



Artesanías de Colombia S.A.  
Instituto de turismo del Meta.

Proyecto: “Asesoría, Capacitación, con énfasis en talla en madera y cuero, preparación y acompañamiento a los artesanos del Departamento del Meta seleccionados para participar en Eventos FERIALES.”

DISEÑADOR INDUSTRIAL  
YILBER GONZALEZ REYES

Artesanías de Colombia S.A.  
Instituto de turismo del Meta  
Bogotá D.C. – 2010



Paola Andrea Muñoz Jurado  
Gerente General

Manuel José Moreno Brociner  
Subgerente de desarrollo  
Director de Proyecto

Alexander parra  
Profesional Subgerencia de Desarrollo  
Coordinador técnico del Proyecto

Yilber González  
Asesor del Proyecto

## Tabla de contenido

- 1. Introducción**
- 2. Objetivo General**
- 3. Objetivos Específicos**
- 4. Antecedentes**
  - 4.1. Contexto**
    - 4.1.1. Mapa de ubicación geográfica.
- 5. Metodología**
- 6. Ejecución de las actividades**
  - 6.1. Seminario” Tendencias de diseño y desarrollo de líneas de productos”**
  - 6.2. Asesorías en diseño y desarrollo de productos.**
    - 6.2.1. Ver anexo de fichas técnicas de diseño de productos
  - 6.3. Taller de Sistema de Empaque y Embalaje.**
  - 6.4. Taller acerca de la Empresa Artesanal.**
  - 6.5. Taller de Costos.**
  - 6.6. Seminario de Promoción y Comercialización.**
    - 6.6.1. Participación en ferias y exposiciones**
    - 6.6.2. Objetivos de la participación en una feria**
    - 6.6.3. Los beneficios más relevantes de las ferias**
    - 6.6.4. Actividades y estrategias en una feria**
    - 6.6.5. Designación de los responsables de una feria**
    - 6.6.6. Presupuesto para una feria**
  - 6.7. Participar activamente en la promoción y exhibición de productos en las ferias de Medellín y Expoartesanías.**
- 7. Logros e Impacto:**
- 8. Conclusiones:**
- 9. Limitaciones y Dificultades:**
- 10. Recomendaciones**
- 11. Materiales Complementarios y anexos:**
- 12. Bibliografía:**

## 1. Introducción

El siguiente informe corresponde a las actividades realizadas en cumplimiento de la orden de servicios No SAF2010-169 Para la prestación de servicios profesionales en diseño industrial consistente en asesoría en diseño de productos de madera en el marco del convenio No 002 de 2010 de Artesanías de Colombia y el Instituto de Turismo del Meta, en los municipios de Puerto Gaitán, Granada y Villavicencio En el marco del proyecto: : “Asesoría, Capacitación, con énfasis en talla en madera y cuero, preparación y acompañamiento a los artesanos del Departamento del Meta seleccionados para participar en Eventos FERIALES.” En el se describen las actividades de los términos de referencia del contrato consistente en Conocer detalladamente el proyecto del convenio No. 002 de 2010, el cual busca aunar esfuerzos para preparar, asesorar, capacitar y realizar acompañamiento a noventa (90) artesanos del Departamento del Meta, beneficiados del proyecto en los programas de talla en madera y cuero. De acuerdo con la siguiente programación: Socialización del proyecto, Registro de beneficiarios y Valoración del producto. Seminario” Tendencias de diseño y desarrollo de líneas de productos” y Asesorías en diseño y desarrollo de productos, Asesorías puntuales y Desarrollo de productos para Expoartesano y Expoartesanas. Taller de Sistema de Empaque y Embalaje, Taller acerca de la Empresa Artesanal, Taller de Costos, Seguimiento y Producción para Expoartesano, Taller de Promoción y Comercialización, y Seleccionar y participar activamente en las ferias de Medellín y Bogotá.

## 2. Objetivo General

Objeto es la prestación de Servicios para la Asesoría en diseño con énfasis en el Oficio de Talla en madera, para la atención integral de los artesanos del Departamento del Meta, en el marco de la ejecución del Convenio Asociativo de Cooperación No. 002 de 2010.

