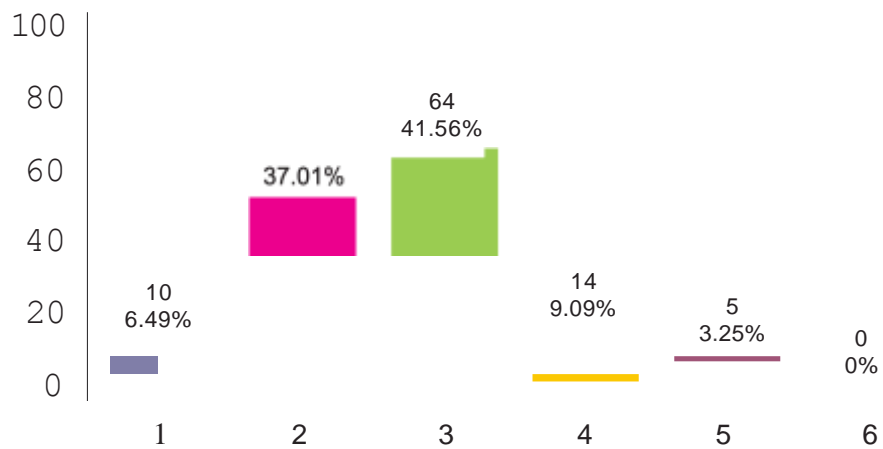
### Caracterización de la población atendida

#### 5. Tipo de Población

1. En estado de desplazamiento:	2	1.28%
2. Mujer cabeza de familia:	43	27.56%
3. Población Vulnerable:	3	1.89%
4. Ninguna de las anteriores:	92	58.97%
5. Otros;	16	10.26%



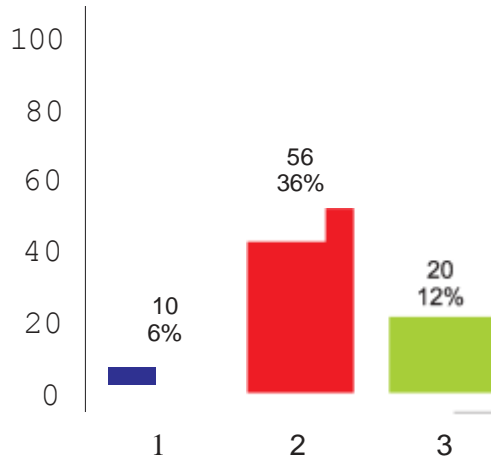
#### 6. Estrato



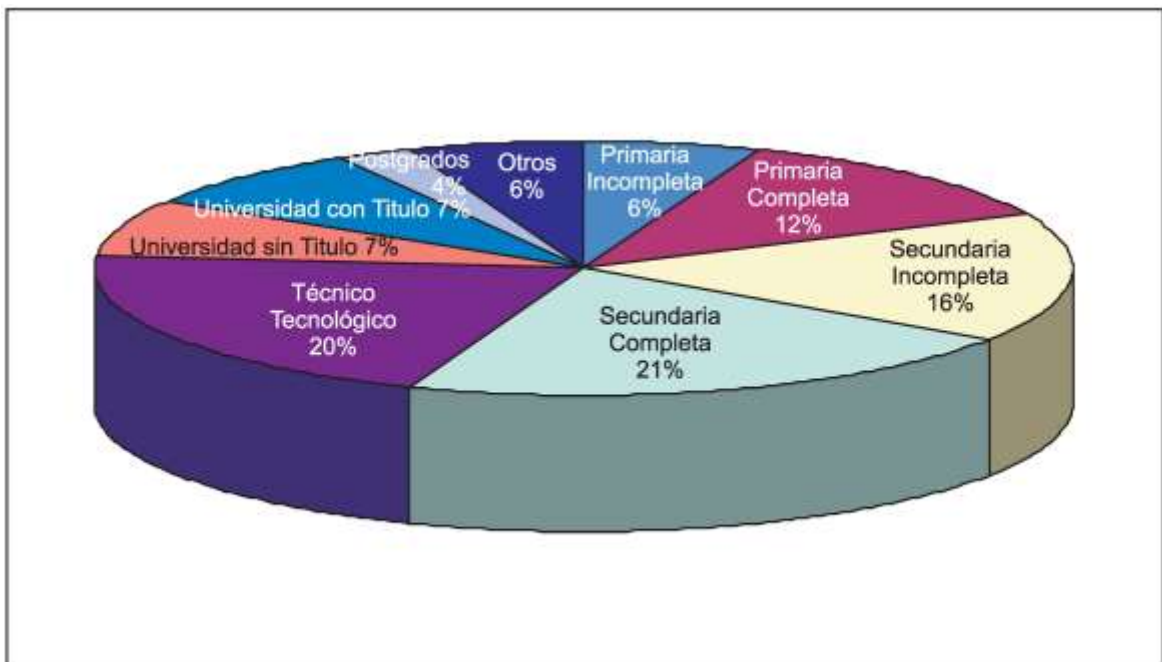


### Caracterización de la población atendida

#### 7. Sisben



#### 8. Escolaridad



**Caracterización de la población atendida**

9. Formación Artesanal

Formal	No formal	Tradicón	Otros
33	79	37	5

10. Actividad

Artes Manuales	Artesanía
62	92

11. Su actividad económica principal es la artesanía?

Si	Otros	No
132	3	19

12. Vinculación Grupo Artesanal

Si	No
68	85

13. Modalidad de Venta

Directa	Intermediarios	Puntos	Otros
140	28	13	19



14. Regimen

Simplificado	Otros	Com(m)
66	81	7

15. Clientes

Locales	Regionales	Nacionales	Internacionales	Otros
119	61	43	20	18

16. Inscrito Camara de Comercio

Si	Otros	No
25	4	125

17. Registro en la Dian

Si	Otros	No
65	3	86

18. Tipo de Vinculación laboral

Propietario	Empleado remunerado	Empleado sin remuneración	Independiente	Otros
71	4	0	74	5

19. Regimen Salud

Contributivo	Sisben	ARS	Ninguno	Otros
44	86	5	12	7

20. Regimen Pension

Prima Media	Ahorro Voluntario	Ninguno	Otros
13	6	122	13

**Modulo Desarrollo Humano**

**Eje tematico No.1:**

**16 horas dictadas a 4 grupos de 22 beneficiarios cada uno.**

**A cargo de la psicóloga Sarita Ruiz.**

**Taller:** Mis expectativas, motivaciones e intereses.

**Objetivo:** Reconocer sus motivaciones, expectativas e intereses

Realizar un encuadre entre sus expectativas y los alcances del programa

**Taller:** Reconociendo el Ser. Inteligencia Emocional Autoconocimiento -Autoestima

**Objetivo:** Identificar su nivel de autoestima y establecer aspectos a mejorar en sus autoesquemas. Abrir un espacio de reflexión sobre su propio desarrollo, las potencialidades como individuos integrantes de un grupo humano

**Taller:** Identificar aspectos propios de la actitud que inciden en el éxito de los planes y proyectos

**Objetivo:** Proporcionar elementos que los sensibilicen sobre sus actitudes y su incidencia en la

convivencia social y proporcionar líneas de acción que les facilite emprender un proceso de mejoramiento

**Taller:** Asumiendo la dirección de mi destino -Autonomía -Autodeterminación

**Objetivo:** Identificar aspectos propios de la actitud que inciden en el éxito de los planes y proyectos. Inducir en los participantes procesos de autorreflexión sobre la autodeterminación y su importancia en el cumplimiento de metas



JAL Prado/ Medellín/ 06 de abril de 2010

Fotógrafa: Claudia Paola Ramirez/ Artesanías de Colombia S.A

**Lecciones aprendidas**

La diferencia cultural que identifica al país se siente al compararlos con otros grupos humanos, es evidente como el entorno socio cultural influye en cada uno de los participantes, se destaca en ellos su actitud abierta hacia el aprendizaje, el cumplimiento de normas, la capacidad de expresión y de participar con sus experiencias personales. La exigencia de los participantes permitió profundizar en cada uno de los temas desarrollados.

**Impactos en el proyecto**

El 80% de los artesanos que comienzan el proceso lo terminan, con actitud positiva hacia el cambio y conscientes de la importancia de su actividad, con sentido de pertenencia local e identidad fortalecida.



Cedezo San Javier/ Medellín / 07 de abril de 2010

Fotógrafa: Claudia Paola Ramirez / Artesanías de Colombia S.A

### **Desarrollo del proyecto en relación con el aporte de la competencia**

Los talleres de desarrollo humano contribuyen al fortalecimiento del aspecto personal vincular, abre oportunidades para el desarrollo del individuo y de los grupos que este conforma; al proporcionar o proveer connotaciones diferentes a las que comúnmente tiene en aspectos relacionados con su comportamiento y el de otros, con su autoestima, actitud, autodeterminación; El resultado es el empoderamiento frente a su propio comportamiento y a su vez una actitud proactiva frente a los retos que asume, especialmente frente al reto del programa y el aprendizaje que inicia; igualmente ayuda a encontrar formas creativas aplicables a las resoluciones o interpretaciones de circunstancias de la vida cotidiana. Los beneficiarios se encontraban en la primera etapa del programa, se dio espacio para su auto conocimiento, las características observadas en el grupo son propias de una población heterogénea en aspectos como edad, con participantes que van desde el inicio de la edad adulta aproximadamente hasta los 60, otro aspecto en el que se diferencian es en sus expectativas y propósitos como artesanos, desde las personas que simplemente elaboraban sus productos para vender a través de conocidos y familiares hasta quienes son empresarios, igualmente en cuanto a la educación; desde la primaria pasando por la secundaria hasta universitarios en diferentes disciplinas, predominan las mujeres. Se destaca un grupo abierto, participativo y con apertura hacia el aprendizaje.

### **Dificultades**

Uno de los salones fue muy pequeño para el número de participantes y el otro con escasa ventilación. Los participantes lo expresaron en sus evaluaciones. La Coordinadora Logística estuvo atenta a mejorar las condiciones con ventiladores e inició una búsqueda de mejores alternativas de espacio.

### **Modulo de Mercadeo y Comercialización**

#### **A cargo del profesional Juan Pablo Socarras**

#### **Caracterizar Clientes Potenciales**

Con el fin de obtener información que sirviera de insumo para el módulo de mercadeo y comercialización el Coordinador de Mada de Artesanías de Colombia visitó a 15 decoradores y diseñadores de moda en la ciudad de Medellín los días 10, 11 y 12 de mayo con el fin de informarlos acerca del proyecto, las posibilidades de trabajo con los artesanos, los objetivos del mismo etc, para lo lograr a futuro conectarlos comercialmente y que ellos tengan en cuenta a los artesanos como proveedores de insumos y productos y en sus estrategias comerciales. Así mismo se realizó un cuestionario de preguntas a fin de conocer información acerca de sus necesidades y las del mercado regional y nacional, el cuestionario consta de las siguientes preguntas:

Condiciones de capacidad productiva

Tipos de negociación que ellos utilizan con proveedores

Formas de pago: cheques, efectivo, traslados o consignaciones

Interés en utilizar los beneficiarios en trabajo a destajo o contrato en su taller

Exigencias de calidad: acabados, utilización de X materiales o técnicas específicas

#### **Los diseñadores visitados fueron:**

**Andrés Pajón** Diseñador de Modas

**Eduardo González** Diseñador de Modas

**Margarita Rosa Aristizabal** Diseñadora de Interiores

**Julian Zapata** Diseñador Industrial, decorador de interiores

**Melissa Aguilar** Diseñadora de Modas Consultora,

**Lorena Cuartas** Diseñadora de Interiores marca Paleque

**Jhon Alboleda** Diseñador de Modas

**Adriana Gómez** Diseñadora de Joyas y consultora Internacional de moda

**Angelica Rivera** Diseñadora de Modas y accesorios

**Felipe Cartagena** Diseñador de Modas

**Ana Lucía Ariztizabal** Diseñadora Directora de Colombia del Fashion group I.

**Amparo Betancour** Diseñadora Consultora

**Lina María Álvarez** Consultora de Mada

**Modulo de Empresarismo:**

**Eje tematico No.1:**

**48 horas dictadas a 4 grupos de 22 beneficiarios cada uno.**

**A cargo de los profesionales Ricardo Duran y Pedro Baracaldo.**

**Actividad:** Transacciones diarias realizadas en el taller.

**Objetivo:** Simulacion sobre registro diario de transacciones en el taller, para aplicar los conceptos de libro diario

Estudio de caso enfocado al levantamiento de un Estado de perdidas y ganancias



Sede UNAD / Medellín / 03 de mayo de 2010

Fotografía: Pedro Baracaldo / Artesanías de Colombia S.A

**Actividad:** Analizar y clasificar activos, pasivos y capital

**Objetivo:** Propone un estudio de caso para aplicar los conceptos de Balance General y su funcionalidad enfocados a la unidad productiva

**Actividad:** Entender la gestión de la administración en periodos de tiempo determinados

**Objetivo:** Propone un estudio de caso enfocado al levantamiento de un Estado de pérdidas y ganancias

**Actividad:** Ingresar al sistema contable las entradas y salidas de materias primas, insumos, productos en proceso y productos terminados en el taller

**Objetivo:** Por simulación explica los conceptos de inventario y Kardex.

**Actividad:** Reconocer las características de una empresa y la importancia de formalizarla.

Reconocer los tipos de empresas por ley en Colombia, y la normatividad que aplica para cada una.

**Objetivo:** Propone un estudio de caso en forma grupal donde relaciona un taller artesanal informal, frente a un taller constituido formalmente, para reconocer las ventajas y proyecciones

**Actividad:** Reconocer los tipos de empresas por ley en Colombia, y la normatividad que aplica para cada una. Entender la estructura contable de cualquier unidad de negocio.

**Objetivo:** Presentar los contenidos básicos de cualquier estructura contable de una empresa e identificar la pertinencia de esta para los artesanos

**Actividad:** Identificar los recursos que conforman una empresa para su buen funcionamiento

**Objetivo:** Simulación de la unidad productora para identificar: Recursos físicos, humanos, financieros.

**Actividad:** Reconocer los tipos de contratación y las remuneraciones por ley, para aplicarlas a su unidad productiva

**Objetivo:** Contextualiza el código laboral a través de ejercicios prácticos aplicados al contrato de trabajo.

**Actividad:** Reconocer la necesidad de la asociatividad, y la formalización legal de una unidad productora.

**Objetivo:** Plantea una investigación acerca de los trámites legales de una unidad productiva

**Actividad:** Sensibilizar sobre la importancia del manejo del tiempo y su organización, Reconocer las características de una empresa y la importancia de formalizarla, Desarrollar los contenidos sobre: Asimilar los conceptos de diagnóstico y planeación. Entender la estructura contable de cualquier unidad de negocio

**Objetivo:** Taller de simulación sobre cómo manejan el tiempo en la actualidad - Propone un estudio de caso sobre PHVA utilizando como ejemplo uno de los talleres asistentes

**Actividad:** Ejecución de la Unidad de aprendizaje "Identificación de los conceptos básicos de la administración", con el criterio de desempeño, Reconocer la necesidad de estructurar un proyecto de oficina, y Asumir la misión, visión y los objetivos de la empresa como lineamientos a seguir al grupo

**Objetivo:** Contextualizar a los artesanos sobre la necesidad de estructurar una misión, visión y objetivos en el taller



Salon Sede UNAD /Medellin/ 03 de mayo de 2010  
Fotografo: Pedro Baracaldo / Artesanias de Colombia S.A

### Lecciones aprendidas

El antioqueño es una persona muy inquieta por el conocimiento, son muy responsables y atentos, la exigencia hacia los facilitadores hace que cada vez se mejore y alimenten los contenidos y las sesiones realizadas con los asistentes.

Se sugiere proponer dinamicas para dos horas maximo y luego realizar un receso de por lo menos 10 minutos, puesto que por la intensidad de los contenidos, los artesanos suelen cansarse y esto dificulta el proceso de formación.

Es necesario evolucionar la organización temática de los contenidos en el área del manejo contable, para que sean mejor apropiados por los beneficiarios.

### Desarrollo del proyecto en relación con el aporte de la competencia

Del total de beneficiarios, solo el 5 % vive de la actividad artesanal, la mayoría de los asistentes, no tenía clara su capacidad de producción, ni criterios claros sobre administración del tiempo, al igual que políticas de remuneración y costeo en las unidades productoras.

Gracias a los contenidos desarrollados, a la metodología participativa desarrollada, ya la dinámica de enseñanza, se logró solucionar esta situación, los beneficiarios apropiaron el conocimiento sobre políticas de costeo, administración de sus unidades productivas, al igual que el tiempo, políticas de contratación y remuneración, lo cual fortalece cada uno de los talleres en la formalización de una actividad encaminada hacia la sostenibilidad de cada núcleo familiar.



Salon Sede UNAD / Medellin / 03 de mayo de 2010  
Fotografo: Pedro Baracaldo / Artesanias de Colombia S.A



Salon Sede UNAD /Medellin/ 03 de mayo de 2010  
Fotografo: Pedro Baracaldo / Artesanias de Colombia S.A

### Dificultades

En las dos primeras semanas de capacitación, se presentaron inconvenientes por las instalaciones, sin embargo, en la tercera semana se hizo el traslado a la UNAD (Universidad Nacional a Distancia), en donde se mejoraron las condiciones de espacio y ambientales, se logró captar mejor la atención de los beneficiarios, y el ambiente de hizo mas "amable". La deserción es otro punto de preocupación, a la fecha de finalización del modulo de empresarismo solo estaban asistiendo entre 80 y 85 beneficiarios del compromiso de 100 beneficiarios atendidos.

### Impactos en el proyecto

Generación de herramientas administrativas de cada unidad productiva

## Modulo de Tendencias:

Del 1ero al 8 de junio de 2010

Eje tematico No.1:

20 horas dictadas a 4 grupos de 22 beneficiarios cada uno.

A cargo de los profesionales Juan Pablo Socarras y Claudia Paola Ramirez

**Objetivo:** Transmitir conceptos basicos de las tendencias para ampliar sus referentes llevandolos de lo local a lo global

**Actividad 1:** Concepto y origen de las tendencias. Ejercicio a partir de la observaci6n de un producto aplicando el concepto de tendencia.

**Actividad 2:** Tendencias de moda y decoraci6n. Ejercicio a partir de la observaci6n de tendencias observando aspectos de tendencia como color y estilo aplicados a la moda y a la decoraci6n. enfocados a la unidad productiva



Salon Sede UNAD / Medellin/ 03 de junio de 2010  
Fotografa: Claudia Ramirez / Artesanias de Colombia S.A



Salon Sede UNAD / Medellin/ 03 de junio de 2010  
Fotografa: Claudia Ramirez / Artesanias de Colombia S.A

**Actividad 3:** Tendencias y mercados. Ejercicio de analisis de caso. Una vez explicados los tipos de tendencias globales y entendida la diferencia de tendencias de moda y moda se procede a hacer un ejercicio grupal en el que los 6 integrantes escogen y analizan un tipo de consumidor, este analisis debe hacerse desde el punto de vista de estilo de vida, gustos, hobbies, imaginarios, alimentos que consume, ideologia etc. Esta informaci6n se plasma por media de fotografias de revistas en una cartelera formando un collage llamado Visual Board, esta informaci6n fotografica sirve para definir que paletas de colores, estilos, y tendencias de productos se utilizaran a la hora de disefiar productos. Se define el estilo de vida de mi consumidor y se hace mas facil la tarea de proponer productos.

## Lecciones aprendidas

Muy pocos artesanos habian realizado un analisis de su consumidor, el ejercicio grupal sirvi6 para que ellos detectaran los diferentes tipos de consumidores a nivel regional, global y universal y los estilos de vida que pueden llegar a tener, de esta forma pueden ser mas asertivo al momenta de disefiar productos ya que conocen la forma de pensar de ese consumidor, su estilo de vida, sus gustos, los lugares que frecuenta, las actividades recreativas de dia ode noche, los deportes que practica etc.

Hacer el visual board del consumidor facilita la tarea de determinar el tipo de producto que voy a hacer, el rango de precios, el rango de edades, los colores y materiales entre otros.



Visual Board / Medellin / 03 de juniode 2010  
Fotografo: Juan Pablo Socarras / Artesanias de Colombia S.A

Exposición de todos los Visual Board

## II



Sustentación de resultados de identificación del consumidor



Visita al Centro Comercial Santa Fe con el fin de analizar las tendencias de moda de los almacenes de Pronto Mada y sus respectivas vitrinas



Fotógrafa: Claudia Ramirez/ Artesanías de Colombia S.A  
Medellin / 05 de junio de 2010



# MOdulOde Tendencias



## **Modulo de Mercadeo y Comercializaci6n:**

### **Primer Momento:**

Del 11 al 28 de mayo de 2010 se dictaron 48 horas.

### **Segundo Momento:**

Del 27 al 30 de julio de 2010 se dictaron 16 horas

**Total de horas impartidas: 64**

**A cargo de las profesionales Liz Adriana Fetiva y Johana Acosta**

## **Ejecuci6n**

### **Primer Momento**

**Eje tematico No.1: 48 horas dictadas a 4 grupos de 22 beneficiarios cada uno.**

### **Desarrollo del proyecto en relaci6n a su aporte**

El eje tematico variables para competir en el mercado aporta a los beneficiarios herramientas de evaluaci6n desde su perspectiva de productores artesanos en comparaci6n con su competencia a nivel local, nacional e internacional, deduciendo las implicaciones de participar y competir en un mercado que dfa a dfa es mas globalizado. De igual forma brinda los conceptos esenciales para identificar el consumidor final, caracterizar su consumidor actual y descubrir su consumidor potencial.

El eje tematico negociaci6n, contribuye al desarrollo del manejo de conflictos, condici6n indispensable en los procesos de negociaci6n.

### **Lecciones aprendidas:**

La importancia de relacionarse con los beneficiarios para proponer las estrategias de trabajo.

### **Dificultades y las soluciones que se adoptaron para superar esa dificultad**

El perfil de los artesanos hizo que durante la primera semana se realizaran ajustes en los talleres preparados con anticipaci6n, de tal forma la re estructuraci6n de dichos talleres se realiz6 durante las noches de la primera semana de trabajo, ocasionando tardanza en la entrega del material digital para ser alistado por ESUMER.

Temas /Actividades	Objetivos Especificos Competencias	Impactos
Asegure que la posición final es entendida por las partes que estan en el proceso de negociaci6n	Demuestra la importancia de generar procesos de negociaci6n como una manera de resolver conflictos	Transversal, apoya toda la filosoffa para hacer mercadeo y comercializaci6n
Cadena de valor desde el componente comercial	Deduca las implicaciones de competir en el mercado	Identificar clientes actuales
Ubique donde esta su mercado actual	Identifica su consumidor actual	
Conocimiento del consumidor como estrategia para permanecer en el mercado	Caracteriza su consumidor actual, define su consumidor potencial	Caracterizar clientes potenciales
Reconocimiento de las fortalezas del taller: conozca su competencia para ganarle	Asocia las fortalezas como estrategias para ganar el mercadopotencial	Caracteriza la competencia
La comunicacion: elemento vital de mercadeo	Identifica los niveles de comunicacion a utilizar con cada cliente	
Mezcla de marketing 	Establece acciones a corto plazo para comenzar conquista de mercado potencial	
El precio, una decision estrategica	Deduca las polfticas de fijacion de precios de acuerdo a la planeacion estrategica de una empresa.	
Como fijar los precios 	Conoce y aplica la metodologfa basica para fijar precios	
Alistamiento de la logfstica	Identifica diferentes alternativas para resolver problemas de logfstica	
Mapa de logfstica	Identifica los procesos a mejorar yrealiza los planteamientos respectivos a cortoplazo para su ejecuci6n logistica	
Tips para permanecer en el mercado	Establece la importancia de la apertura al cambio como una manera de enfrentar los retos de la competencia global	
Como crear alianzas comerciales	Sensibiliza a los participantes sobre las ventajas de establecer alianzas estrategicas para promocionar sus talleres y productos	Desarrollar un plan estrategico teniendo en cuenta los insumos desarrollados: identificacion de clientes, caracterizacion de clientes potenciales, caracterizacion. Compara la competencia para buscar desde las fortalezas del taller, diferencias prominentes.