## 3. Objetivos Específicos

- 3.1. Lograr la comprensión y socialización de conceptos sobre tendencias, rescate cultural en la construcción de parámetros propios de diseño.
- 3.2. El mejoramiento de los productos con el diseño, rediseño y elaboración de bocetos para el desarrollo de nuevas propuestas.
- 3.3. Lograr la comprensión y socialización de conceptos sobre la empresa, los costos de producto que permitan al artesano estructurar su empresa artesanal con productos equilibrados en el mercado.
- 3.4. Lograr la comprensión y socialización de conceptos sobre desarrollo económico a partir de la colocación de productos y servicios artesanales en otros mercados nacionales y extranjeros.
- 3.5. Lograr la comprensión y socialización de conceptos sobre contención, protección y conservación de productos artesanales a lo largo de toda la cadena de distribución y

venta. Y la importancia de los empaques como medio de comunicación y estrategia de mercadeo.

#### 4. Antecedentes

Artesanías de Colombia a través de la Subgerencia de Desarrollo adelanta el proyecto en su segunda fase con el objetivo de promover las artesanías en la población del departamento del Meta.

El proyecto es precedido desde 2009 por la profesional en Diseño Industrial en cabeza de la diseñadora Karly Osorio, a través de procesos de investigación, se desarrolló el diagnóstico de las condiciones productivas de los eslabones de producción, comercialización y post-venta de las cadenas productivas de las fibras naturales anteriormente citadas.

El objetivo de la diseñadora era prestar asesoría en diseño y asistencia técnica para realizar el mejoramiento tecnológico y diseño de los talleres de Madera y cuero en el municipio de Villavicencio.

#### 4.1. Contexto

##### 4.1.1. Mapa de ubicación geográfica.



Mapa detallado del departamento de Meta en Colombia

## 5. Metodología

La estrategia es desarrollar en el grupo de beneficiarios habilidades para comprender, apropiarse y aplicar la metodología de diseño aplicado a la artesanía para el diseño y desarrollo de productos respetuosos de la identidad cultural representada en la iconografía y/o formas de producción tradicionales así como su vocación productiva.

Facilitando la apropiación de los conceptos de identidad cultural, innovación y diseño para el fortalecimiento de la cadena de valor artesanal.

Finalmente Artesanías de Colombia ha diseñado una serie de talleres que se aplican de manera pertinente a los municipios que se intervienen en la asesoría.

El primer taller es denominado como Tendencias e identidad cultural y referente y como en los demás talleres es crear un espacio para los artesanos con el fin de interactuar de manera participativa en temas como la identidad que es un proceso social en construcción que les permite definirse y descubrir las diferencias culturales que nos distinguen de los demás.

Los resultados de los talleres permitirán a los beneficiarios y al asesor generar ideas con un sentido organizacional, económico, simbólico de valoración artística y cultural que se aplican claramente en su trabajo artesanal.

## 6. Ejecución de las actividades

### 6.1. Seminario "Tendencias de diseño y desarrollo de líneas de productos"

El objetivo de los talleres de tendencias e identidad cultura es para desarrollar identidad a través del oficio de la madera, definiendo valores culturales que caractericen los municipios del Meta, los resultados de los talleres evitaran que el artesano adopte formas mediante prototipos comunes y convencionales en sus productos artesanales.

Los resultados del taller deben estimular al artesano a desarrollar productos de artesanía, traduciendo valores autóctonos en formas, símbolos y objetos que ofrezcan al mercado elementos de innovación y contenido cultural.

El concepto de tendencias requiere tener una mente amplia y una actitud para estar constantemente informado y bien ubicado en el entorno que nos rodea.

Todo influye y esto genera tendencias en el mercado; estos son algunos factores:

**Factores ambientales:** El clima y las estaciones: estas determinan por ejemplo el color, las actividades de las personas alrededor del tema orientan a los diseñadores a crear elementos que suplan las necesidades que surgen con estos cambios.

**La Moda,** los desfiles de grandes diseñadores influyen, hoy, en los accesorios de las próximas temporadas un ejemplo: las texturas que se lancen en esta época muy seguramente determinen la próxima temporada en accesorios como zapatos o bolsos con tales texturas.