Temas /Actividades	Objetivos Especificos Competencias	Impactos
Como crear alianzas comerciales	Sensibiliza a los participantes sobre las ventajas de establecer alianzas estrategicas para promocionar sus talleres y productos	Desarrollo de herramientas comerciales para apoyar el plan estrategico
La cultura de atenci6n y servicio al cliente	Identifica la importancia de desarrollar una cultura de servicio al cliente	
Auditoria de atenci6n y servicio al cliente	Reflexiona sobre la importancia de realizar seguimiento de la satisfacci6n del cliente como herramienta de mejoramiento	Aplicaci6n de tecnicas basicas para la negociaci6n
En que espacio se realizan las ventas directas	Identifica una venta directa	
Fases de un proceso de ventas	Reconoce las fases de una venta directa y la relaci6n que existe con el desarrollo humano	
Clinica de ventas	Percibe las habilidades necesarias relacionadas con desarrollo humano para hacer uso de las tecnicas de venta directa.	

## Ejecuci6n

### Segundo Momento

Eje Tematico No. 2: 16 horas dictadas  
Del 27 al 30 de julio de 2010

#### Desarrollo del proyecto en relaci6n a su aporte

El eje tematico mercadeo y comercializaci6n directa prepara a los beneficiarios para entender y aplicar tecnicas basicas de negociaci6n, revisando la capacidad de escucha, sintesis y comunicaci6n para se implementadas de manera inmediata en su dia a dia. De manera complementaria se realiz6 un ejercicio de desempefio en exhibici6n en el cual los beneficiarios debian poner en practica lo aprendido en exhibici6n y montaje, sesi6n anterior a esta.

#### Lecciones aprendidas

Aumentar la evaluaci6n por desempefios

#### Dificultades y las soluciones que se adoptaron para superar esa dificultad

Es necesario hacer los esfuerzos pertinentes para que podamos evaluar los desempefios de lo aprendido en los beneficiarios, encontramos en algunos beneficiarios muy buen conocimiento de los temas pero dificultades para hacer el desempefio. Es por esta raz6n que proponemos realizar algunas evaluaciones relacionadas con los dos ejes

## Modulo de Producción:

Del 28 de junio al 9 de julio de 2010

### Primer Momento

Eje tematico No.1: 32 horas dictadas a 4 grupos de 22 beneficiarios cada uno.

Acargo de las profesionales Marisol Perez y Claudia Gonzalez

### Actividades:

Se indicaron los tres ejes principales a tratar :

- Manejo de materias primas
- Profundización del proceso productivo artesanal
- Organización de la Producción

### Manejo de Materias Primas

#### Presentación Magistral de Materias Primas

Charla magistral prevista dentro del plan general del Proyecto

En esta charla se tocaron los siguientes aspectos:

Artesanía sostenible

Mercados Verdes

Biocomercio

Mercado Justo

Reglamentación

Protocolos de Manejo

Ejemplificación de fibras vegetales nacionales empleadas en el sector artesanal.

Como cierre se realizó un sesión grupal para intercambiar opiniones y reflexiones acerca de los temas vistos

Reconocimiento al grupo de beneficiarios



Fotografía: Fuente [www.oogd.com](http://www.oogd.com)

### Presentación de Estudio de Caso

El estudio de caso se realizó con base al proceso productivo artesanal de la Calceta de Platano.

Logro: Identificación por parte del grupo de beneficiarios de las diferentes etapas del proceso productivo (obtención, extracción, selección, procesamiento, técnicas) para la realización de una pieza artesanal.

### Aplicación del Estudio de Caso :

Ejercicio practico de preparación de materias primas y procesos productivos: realizar una canasta tejida segun indicaciones entregadas en un grafico (se entregaron dos opciones diferentes) con el propósito de identificar diferentes etapas del proceso productivo para la realización de una pieza artesanal como selección y preparación de materias primas, proceso de elaboración, aplicación de una tecnica artesanal y acabados.

Los participantes evidenciaron mediante el estudio de caso las diferencias entre un producto que tiene un proceso de transformación de materias primas y otros que no, constatando con ello la importancia que hay en el sector frente al manejo directo de las materias primas.



Fotografía: Fuente [www.google.com](http://www.google.com)



### 1. Aplicación estudio de caso

#### Identificación de las materias primas empleadas por los talleres artesanales

Definición de las materias primas empleadas en cada uno de los talleres, diligenciamiento de una ficha con las especificaciones de la materia primas, algunos talleres anexaron muestra física.

#### Elaboración de Plan de Acción con respecto a las materias primas empleadas en su actividad artesanal.

Definición de plan de acción y posterior elaboración por parte de cada beneficiario de una ficha de plan de acción de cara al manejo de las materias primas en su unidad productiva estableciendo un objetivo principal a tres años y las actividades que lo respaldarían.



#### Profundización del proceso productivo artesanal

Experimentación de técnicas artesanales con material didáctico.

Los ejercicios de experimentación técnica se plantearon de elaboración simple para que todos pudieran ejecutarlo. Estos ejercicios fueron de aprendizaje significativo dado que los participantes los puede relacionar con su quehacer, sin importar su oficio. Para las prácticas, se realizaron presentaciones de imágenes de productos en donde se mostraban las técnicas empleadas y se motivaba a su realización técnica por parte de los participantes.

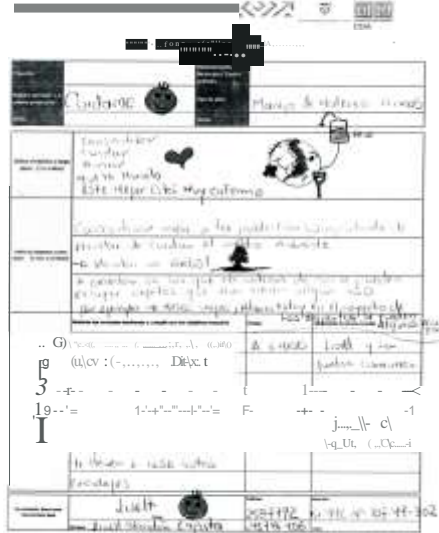


Ejercicios de combinación de materiales / Medellín / 30 de junio de 2010  
Fotografías: Marisol Perez y Claudia Gonzalez / Artesanías de Colombia S.A

**NOTA :** La técnica didáctica y los ejercicios grupales para resolver un problema, hacen que se posibiliten prácticas de habilidades, se trabaje de manera colaborativa y se resuelvan situaciones de manera creativa que bajo el esquema del aprendizaje convencional no se entablarían.



**2. Elaboracion de Plan de Accion con respecto a las materias primas empleadas en su actividad artesanal**



Continuación de ejercicios para el reconocimiento de los tejidos básicos en tejeduría plana.



**3. Profundización del proceso productivo artesanal**  
Presentación del esquema básico de flujos de procesos, modos de diagramar y ejemplos de flujos productivos artesanales.

Ejercicio para la determinación de las diversas operaciones discriminando entradas y salidas en cada una.  
Dibujo del flujo del proceso general.  
Discriminación de las operaciones que se realizan en cada una de las operaciones.



**Profundización del proceso productivo artesanal:**

Experimentación de técnicas artesanales con material didáctico. Continuación de ejercicios para el reconocimiento de los tejidos básicos en tejeduría plana y ejercicios de volumen y tridimensionalidad a partir de elementos planos.

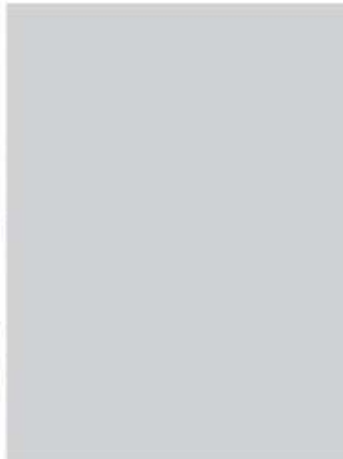


Resultados Módulo de Producción / Medellín / 30 de junio de 2010  
Fotografía: Marisol Perez y Claudia Gonzalez/ Artesanías de Colombia S.A

Ejercicios de aproximación a la tridimensionalidad a partir de superficies planas (maderas).



Resultados Módulo de Producción / Medellín / 30 de junio de 2010  
Fotografía: Marisol Perez y Claudia Gonzalez / Artesanías de Colombia S.A



ofic **Omadas**





Resultados Modulo de Producción / Medellín / 30 de junio de 2010  
Fotografía: Marisol Perez y Claudia Gonzalez / Artesanías de Colombia S.A



# oficio **bisuteria y marroquinerfa**

**Segundo momento**  
**Visitas a los talleres**

La visita a los talleres se realizó en dos tiempos; el 9 de julio se realizaron 4 visitas y durante la Feria de las Flores se visitaron 22 talleres de los oficios de textiles, bisutería y maderas, un tercer tiempo se hará a partir del 21 de septiembre en el que se finalizará el eje temático del apoyo de los técnicos quienes completarán las visitas a los talleres de joyería y marroquinería de las personas que así lo deseen. Estas visitas tienen por objetivo analizar diferentes factores de ergonomía, distribución de materias primas, almacenaje, inventarios, iluminación, maquinaria y herramientas de cada taller artesanal. Se comprueba a su vez con la visita que los participantes del proyecto sean en realidad artesanos y no comerciantes, es una evidencia de dicha labor. Las visitas se realizan con autorización de los artesanos ya los que manifiestan que no desean ser visitados se les respeta su decisión.



Taller Textil Eley Gómez / Medellín, 05 de agosto de 2010  
Fotografía: Johana Acosta / Artesanas de Colombia S.A



Taller de velas Dorislight / Medellín / 04 de agosto de 2010  
Fotografía: Johana Acosta / Artesanas de Colombia S.A

**modulo de**  
**produccion**  
**visitas a las talleres**



Taller Textil / Medellín / 02 de agosto de 2010  
Fotografía: Johana Acosta / Artesanas de Colombia S.A



Taller Textil Adriana Bustamante / Medellín / 02 de agosto de 2010  
Fotografía: Johana Acosta / Artesanas de Colombia S.A

Talleres Artesanos / Medellín / 02 de agosto de 2010  
Fotografía: Johana Acosta/ Artesanías de Colombia S.A



El trabajo de campo es una de las herramientas más importantes de aprendizaje en el desarrollo de competencias dentro del área de producción, dado que plantea el desenvolvimiento del quehacer dentro de ambiente real y enriquece la experiencia colectiva.

**modulo de**  
**producción**  
**visitas a los talleres**

## Modulo de Diseño de Producto:

### Primer Momento

#### Eje Temático 1:

Del 9 al 25 de junio de 2010 se dictaron 44 horas a 4 grupos de 22 beneficiarios aproximados

A cargo de los profesionales Felipe Rodriguez e Ivan Franco

#### Actividades:

##### 1. Caracterización del Producto Artesanal:

El producto artesanal y sus componentes: Identificar las características y componentes de un producto teniendo en cuenta los requerimientos del mercado.

Linea y colección: Comprender la forma de configuración de líneas y colecciones de productos.



Salon Sede UNAD /Medellin/ 11 de junio de 2010  
Fotografo: Ivan Franco / Artesanias de Colombia S.A

Categorías y estándares de producto: Categorizar diversos tipos de producto.

Inferir la información de las dimensiones estándares de productos a nivel internacional.

##### 2. Identidad Cultural

Identidad y relación con el producto: Construir lineamientos de identidad local en relación con el diseño y desarrollo de productos.

Referentes: Analizar e identificar referentes pertinentes para el diseño de productos.

##### 3. Innovación

Innovación: Reconocer la innovación como la base para el diseño y desarrollo de productos competitivos.

Tipos de innovación desde el producto: Explorar diversas metodologías de innovación aplicadas al diseño de productos o servicios.

##### 4. Diseño para la Artesanía

Diseño: Analizar el concepto de diseño, su alcance y relevancia en el proceso de desarrollo de producto o servicio.

Proceso de Diseño: Apropiar los conceptos y estrategias para el proceso de diseño de un producto o servicio.

**Impactos:** Generación de los elementos conceptuales necesarios para desarrollar una imagen estructurada basada en referentes locales, para contribuir a la construcción de elementos que permitan el claro posicionamiento de una imagen e identidad distintiva de las artesanas de Medellín, muy necesaria para generar el sentido de pertenencia y

### Ejercicios de conceptualización



Salon Sede UNAD / Medellin / 11 de junio de 2010  
Fotografo: Ivan Franco / Artesanias de Colombia S.A



Salon Sede UNAD / Medellin / 11 de junio de 2010  
Fotografo: Ivan Franco / Artesanias de Colombia S.A

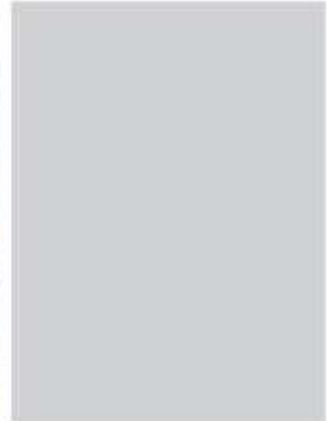
La metodología del Módulo de Diseño de Producto plantea la posibilidad de crear identidad a partir de referentes que me identifiquen como grupo en este caso, artesanías de Medellín, estos referentes pueden buscarse e identificarse en la ciudad y aplicarlos de varias maneras a los diseños de productos artesanales. Los referentes escogidos por los artesanos y que a su vez determinaron los lineamientos de la Matriz de Diseño fueron: **Referentes Arquitectónicos** como iglesias, puertas, estructuras, edificaciones icónicas de la ciudad etc, **Culturales** como la feria de Las Flores, el alumbrado etc, **Flora y Fauna** de Medellín como las heliconias, la orquídea, las mariposas, los pájaros entre otros



Ciudad de Medellín/ Medellín/ 11 de junio de 2010  
Fotógrafo: Ivan Franco/ Artesanas de Colombia S.A

Los artesanos tuvieron la oportunidad de visitar varios lugares emblemáticos de la ciudad con el fin de buscar referentes que los identificaran y que significaran algo importante para ellos. Se visitó el Parque Explora para ubicar referentes naturales como flores y animales, El Museo de Arte Moderno, diferentes iglesias de la ciudad, El Polideportivo, El Orquideorama, El Jardín Botánico, Exposición de Maestros Artesanos de Suramericana entre otros. La metodología consta en ubicar estos referentes, hacer un registro fotográfico importante para después poder identificar gráficamente ya en forma de vectores los módulos más representativos de ese referente y poder iniciar todo un proceso de abstracción del módulo y aplicación a los productos, muchos referentes pueden utilizarse de manera literal dependiendo del producto y la aplicación en la técnica.

### Ejercicios de Desarrollo de Lineas de Producto y Colección:



Salon Sede UNAD /Medellin/ 22 al 25 de junio de 2010  
Fotografo: Ivan Franco / Artesanias de Colombia S.A

Categorías y estándares de producto: Categorizar diversos tipos de producto.  
Inferir la información de las dimensiones estándares de productos a nivel internacional.

#### 2. Identidad Cultural

Identidad y relación con el producto: Construir lineamientos de identidad local en relación con el diseño y desarrollo de productos.  
Referentes: Analizar e identificar referentes pertinentes para el diseño de productos.

#### 3. Innovación

Innovación: Reconocer la innovación como la base para el diseño y desarrollo de productos competitivos.  
Tipos de innovación desde el producto: Explorar diversas metodologías de innovación aplicadas al diseño de productos o servicios.

#### 4. Diseño para la Artesanía

Diseño: Analizar el concepto de diseño, su alcance y relevancia en el proceso de desarrollo de producto o servicio.  
Proceso de Diseño: Apropiar los conceptos y estrategias para el proceso de diseño de un producto o servicio.

**Impactos:** Generación de los elementos conceptuales necesarios para desarrollar una imagen estructurada basada en referentes locales, para contribuir a la construcción de elementos que permitan el claro posicionamiento de una imagen e identidad distintiva de las artesanías de Medellín, muy necesaria para generar el sentido de pertenencia y

### Presentación de resultados de ejercicios de conceptualización y diseño de productos



Salon Sede UNAD / Medellin, 25 de junio de 2010  
Fotografía: Ivan Franco / Artesanias de Colombia S.A

#### Segundo Momento

#### Eje Tematico 2: Conceptualización y Metodología de Diseño

Del 10 al 20 de agosto de 2010 se dictaron 32 horas a 4 grupos de 22 beneficiarios aproximados

Salón Sede UNAD / Medellín, 25 de junio de 2010  
Fotografía: Ivan Franco / Artesanias de Colombia S.A



**Comite de Diseiio en Bogota:**

Una vez reunidos todos los diseiios realizados por los artesanos en Medellfn fueron traídos a Bogota con el fin de hacer una retroalimentaci6n del proceso para hacer ajustes pertinentes, escoger paletas de colores y definir productos de las personas que no hubieran desarrollado una propuesta acorde a los requerimientos, esta evaluaci6n de propuestas se hizo con base en la informaci6n suministrada a los artesanos durante el proyecto teniendo en cuenta toda la cadena de valor.

**Los conceptos a evaluar fueron:** Propuesta de diseiio, innovaci6n, paleta de colores, tendencia aplicada, costo aproximado y posibilidad de venta, cliente especifico en Expoartesanas y manejo de latecnica.

En el comite participaron todos los asesores que hasta el momento han participado en el proyecto lo cual retroaliment6 el ejercicio de manera muy positiva, se evaluaron todas y cada una de las propuestas, se hizo una selecci6n de materiales y paleta de colores para cada producto de acuerdo a mostrarios de materiales, calibres, calidades y precios.



Los resultados del comite fueron llevados a Medellfn y socializados con los artesanos, algunos de ellos habian evolucionado el producto lo cual fue muy positivo ya que enriqueci6 la propuesta con nuevas experimentaciones y combinaciones de materiales, perfeccionamiento de la tecnica, aplicaci6n de color, uso de materiales reales etc. Algunos artesanos cambiaron sus propuestas radicalmente al entender que lo que habfan enviado nose ajustaba a los estandares de Expoartesanas, debido a que las propuestas se quedaban en un panorama de mercado local mas no nacional como el de dicha feria. El proyecto dispondra de un rubro para compra de materiales para la realizaci6n de prototipos. Estos materiales se compraran en el mes de septiembre y se utilizaran de la mano de los tecnicos en el modulo de producci6n.



Instalaciones Artesanas de Colombia S.A  
Bogota, 23 al 27 de agosto de 2010  
Fotografa: Felipe Rodriguez/ Artesanas de Colombia S.A

**Tercer Momento:**

**Desarrollo de Producto:**

Factibilidad del Producto: Realizar el estudio de factibilidad técnica y económica para el desarrollo del producto acorde con las condiciones del taller artesanal y requerimientos del mercado.

**Primeras experimentaciones con materiales reales:** Una vez se concluyó el Módulo de Conceptualización y Desarrollo de propuestas de Diseño se realizó una evaluación donde cada artesano tuvo la oportunidad de exhibir y sustentar su diseño desde su proceso y la utilización y aplicación de referentes a todo el salón de clases. A cada propuesta se le hizo una evaluación y recomendaciones para trabajar la siguiente mientras se realizaba un Comité de Diseño en Bogotá. Los artesanos tuvieron entonces una semana para ajustar, corregir, rediseñar y reevaluar sus propuestas de acuerdo a las correcciones hechas por los asesores Claudia Ramirez, Ivan Franco y Felipe Rodriguez con el fin de perfeccionar y corregir a tiempo las propuestas. El resultado de dichas recomendaciones fue el siguiente:



Bolsos inspirados en la modulación de un referente floral



Herrajes inspirados en hojas y flores



Agendas en papel inspiradas en el edificio Coltejer



Bisutería diseñada con la modulación y rotación de un módulo de la estructura del



Bolsos inspirados en la aplicación literal de un ave



Experimentación de materiales para borlas decorativas





Camisetas inspiradas en la Feria de las Flores



Joyería inspirada en el edificio de Coltejer



Velas inspiradas en los techos de la ciudad



Perfeccionamiento de la técnica en tejeduría

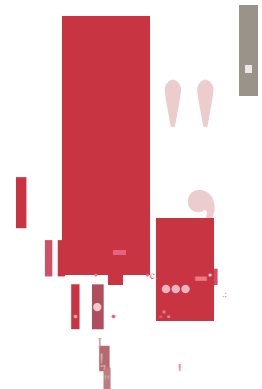


Portavasos modulares inspirados en la hoja del acanto



Aplicaciones de referentes de hojas y flores a diferentes artículos de moda y accesorios

Productos de bisutería y joyería antes de las asesorías:



Productos de madera y textiles antes de las asesorías:













**Desarrollo de Producto - Producto resultado de las asesorias**

Marroq Nom	Procedencia	Prod
<p>Angela Alvarez 3168113046</p>	<p>Linea de bolsos y billetera inspirados en la Unidad Deportiva, abstracci6n de m6dulos de la estructura</p>	
<p>Paola Franco (4) 5111559</p>	<p>Linea de bolsos inspirados en el ave Barraquero de la region antioquefia</p>	
<p>JavierYagari 3148896974</p>	<p>Linea de Bolsos donde se destaca el trabajo con chaquiras</p>	
<p>Abraham Castro Gloria Mejia Gloria Munoz 3122128193</p>	<p>Linea de bolsos inspirados en las montafias de Medellin</p>	

Marroquinista Nombre	Proceso	Producto
<p>Gloria Mazo Gloria Bedoya 3146515344</p>	<p>Abstracción de hojas y diversificación en diferentes diseños y tamaños de bolsos</p>	
<p>Olga Gaviria 3136420121</p>	<p>Malla tensada de círculos con aplicación de colores según las tendencias</p>	
<p>Hernan Gonzalez 3104327490</p>	<p>Trabajo de tachas</p>	
<p>Ruby Rengifo 3146242869</p>	<p>Rotación de hojas caladas, aplicación de contraste de colores</p>	






<p>V a r  <b>N o m</b></p>	<p><b>P r o c</b></p>	<p><b>P r o d</b></p>
<p>Claudia Beltran                      bolas decorativas                      3 1 7 7 7 1 9 5 8 0</p>	<p>Trabajo con chaquiras y cristales aplicado a bolas navideñas y bolas decorativas</p>	
<p>Marlen Valencia                      agendas                      3 1 2 7 1 6 5 8 8 9</p>	<p>Caracterización de la mujer paisa con el edificio de Coltejer como fondo, diversificación del productos en agenda, libreta y cuaderno</p>	
<p>Doris Correa                      veias                      3188003248</p>	<p>Abstracción del platanillo, diversificación en pantalla,</p>	
<p>Enrique Gallego                      veias                      3 0 0 2 6 4 4 8 8 8</p>	<p>Aplicación de tendencia de Hneas de colores segun la paleta de colores elegida para la colección</p>	
<p>Fernando Restrepo                      contenedores                      31 4 7 3 2 8 2 3 9</p>	<p>Contenedores elaborados en fique con aplicación de color segun tendencias</p>	






<b>V a r</b> <b>N o m</b>	<b>P r o c</b>	<b>P r o d</b>
<p>Alvaro Mejia bandejas 3176417832</p>	<p>Diversificación del producto con la técnica de rollo en bandejas, vasos y copas para aguardiente</p>	
<p>Rosario Hernandez muñequera 3006649395</p>	<p>Personalización de flores inspiradas en la Feria de las flores en muñecas para niñas</p>	
<p>Marleny Usuga muñecas (4) 2912421</p>	<p>Muñecas inspiradas en las silleteras de la Feria de Las Flores y diversificación en llaveros, muñecas para la cama y prendedores</p>	
<p>Margarita Dominguez objetos decorativos 3 12717 9 148</p>	<p>Tejido con chaquiras aplicados a utensilios y cubiertos de acero inoxidable</p>	 <p style="text-align: center; font-size: 2em; font-weight: bold;">J</p>
<p>Liseth Blandon bolsos 3188058816</p>	<p>Bolsos elaborados con materiales reciclados donde cada bolso es parte de una historia de amor entre dos personas</p>	

<b>M a d e r a s</b> <b>N o m</b>	<b>P r o c</b>	<b>Producto</b>
<p>Guillermo Salazar objetos decorativos 3 1 2 2 6 9 6 3 5 9</p>	<p>Linea de centro de mesa, portavasos y bandeja elaborados en madera y chapilla con detalles graficos d abstracciones de la hoja de acanto</p>	
<p>Hernando Rincon percheros (4) 2864208</p>	<p>Rediseño de percheros con maderas y elementos reciclados como motores de juguetes, canillas, llaves de baño etc.</p>	
<p>Carlos Zapata percheros 3006589786</p>	<p>Exaltacion de la talla en piezas accesibles comercialmente, lfnea de percheros con aplicacion de color seg(m tendencias y acabados envejecidos</p>	
<p>Martha Bohorquez instrumentos 3148945665</p>	<p>Instrumentos musicales con toques de color seg(m las tendencias</p>	
<p>Monica Parra lam paras 3113857750</p>	<p>Linea de lamparas con modulos de maderas calados inspirados en las flores y aplicacion de colores vivos segun las tendencias de la coleccion</p>	











B i s u N o m N o m b r e	P r o c e s o P r o c e s o	P r o d u c t o P r o d u c t o
Amparo Galeano semilla demelon 3178391707	Linea de collar, aretes, anillo y pulsera con trabajo en semillas de melón, se destaca el manejo de color y la tridimensionalidad de las formas	
Angela Botero macrame 3146731841	Experimentación de anudados en macrame, aplicación de color según tendencias	
Guillermo Rojas camafeos 3136413320	Camafeos tallados en madera con aplicación de color, detalles en los marcos que exaltan la pieza, obras de arte para lucir	
Gustavo Velez totumo 3117229468	Linea de collares, aretes y pulseras inspirados en hojas, con aplicación de color y combinaciones según tendencias, exaltación del trabajo en totumo	
Amparo Piedrahita crochet 3136044149	Linea de collares en crochet, abstracción de flores y composición para la creación de pectorales	

B i s u N o m e	P r o c e s o	P r o d u c t o
Isabel Vasquez c a c h o 3117551533	Abstraccion de formas para la creacion de un modulo irregular y combinacion de materiales (cacho y estropajo) y aplicacion de color	
Jhonier Puchicama c h a q u i r a s 3 1 4 7 3 0 5 1 2 7	Linea de collar y aretes inspirados en las flores con énfasis en el desarrollo tridimensional de la pieza, aplicacion de colores seg(m el trabajo de chaquiras tradicional	
Bibiana Correa p i n t u r a a m a n o 3117108312	Trabajo de pintura sobre hojas secas donde se plasma la identidad (mica de la artista. Unea de collar, pulseras y aretes	
Guillermina Velez m a c r a m e 3 1 3 6 9 4 5 7 1 9	Desarrollo de accesorios a partir de los atrapasueños, apfiicacion de color seg(m tendencias.	
Sara Acosta a l a m b r e (4) 283347 0	Desarrollo de un modulo inspirado en las flores el cual se trabaja tridimensionalmente con alambres de colores	

<b>Bisutería</b> <b>Nombrada</b>	<b>Proceso</b>	<b>Producto</b>
<p>Ruth Valencia acolchados 3126252715</p>	<p>Trabajo de bisutería infantil con módulos de flores acolchados utilizando telas estampadas colores según las tendencias</p>	
<p>Sandra Castaneda enrollado en lana 3117135173</p>	<p>Línea de bisutería infantil y juvenil donde se destaca el trabajo en lana y la aplicación de flores en croché, sobresale también la aplicación de color en las piezas lo que le da una identidad (meca al producto)</p>	
<p>Maria Tamawis chaquiras 3113694017</p>	<p>Trabajo tradicional de tejido con chaquiras</p>	
<p>Veronica Blanco encapsulados 3163196173</p>	<p>Encapsulados de hojas con aplicación de color</p>	
<p>Isabel Ruiz cintas 3103953974</p>	<p>Desarrollo de accesorios a partir de nudos con cintas, se hizo énfasis en el desarrollo de volúmenes a partir de trenzados básicos, aplicación y combinación de colores</p>	

B i s u o m b	P r o c e s o	P r o d u c t o
<p>Claudia Hincapié resina 3127318693</p>	<p>Trabajo de cobre con resinas, composición de elementos inspirados en flores y hojas y aplicación de color según tendencias</p>	
<p>Elena García murano 3127658107</p>	<p>Trabajo en muranos con alto valor percibido gracias a la combinación de colores</p>	
<p>Janeth Monsalve ensartado 3165229982</p>	<p>Uña de collar, pulsera y aretes coartado de piezas según los referentes</p>	
<p>Nury Vargas bronce 3155168816</p>	<p>Trabajo en cobre y mezcla con piedras semipreciosas, inspirada en las flores</p>	

Joyero Nom	Proceso Proc	Producto Prod
<p>Clara Bravo                      plata y chaquiras                      3113697780</p>	<p>Trabajo en mostacilla y plata                      inspirado en el orquideorama,                      aplicación de colores                      complementarios</p>	
<p>Geovanni Baeza                      filigrana                      3188947036</p>	<p>Trabajo en filigrana inspirado en la                      abstracción de las hojas de la                      orquidea, rotación y superposición de                      planos seriados, aplicación de color                      con mostacilla checa</p>	
<p>Nelly Barrios                      clasone                      301294451                      2</p>	<p>Trabajo en clasone y esmaltes,                      composición inspiradas en las                      mariposas</p>	
<p>Dali Restrepo                      3176417832</p>	<p>Abstracción de las hojas del                      platanillo, composición en diferentes                      tamaños</p>	

Joyería Nom	Proceso	Producto
<p>Maria Chaverra 3148794939</p>	<p>Repetición de módulos inspirados en la abstracción de flores, rotación y superposición de formas</p>	
<p>Clara Luz Velez 3105958455</p>	<p>Desarrollo de un modulo inspirado en las flores, aplicación de texturas</p>	
<p>Francisco Blanco 3116168822</p>	<p>Unea de dije, aretes y anillos inspirados en el edificio de Coltejer, aplicación de texturas y trabajo en filigrana</p>	
<p>Manuel Cebrian Ruth Rubio 3155728906</p>	<p>Desarrollo de un collar inspirado en la naturaleza, composición con hojas y flores en botón, aplicación de texturas y calados</p>	

## Modulo de Diseño Grafico:

### Primer Momento

#### Eje Tematico 1:

Del 13 al 23 de julio de 2010 se dictaron 28 horas a 4 grupos de 22 beneficiarios aproximados

A cargo de los profesionales Felipe Rodriguez y Claudia Paola Ramirez

#### Actividades:

##### 1. Caracterización del Producto Artesanal:

El producto artesanal y sus componentes: Identificar las características y componentes de un producto teniendo en cuenta los requerimientos del mercado.

Linea y colección: Comprender la forma de configuración de líneas y colecciones de productos.



##### 1. Comunicación y Diseño Grafico

El Diseño Grafico: Aplicaciones en el contexto artesanal: Comprender los conceptos basicos del diseiio grafico para lograr su aplicaci6n efectiva en la concepci6n y diseiio de un producto artesanal.

Elaborando una composici6n grafica para aplicar en un producto artesanal: Reconocer las ventajas del componente grafico a los productos artesanales que desarrolla. Reconocer las herramientas conceptuales de percepci6n visual en muestras de diseiio grafico aplicado a la artesanfa.

##### 2. El Diseiio y la Percepci6n Visual

Sensibilizaci6n y comprensi6n del entorno visual del artesano: Reconocer la pertinencia de entender e interiorizar el entorno en el cual se vive, como herramienta clave para el proceso de un diseiio coherente con el producto artesanal.

##### 3. Identidad Grafica Corporativa Artesanal y Comunicaci6n Externa

*¿Que se entiende por identidad?*

En busqueda de la identidad artesanal: Interiorizar los referentes visuales como herramienta de diseiio base de las imagenes graficas que identifiquen sus talleres artesanales.

Diseiio la imagen de mi taller: Plantear propuestas graficas de su imagen corporativa.

Diseiio la imagen de mi taller II: Definir el proceso de conceptualizaci6n y materializaci6n de su imagen corporativa.

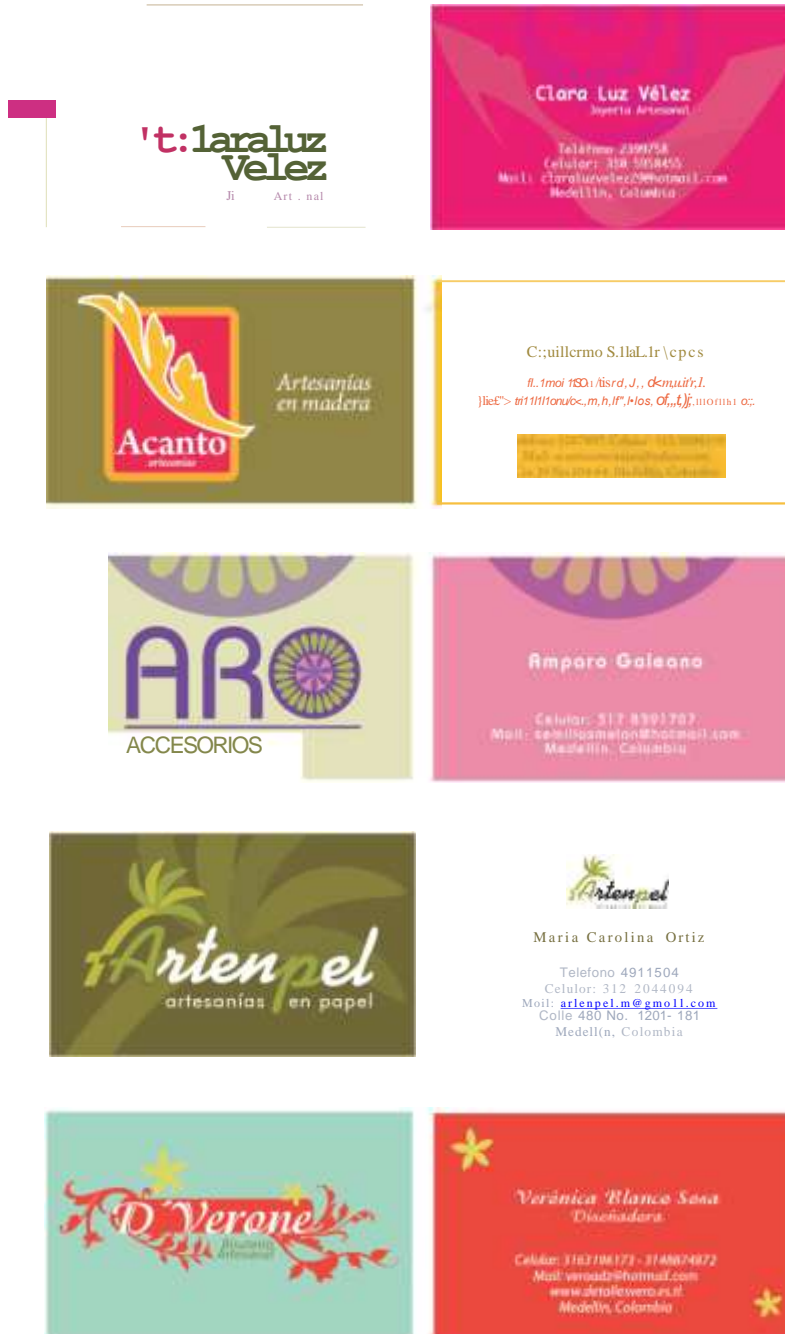
Fotografía: fuente Artesanas de Colombia S.A



Las asesorías en Diseño Grafico consistieron en brindar una informaci6n basica para la realizaci6n de un logo, selecci6n de un nombre particular, general o grupal de acuerdo a lo que el artesanos quisieran transmitir y el seguimiento y apoyo para la elaboraci6n de un primer boceto hecho por ellos mismos. Este primer boceto es el insumo para que el diseiador grafico pueda empezar el proceso de diseiio, evoluci6n y perfeccionamiento de esa primera idea, como se puede apreciar en la foto superior.

El insumo realizado por los artesanos, es decir, los primeros bocetos a acercamientos de imagen grafica realizado por ellos mismos, fue llevado a Bogota y trabajado por una diseñadora grafica de acuerdo a las observaciones y especificaciones que cada artesano hizo y que entregó en una carpeta con todo el proceso bidimensional, estos son algunos de los resultados los cuales deben ajustarse y entregarse a los artesanos para hacer correcciones.

Propuestas de Tarjeta Personal





### Exhibición

Teniendo en cuenta la serie de eventos feriales en los que los artesanos participaría a partir del 13 de julio entre ellas feria Zona que Suenan, Feria de Las Flores (Desfile de Silletteros), Jardín Botánico, Feria Otro Sabor, Feria Artesanal Premium Plaza y habiendo evaluado sus exhibiciones en ferias anteriores se vio la necesidad de adelantar los días 13 y 14 de julio un ejercicio de exhibición en el cual se incluyó la charla "Participación en Eventos Feriales" y "Sistemas de Exhibición" además se realizó el ejercicio en campo en el cual aprovechando la participación de algunos artesanos en la Feria Nacional Artesanal se visitó stand por stand y se hicieron evaluaciones y observaciones de acuerdo a lo aprendido en las charlas. Los artesanos tuvieron la oportunidad de ser asesorados en el tema de exhibición de productos, muchos de ellos acataron las recomendaciones e hicieron los cambios inmediatamente.

Feria Nacional, Medellín, julio de 2010



Stand Claudia Hincapié / Medellín / julio de 2010  
Fotógrafo: Felipe Rodríguez / Artesanías de Colombia S.A



Stand Isabel Vasquez / Medellín / julio de 2010  
Fotógrafo: Felipe Rodríguez / Artesanías de Colombia S.A



Stand Olga Suli Gaviria / Medellín / julio de 2010  
Fotógrafo: Felipe Rodríguez / Artesanías de Colombia S.A



Stand Edgar Colorado / Medellín / julio de 2010  
Fotógrafo: Felipe Rodríguez / Artesanías de Colombia S.A





Las observaciones en su mayoría estuvieron enfocadas al manejo del espacio, ubicación de los productos por línea, familia o color, saturación del stand y bodegaje de productos. Los artesanos pudieron evaluar ellos mismos diferentes stands de artesanos participantes en la feria, pudieron ver que los mejores stands son los menos saturados y con objetos muy simples, también pudieron observar que la exhibición puede variar dependiendo el tipo de feria. El uso de colores de fondo y texturas pueden cambiar el valor percibido de un producto. Elementos simples como espejos y flores pueden decorar el stand positivamente.



El ejercicio permitió conocer diferentes tipos de iluminación, distribución de espacios, flujos de movimiento dentro de los stands, exhibición por jerarquía de producto con elementos sencillos de construcción manual, uso de elementos decorativos sencillos con el fin de lograr una exhibición sobria donde el producto sea el protagonista. También se tocaron temas como actitud del vendedor en el stand, con miras a la atención del cliente en ferias especializadas como Expoartesano y Expoartesanas. Se adelantaron temas como Preferia, Feria y Postferia con el fin de que los artesanos empiecen a familiarizarse con los procesos y protocolos de la participación en eventos feriales. Este tema será profundizado en el módulo de Mercadeo y Comercialización.

**Participaci6n Feria Expoartesano:**

Como parte de esta actividad hasta el momento se ha venido trabajando el diseiio del stand, para este efecto se invitaron a participar a 8 empresas en Bogot{a y 2 de Medellin las cuales enviaron las respectivas cotizaciones, siendo las siguientes 3 propuestas evaluadas de acuerdo a diseiio o, presupuesto disponible y experiencia.

**Primera Propuesta: Dual Group**



Propuesta descartada por diseiio insuficiente, no hay claridad en los sistemas de exhibici6n de accesorios ni objetos decorativos

**Segunda Propuesta: Makila LTDA.**



Propuesta seleccionada por excelente manejo de espacio, buena propuesta de diseiio e iluminaci6n, costos y experiencia en eventos en la ciudad de Medellin y seriedad como empresa.

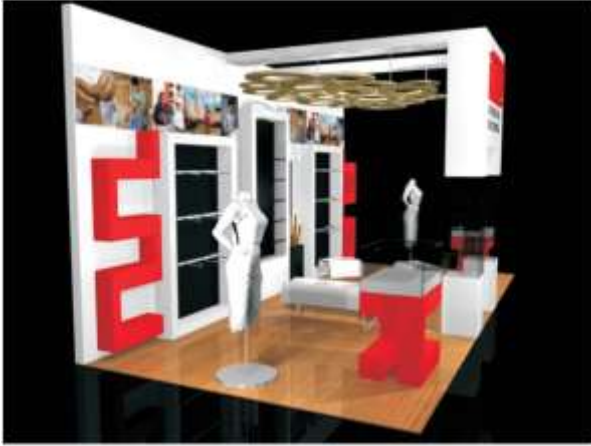
**Tercera Propuesta : SIGMA LTDA.**

Propuesta descartada por manejo de espacios, el stand es muy pesado, los muebles son demasiado grandes, el espacio no permite un buen flujo de visitantes, no hay propuesta de iluminaci6n, no es



claro el uso de los elementos de exhibici6n, solo permite la ubicaci6n de un solo vendedor, no hay control sobre las vitrinas.

**Diseño Seleccionado Stand Expoartesano**  
Proveedor Makila LTDA.



Vista Lateral



Vista Isometrica



Vista Superior



Vista Frontal

**Area:** 18 mts 2

**Stands:** No. 45 y 47 (Pabellón blanco)

**Productos a Exhibir:**

Joyería y bisutería

Marroquinería (bolsos y accesorios)

Textiles (ropa y accesorios)

Objetos decorativos

**Requerimientos:** 2 maniqués, 1 vitrina, 3 módulos, 1 espejo, Flautas para ropa y bisutería

**Criterios de Selección del Stand**

La propuesta permite la exhibición de productos decorativos y accesorios de moda, hay dos vitrinas para joyería con vidrio lo cual permite que haya un control sobre las piezas y se garantiza su seguridad, una vitrina podría cambiarse por 2 maniqués más ya que hay mucho más producto de moda y accesorios. Hay espacio para 3 vendedores (máximo 4) y hay buen flujo de movimiento, se evidencia el recorrido que podrá hacer el visitante. El espacio cuenta también con un espejo que facilita la tarea de medirse los productos y tomar decisiones de compra y muebles para que los visitantes puedan descansar. Artesanas de Colombia considera que esta es la mejor propuesta de las 3 presentadas, se adapta al presupuesto y cumple con los requerimientos del proyecto.

## Expoartesano 2010



Plaza Mayor/ Medellín/ 05 de noviembre de 2010  
Fotografía: Claudia Paola Ramirez/ Artesanías de Colombia S.A

El proyecto contemplaba la posibilidad de participar en 2 ferias a nivel regional o nacional, la mejor opción fue Expoartesano 2010 teniendo en cuenta el aval de Artesanías de Colombia y la importancia de su posicionamiento en la ciudad de Medellín, la feria se realizó del 3 al 8 de noviembre de 2010 en las instalaciones de Plaza Mayor, la participación de los artesanos se dio de 2 formas, un primer stand Institucional de 18 mts cuadrados ubicado en el Pabellón Blanco donde se exhibieron los productos de 56 artesanos quienes; a pesar de estar abierta la convocatoria para todos; decidieron libremente su participación.

El segundo tipo de participación se dio con 10 stands ofrecidos por la Alcaldía de Medellín para su aprovechamiento por artesanos destacados en el proceso, dicha selección se realizó con el equipo de asesores de Artesanías de Colombia, los seleccionados para tener su propio stand durante la feria fueron:

1. Enrique Gallego
2. Gloria Mazo -Taller de Gloria
3. Abraham - Grupo
4. Mónica Parra
5. Doris Correa- Dorilight
6. Gloria Lozano- Musania
7. Manuel Cebrian - Spondylus
8. Guillermo Salazar- Acanto
9. Maria Tamanis
10. Maximiliana Gil

La participación del grupo fue exitosa, el stand institucional del proyecto reportó las mejores ventas durante los 5 días de feria por un total de **\$7'474.200**. Se presentaron un total de **168** referencias de productos rediseñados y mejorados con aplicación de color según las tendencias del momento en los oficios de bisutería, joyería, marroquinería, textiles y maderas. que conformaron básicamente una colección de moda y accesorios y una colección de objetos para el hogar.

Para dicha participacion el componente de Marcadeo y Comercializacion dividió el grupo de artesanos en diferentes comités los cuales tendrían responsabilidades puntuales en la feria, dichos comités fueron:

**Logística**, encargado de la recepción y entrega de productos, revisión de la ficha de cada producto, confirmación de cantidades presentadas y manejo de la bodega.

**Exhibición**, encargado de la decoración y acomodación de cada producto en el stand y su respectiva rotación.

**Ventas**; encargado de atender el stand según los requerimientos y horarios.

**Veeduría**, encargado de acompañar y apoyar el cierre de caja cada día al finalizar la feria y de observar el buen funcionamiento de cada comité.



Plaza Mayor/ Medellín / 05 de noviembre de 2010  
Fotografía: Claudia Paola Ramirez/ Artesanías de Colombia S.A



Los dineros fueron manejados por la coordinadora Claudia Paola Ramirez la cual presentó un informe de ventas al final de la feria y repartió el dinero sin ningún inconveniente según dichas cifras. El dinero pagado con tarjetas de crédito y débito fue consignado por Artesanías de Colombia a la cuenta de una artesana quien realizó el mismo procedimiento de repartición según el formato de ventas.

Se puede resumir que los productos más vendidos fueron bisutería y accesorios en general. También se destacaron productos para el hogar. Los artesanos que reportaron mayores ventas fueron:

1. Amparo Galeano - Bisutería en Semillas de Melón
2. Margarita Domínguez - Línea hogar en acero inoxidable y chaquiras
3. Alfa Regina Velez - Terjetera
4. Janeth Monsalve - Bisutería
5. Nury Vargas - Bisutería en cobre





artesanias de colombia

Reporte de ventas Expoartesano 2010







Corferias / Bogota / 10 de diciembre de 2010  
Fotografía: Claudia Paola Ramirez/ Artesanías de Colombia S.A



La segunda participación en eventos feriales se realizó en Bogotá en el marco de la Expoartesanas del 7 al 19 de diciembre de 2010 en Corferias, para dicho evento participaron un total de 67 artesanos los cuales se presentaron con una línea de 324 productos nuevos resultado de todo el proceso del Módulo de Diseño, los productos nuevamente fueron parte de una colección de Moda y Accesorios y Productos para el hogar. Los productos fueron exhibidos en un área de 18 mts cuadrados y pertenecieron a los oficios de joyería, bisutería, tejeduría, maderas y marroquinería.

Las colecciones fueron exhibidas en su mayoría durante todos los días de la feria. Algunos productos tuvieron que ser rotados debido al gran número de referencias.

Para esta ocasión se seleccionaron 6 artesanos vendedores por medio de una actividad del Módulo de Mercadeo y Comercialización donde se caracterizaron por ser las personas idóneas para atender las ventas en el stand. Estas 6 personas viajaron a Bogotá con un grupo de 30 artesanos más los cuales visitaron la feria por 2 días. Los vendedores corrieron con sus gastos de manutención, el proyecto les proporcionó la alimentación durante los 12 días de feria.

El stand se caracterizó por su colorido y manejo de referentes de la ciudad de Medellín, fue la primera vez que Medellín tiene una representación importante e impactante en Expoartesanas.



Corferias / Bogota / 10 de diciembre de 2010  
Fotografía: Claudia Paola Ramirez / Artesanias de Colombia S.A



Corferias / Bogota/ 10 de diciembre de 2010  
Fotografía: Claudia Paola Ramirez/ Artesanias de Colombia S.A



El stand reportó unas ventas de: **\$19' 102.850** cifra que sobrepasa cualquier expectativa teniendo en cuenta que fue la primera participación de Medellín como gremio artesano. La experiencia fue muy interesante ya que los artesanos pudieron conocer de primera mano su competencia directa, pudieron realizar Benchmarking de su producto y ubicarse en una escala comparativa con su quehacer. Compararon el manejo de las diferentes técnicas y oyeron de primera voz los comentarios que hacia cada posible comprador de los productos, esta información fue retroalimentada con los artesanos en Medellín para lo cual se realizó una actividad donde los vendedores pudieron compartir la experiencia y hablaron de cada productos y los comentarios que los compradores hacían.

Los productos mas vendidos fueron:

1. Maximiliana Gil - Sacos en hilo de algodón
2. Margarita Domínguez - Línea hogar en acero inoxidable y chaquiras
3. Eder Javier Yagari - Bolsos cuero y chaquiras
4. Amparo Galeano - bisutería en semillas de melón
5. Clara Teresa Bravo - Joyería en plata y mostacilla

Los productos que no tuvieron salida fueron analizados desde el componente de costos y acabados, se realizaron algunos rediseños y diversificaciones de acuerdo a los comentarios de los compradores.

Podemos concluir que la experiencia fue muy enriquecedora para todos los que asistieron al evento ferial y el productos estuvo a la altura en cuanto a diseño y calidad.



artesanias de colombia

Reporte de ventas Expoartesanías 2010

## Evento de Clausura



Parque Biblioteca Belen / Medellin / 29 de marzo de 2011  
Fotografía: Felipe Rodriguez/ Artesanías de Colombia S.A

La clausura del proyecto se llevó a cabo el 29 de marzo de 2011 en el Parque Biblioteca Belen de la ciudad de Medellín, a dicho evento asistieron representantes de la Alcaldía de Medellín, Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, Institución Universitaria Salazar y Herrera, Institución Universitaria ESUMER y Artesanías de Colombia y 81 artesanos con un respectivo acompañante.



Parque Biblioteca Belen / Medellin / 29 de marzo de 2011  
Fotografía: Felipe Rodriguez/ Artesanías de Colombia S.A

Los artesanos recibieron diferentes certificaciones otorgadas por Artesanías de Colombia y la Institución Universitaria Salazar y Herrera de acuerdo a los módulos impartidos y la asistencia presentada.



Parque Biblioteca Belen / Medellin / 29 de marzo de 2011  
Fotografía: Felipe Rodriguez/ Artesanías de Colombia S.A

La ceremonia de certificación se realizó en el auditorio de la Biblioteca, acto al que le siguió la pasarela y showroom con las muestras.

Se realizó una pasarela donde se desfilaron todos los productos de moda y accesorios elaborados durante el Módulo de Diseño, la pasarela tuvo 60 salidas donde cada artesano tuvo la oportunidad de vestir 3 modelos con sus productos. La pasarela tuvo una duración de 25 minutos en los cuales se pudieron apreciar la totalidad de los nuevos diseños inspirados en referentes de la ciudad de Medellín.



Parque Biblioteca Belén / Medellín / 29 de marzo de 2011  
Fotografía: Felipe Rodríguez / Artesanías de Colombia S.A

Los invitados pudieron apreciar la línea de productos de cada artesano en los oficios de bisutería, joyería, tejeduría y marroquinería. Para los oficios de madera y algunos de joyería se instaló un showroom con módulos y vitrinas donde se pudieron apreciar los productos decorativos y piezas de joyería.
















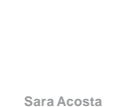


















Parque Biblioteca Belén / Medellín / 29 de marzo de 2011  
Fotografía: Felipe Rodríguez / Artesanías de Colombia S.A



Parque Biblioteca Belén / Medellín / 29 de marzo de 2011  
Fotografía: Felipe Rodríguez / Artesanías de Colombia S.A

Brochure productos

 <p><b>Farmac</b></p> <p>delsef torartesanodeMedellfn colecci6n2011</p>	<p>b s u t e r a</p>			<p>I e X I l e s</p>		
	 <p>Amparo Galeano semilla de mel6n 3178391707</p>	 <p>Angela Soter macrame 3146731841</p>	 <p>Gustavo V81ez totumo 3117229468</p>	 <p>Gloria Puerta bufandas 3122325307</p>	 <p>Cecilia Ortiz camisetas (4)2557651</p>	 <p>Adiela Rinc6n sandalias (4)5214635</p>
	 <p>Amparo Piedrahita crochet 3136044149</p>	 <p>Isabel Vasquez c a c h o 3117551533</p>	 <p>Jhonier Puchicama</p>	 <p>Marcela Gil s a c o s 3217321680</p>	 <p>Jorge Cuellar camisetas</p>	 <p>Claudia Ramirez camisetas 3113313408</p>
	 <p>Bibiana Correa pintura a mano 3117108312</p>	 <p>Guillermina Velez macrame 3136945719</p>	 <p>Sara Acosta alambre (4)2833470</p>	 <p>Eley Gomez camisetas</p>	 <p>Pipitabi</p>	 <p>Nelly Castana camisetas (4)2807728</p>
	 <p>Ruth Valencia acolchados 3126252715</p>	 <p>Sandra Castaneda enrollado en lana 3117135173</p>	 <p>Maria Tamawis</p>	 <p>Elkin Usquiario</p>	 <p>Musania</p>	
	 <p>Claudia Hincapie resina 3127318693</p>	 <p>Isabel Ruiz cintas 3103953974</p>	 <p>Veronica Bichno</p>	 <p>Elkin Usquiario</p>	 <p>Musania</p>	
	 <p>Elena Garcia murano 3127658107</p>	 <p>Janeth Monsalve ensartado 3165229982</p>	 <p>Nury Vargas bronce 3155168816</p>			

**Brochure productos**

joy e a



Clara Bravo  
joyas y complementos  
3113697780



Geovanni Barza  
b J80 3g  
312944512



Nelly Barrios  
3012944512

Maria Chaverra  
3148794939

Clara Luz Velez  
3105958455

Duli Restrepo  
3175478822



31161 68822

Ruth Rubio

Francisco Blanco

Manuel Cebrian  
3155728906

m a d e r a s



3b e o i e o J a J i s o  
H g i  
Guillermo Salazar



3J5 / h a i i  
Hernando Rincon



r 4 • / 2 ° 8 i  
Carlos Zapata



Martha Bohorquez  
instrumentos  
3148945665



M6nica Parra  
1°JU/1ig



Guillermo Rojas  
camafleos  
3136413320

v a r o s



Claudia Beltran  
bolas decorativas  
3177719580



Marlen Valencia  
3 2 1 1 ' g a # s



Doris Correa  
velas  
3188003248



Alvaro Mejia  
3175478822



Rosario Hernandez  
3155479531



Enrique Gallego  
3002644888



Maricely Usuga  
3142812421



Margarita Dominguez  
objetos decorativos  
3127178148



Liseth Blandin  
bolsos  
3188058816



Fernando Restrepo  
contenedores  
3147328239

m a r r o q u e n e r a



Angela Alvarez  
3158113048



Paola Franco  
(4) 5111559



Javier Yegre  
3145898874



Hernan Gonzalez  
3104327490



Charly Maza  
3148513344



Diana Gavine  
3138420131



Ruby Rengifo  
3148242888



Abraham Castro  
Gloria Mejia  
Gloria Muñoz  
3122128193

Medellin Ciudad  
**CIUS**



SALAZAR FERRERA



## Conclusiones y estadísticas por módulo

### Módulo Desarrollo Humano

El módulo de desarrollo humano está enfocado para generar las herramientas necesarias en el individuo para socializar de manera efectiva con diferentes grupos de apoyo y lograr en el artesano el fortalecimiento de los valores y principios definidos por la sociedad, también sensibilizarlo sobre su que hacer diario en su rol con la sociedad, para así potencializar su esencia como ser humano y social.

Al inicio del proceso de formación, se detectó que el 96% de los beneficiarios eran mayores de 25 años, lo que implicaba una sensibilización profunda sobre el manejo del cambio de esquemas mentales tradicionales y lo que ello implicaba; en muchos casos los artesanos adquieren unos hábitos que con el correr del tiempo se convierten en paradigmas de comportamiento, en donde aducen que siempre las cosas las han hecho de cierta forma y les ha funcionado, al manejar el componente de “actitud positiva hacia el cambio” se logró cambiar esa antigua forma de pensamiento, logrando que el componente social y de comportamiento sufriera notables avances en la aceptación de nuevas formas de pensamiento y comportamiento.

Lo anterior concluye que el 30,5% de los beneficiarios lograron nuevas formas de pensamiento hacia el cambio de manera efectiva, el 35% de los asistentes tuviera las herramientas para aplicarlas de manera progresiva a su día a día, y el 34 % requiera de un mayor esfuerzo hacia dicho proceso, este porcentaje esta compuesto por adultos mayores.

Al ejercer un oficio artesanal, los artesanos esperan que su trabajo se vea reflejado en una mejora sustancial de su condición y calidad de vida, sin embargo no todos son concientes de este comportamiento, por lo cual, el módulo de desarrollo humano genera diferentes estrategias para que el artesano se sensibilice sobre su papel como eje transformador en su núcleo familiar y en su vida personal, desarrollando las actividades y enfocandolas hacia la generación de una conciencia reflejada en que sus acciones repercutirán mas adelante en unos impactos ya sea positivos o negativos en su oficio artesanal, con lo anterior, se logró que el 11% de los beneficiarios se concientizaran plenamente sobre la importancia de su actividad y lo reflejaran en su vida diaria y en su actividad productiva de manera positiva; el 66% encontró puntos importantes en la generación de dicha conciencia y detectaron oportunidades de mejora que están siendo aplicadas en la actualidad.

Módulo de Desarrollo Humano									
Sentido de pertenencia local					Identidad y/oica fortalecida				
E	B	R	M	MM	E	B	R	M	MM
8,50%	85,50%	6%	0%	0%	30,50%	38%	27%	4,50%	0%

Es bien sabido el alto sentido de pertenencia que tiene el antioqueño, el regionalismo paisa es una de las características mas fuertes y reconocibles a nivel nacional, este componente en el proceso de formación concluyó que un 94% de los beneficiarios sintiera su ciudad como propia y trabajaran por rescatar las tradiciones y las costumbres paisa tan arraigadas en este contexto.

La sensibilización siempre debe comenzar por el yo, es generar una conciencia de saber quienes somos y como encajamos en el resto de la sociedad, gracias al módulo de desarrollo humano, se logró un análisis del “yo” de cada uno, para concluir como se puede construir tejido social y el fortalecimiento de ser como ente que se relaciona con diferentes formas de pensamiento, con lo anterior, se evidenció que el 68,5% de los beneficiarios lograron saber cual era su papel en la sociedad como ejes transformadores de una cultura pujante paisa.

## Módulo Empresarismo

Módulo de Empresarismo									
Tiene claras las políticas de contratación y remuneración en su taller		Su actividad económica principal es la artesanía		Su unidad productiva está formalizada		Tiene políticas de costos definidas		Maneja inventarios en su taller	
Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
98%	2%	22%	78%	9%	91%	98%	2%	98%	2%

El Módulo de Emprendimiento, está basado en el desarrollo de la capacidad empresarial de los beneficiarios, los criterios de evaluación estuvieron determinados en cuatro aspectos:

Al inicio del proyecto, se detectó que la remuneración y contratación de los colaboradores del taller, al igual que los criterios de costeo de la mano de obra, se realizaban de manera informal, no existían políticas claras de costeo de mano de obra basadas por ley, una vez terminado el proceso de formación en empresarismo, se llegó a que el 98 % de los beneficiarios conozca y aplique plenamente las políticas y los tipos de contratación, entendiéndose las obligaciones contractuales del empleador y el empleado o del contratista y contratante, definiendo así el tipo de remuneración acorde a la ley, estando en capacidad de determinar cuál es la figura legal más conveniente y competitiva en una posible negociación con los colaboradores del taller.

La dinámica de la economía de los talleres, hace que se dinamice por demanda, en la mayoría de los casos no tienen stock de producción, puesto que solo trabajan por encargo, y sea necesario buscar otras entradas económicas para la subsistencia del núcleo familiar, con lo anterior, se detectó que el 58% de los beneficiarios no tienen como actividad principal la artesanía, sin embargo, con la formación integral a la cual se llegó, hace que se genere una oferta hacia un nicho determinado de manera competitiva en diseño, producción y comercialización, muestra de lo anterior, son las estadísticas de ventas logradas en los dos eventos en los cuales participaron los beneficiarios del proyecto: Expoartesano 7'474.200 y Expoartesánías 19'013.000.

El 91% de las unidades productivas no están formalizadas, es decir, no están registradas ante las autoridades competentes, sin embargo en el modulo de formación, se sensibilizó a los beneficiarios sobre la importancia de registrarse y los beneficios que esto conlleva, como opciones de crédito, oportunidades en ruedas de negocios y eventos feriales de gran formato, así como acceso a capacitación gratuita.

Al finalizar el modulo de formación, se detectó que el 98 % de los beneficiarios habían definido plenamente políticas de costeo de sus productos, puesto que anteriormente los costos se manejaban de manera informal y sin ningún criterio definido, con lo anterior, se sentaron las bases para generar un producto competitivo en el mercado gracias al apoyo del componente comercial, que generó las políticas de precios.

Otro impacto positivo del componente empresarial, se puede definir como el reconocimiento de los inventarios y la cuantificación de los mismos de manera ordenada y formalizada, al finalizar el modulo de logró que el 98 % de los beneficiarios aplicaran políticas de inventarios en su unidad productiva, lo cual favorece el proceso productivo.

## Módulo Comercialización

Módulo de Comercialización									
Prospecta clientes potenciales periódicamente		Identifica perfiles		Aplica tendencias de Exhibición		Ha participado en ruedas de negocios		Ha participado en ferias a nivel nacional	
Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
64%	36%	90%	10%	45%	55%	26%	74%	72%	28%

El módulo de comercialización se fundamenta en el análisis, valoración, detección y priorización de los clientes potenciales, el ADN del productor, y la investigación del mercado para así determinar cuales son las necesidades de los consumidores, y cuál es el estado actual del mercado, para así generar productos competitivos el precio y valor.

Se proyecta a cada unidad productiva hacia la generación de estrategias enfocadas a la concreción de negocios y a la apropiación de una premisa fundamental, el negocio real no está en vender productos, sino en generar la re compra, aplicar el valor agregado referido al branding como concepto de marca

El 64% de los beneficiarios explora, reconoce y cuantifica clientes potenciales para así determinar nuevos espectros comerciales en pro de ampliar su capacidad comercial.

El 90 % de los asistentes tiene plenamente definidas políticas para identificar, cualificar y cuantificar perfiles de clientes de acuerdo con las tendencias del mercado, basado en los requerimientos de consumo, sentidos de la estética, poder adquisitivo, y regularidad de compra.

El componente comercial exige que los sistemas de exhibición sean un criterio de decisión de compra, al inicio del módulo, no se evidenciaron políticas de exhibición claras por parte de los beneficiarios, sin embargo, al final del proyecto, y validado en los dos eventos feriales, se detectó que el 45% de los beneficiarios ya manejaban conceptos de exhibición de acuerdo con las tendencias de consumo, manejaban conceptos de repetición, equilibrio, armonía, contraste, figura – fondo, micro espacios, etc.

Si bien solo el 26% de los beneficiarios ha participado en ruedas de negocios, en el componente comercial de definieron las políticas, criterios y lineamientos que se manejan en una rueda de negocios, los beneficiarios se sensibilizaron sobre la importancia de tener un portafolio de servicios actualizado, precios en pesos y en dólares, capacidades de producción semanal y mensual por producto, precios al por mayor y al detal, al igual que opciones de negociación de acuerdo con el cliente.

El 72 % de los beneficiarios ha participado en eventos feriales a nivel nacional, el componente comercial en el proceso de formación, aporta las herramientas para que los beneficiarios determinen cual es el evento ferial más relevante de acuerdo con su tipo de producto, así mismo sensibiliza al asistente sobre como analizar cada tipo de feria de acuerdo con la geo referenciación, visitantes, tipologías de mercados, análisis de nichos, etc. con lo anterior, se optimiza el uso y aprovechamiento de los recursos, para generar derroteros hacia los nichos de mercados relevantes.

### Módulo Producción

Módulo de Producción							
Organización del Taller				Proceso Productivo			
E	B	R	M	E	B	R	M
14%	80%	6%	0%	14%	63%	23%	0%

El módulo de Producción, está enfocado a generar protocolos de manejo en planta, buenas prácticas de manufactura, organización de la producción, tiempos y movimientos, ergonomía en los puestos de trabajo, determinación de la capacidad instalada del taller, requerimientos técnicos y logísticos para la producción.

Con lo anterior, al finalizar el módulo se generaron impactos enfocados a:

El 80% de los beneficiarios ya tienen claras las políticas y protocolos de manejo en la organización del taller, si bien solo el 14% aplican a la perfección dichos procedimientos, se detectaron oportunidades de mejora en cada unidad productiva, que están siendo aplicados en la actualidad, gracias a las hojas de trabajo suministradas.

Al levantar el estado del arte en lo concerniente a producción, se detectaron que los talleres no tenían estandarizados los procesos de producción, enfocados a la optimización en el uso de los recursos y de la infraestructura instalada, sin embargo, al finalizar el módulo se concluyó que el 14 % de los beneficiarios, lograron optimizar de manera eficiente dichas prácticas, y el 63% detectaron oportunidades de mejora continua que están siendo aplicados para el buen resultado del proceso y la competitividad productiva de la unidad productiva.

Módulo de Producción							
Manejo del Oficio				Acabados			
E	B	R	M	E	B	R	M
21%	51%	26%	2%	28%	42%	29%	1%

Una de los componentes más relevantes en la formalización de una unidad productiva, es el manejo del oficio, puesto que de ahí se generan todas las variables en la cadena de valor, el estado inicial de los beneficiarios, estaba concebido como una actividad que se ejercía de manera esporádica para la generación de un sustento alternativo, sin embargo al final del módulo, se logró sensibilizar a los asistentes, generando una actitud de cambio frente a la concepción del oficio como parte predominante en la generación de nuevos productos por la calidad, tiempos de producción, acabados, y aprovechamiento de los recursos para generar propuestas diferenciadoras con buena calidad, que respondan a las necesidades y requerimientos del mercado.

Con lo anterior, se logró que el 21 % de los beneficiarios se concibieran como maestros artesanos en el desarrollo de la práctica, un 51% pasara de concebir el oficio como una actividad aislada a la formalización de una actividad que puede convertirse en la base fundamental de su economía local, mejorando los acabados, la habilidad para la transformación de las materias primas, y mejorando la calidad de los productos, el proceso fue el resultado de un seguimiento constante a lo largo de 10 meses de asesoría visitando los talleres y detectando falencias en el proceso de producción.

Con la formación integral, se sensibilizó a los artesanos sobre la importancia de los acabados de los productos enfocados a la selección por parte del cliente, al implementar buenas prácticas de manufactura, la formalización del oficio como eje primordial en la generación de los productos, se concluyó que el 28% de los beneficiarios mejoraron los acabados de los productos en un 100% logrando así un producto competitivo acorde a los requerimientos del mercado, un 42% de los asistentes mejoraron notablemente los acabados en sus productos, sin embargo están aplicando los nuevos conceptos impartidos en el módulo para la mejora continua de sus procesos productivos.

Un 29% de los beneficiarios que inicialmente no manejaban un producto concreto, ni de acabados referido al producto de manera eficiente, detectaron que las prácticas que estaban realizando en la actualidad deberían ser replanteadas gracias a los contenidos vistos en el proceso de formación.

## Módulo Diseño

Módulo de Diseño					
Desarrolla colecciones propias		Aplica tendencias globales		Sabe abstraer referentes	
Si	No	Si	No	Si	No
68,00%	32%	83%	17%	84%	16%

El módulo de Diseño está enfocado a desarrollar las herramientas necesarias, para que el artesano genere productos con identidad, reconocibles como productos ícono de una unidad productiva.

Así mismo, gracias al proceso de formación socializa metodologías de diseño para la generación de nuevos productos por parte del artesano, que con ayuda y asesoría del diseñador está en capacidad de lograr productos diferenciados de acuerdo con las tendencias del mercado optimizando el uso de los recursos, generando productos económicamente sostenibles.

Maneja conceptos corporativos de etiquetas y empaque para los productos con normas internacionales para penetrar diferentes mercados.

Con lo anterior, al terminar el proceso de formación en Diseño se logró que el 68% de los beneficiarios generaran colecciones propias, comprendidas por familias de objetos basados en puntos de inspiración locales de la ciudad de Medellín, se lograron dos tipos de colecciones una para la feria Expoartesano, y otra para el evento de Expoartesánias 2010.

El 83% de los artesanos aplica efectivamente las tendencias globales de estética, y mercado, logrando así una sensibilización sobre que buscan los consumidores, y cual es el sentido de la estética que aplica para cada nicho.

El 84% de los beneficiarios abstrae referentes de acuerdo con un punto de inspiración definido, gracias a la metodología desarrollada por Artesanías de Colombia, lo cual indica, que están en la capacidad de generar colecciones constantemente de acuerdo con las diferentes tendencias de diseño.

Módulo de Diseño					
Desarrolla productos con identidad		Desarrollo de Imagen Corporativa		Desarrollo de Empaque	
Si	No	Si	No	Si	No
60%	40%	96%	4%	80%	20%

El 60% de los asistentes desarrollaron productos con identidad, que se pudieron verificar gracias a la participación de los dos eventos feriales en los cuales se presentaron los productos resultado del convenio.

Al inicio del convenio, se detectó que los beneficiarios no tenían claras las políticas de generación de imagen corporativa de cada unidad productiva, con el apoyo del equipo de diseño de Artesanías de Colombia S.A. se logró que el 96 % de los beneficiarios tuvieran plenamente definida la imagen corporativa de su unidad productiva, suministrando los artes finales de los diseños desarrollados, material que fue apropiado por los artesanos, y en la actualidad utilizan en sus productos y talleres.

En proceso de formación en Diseño apoya en la generación de nuevos productos, sin embargo es necesario trabajar toda la cadena de valor, por lo cual, también se diseñaron los empaque respectivos de cada producto desarrollado en conjunto con los artesanos, logrando que un 80% de los productos gozaran de un empaque que cumplía con los estándares comerciales y de calidad requeridos por el mercado.