**Las Celebridades y las grandes producciones:** miles de personas se influyen con las formas de vida y estilos de personas famosas y toman ciertos iconos de

películas y conciertos de masiva promoción. Esta es una oportunidad para los diseñadores y artesanos de crear nuevas propuestas de aceptación en ciertos segmentos del mercado.

**Eventos Globales:** un campeonato del mundo, un gran festival, carnaval o unas olimpiadas nos permiten anticiparnos con tiempo para desarrollar propuestas de diseño que tengan relativo éxito en ese segmento del mercado.

**Exposiciones de Arte:** Los verdaderos artistas son aquellos que luchan constantemente en la búsqueda del elementos nuevos para sus creaciones, lo que los convierte en un estímulo para la inspiración de artesanos en el desarrollo de sus productos.

**Lo Retro:** Es muy importante mirar hacia el pasado, pero es igualmente importante interpretarlo para que el resultado de esta tendencia nos genere propuestas de diseño muy actuales y contemporáneas.

**La Globalización:** El mundo día a día es mas pequeño para las comunicaciones lo que influencia a las personas a viajar periódicamente a lugares mas remotos creando un ambiente propicio para la sensibilización a conocimiento lo que definitivamente abre nuevas oportunidades para los diseñadores.

**La tecnología:** La tecnología definitivamente ha cambiado totalmente los hábitos de consumo, la manipulación de materiales, la introducción de nuevas materias primas, todos estos cambios serán siempre un motivo de análisis y oportunidades de diseño para la generación de líneas de productos.

**Las Políticas de comercio justo:** Hoy las personas no solamente compran un producto, además se involucran en su proceso es así como muchos consumidores prefieren productos amigables con el medio ambiente, con el buen pago a los trabajadores por parte de las empresas, con certificados ambientales, etc., lo que propone un concepto integral de diseño en el desarrollo de productos.

**Hecho a mano:** Una tendencia es la búsqueda de los usuarios y consumidores por productos o piezas únicas, por nuevos valores percibidos, los trabajos artesanales suplen esta tendencia del mercado e involucrar procesos de diseño en oficios hechos a mano es una estrategia muy viable para los diseñadores e ingenieros de producto.

**Uso ecológico:** Las personas hoy buscan el uso adecuado y sostenible de los recursos naturales, elementos renovables y reciclables, el diseño ecológico hoy adquiere relevancia para desarrollar propuestas muy bien aceptadas por el mercado.

**La Naturaleza:** Es una fuente de inspiración ilimitada para el desarrollo de productos con tendencias por ejemplo de color, forma y función.

**La Identidad cultural:** los productos propios y auténticos siempre despertaran gran interés entre consumidores y usuarios lo que puede considerarse en una tendencia a largo plazo.

**Wellness spa:** la vida acelerada y agitada ha generado enfermedades como el stress, el agotamiento y el cansancio lo que ha inclinado la tendencia ha un motivo de análisis por parte de diseñadores hacia las actividades de relajación y descanso.

**Actividades Sociales:** hoy en día existe un auge por ciertas actividades que ayudan a socializar y ha distraer a las personas por ejemplo las redes sociales y la cocina cada día mas personas desarrollan actividades alrededor de la preparación de un plato y abre múltiples oportunidades para satisfacer la tendencia.

**La Innovación:** la innovación puede tomarse de dos formas la primera crear un producto totalmente nuevo que satisfaga las necesidades de un segmento de mercado y la segunda es re interpretar algo existente en objetos inteligentes y divertidos, por ejemplo convertir la forma de un animal en un elemento funcional como un tranca libros o cds. *Ver anexo 1 presentaciones*

## 6.2. Asesorías en diseño y desarrollo de productos.

6.2.1. *Ver anexo de fichas técnicas de diseño de productos*

6.2.2. *Ver anexo 6 diseño de productos Puerto Gaitán*

6.2.3. *Ver anexo 6 diseño de productos Villavicencio*

## 6.3. Taller de Sistema de Empaque y Embalaje.

Los conceptos tratados fueron de concientizar a la comunidad de la importancia de contener, proteger y conservar el producto artesanal a lo largo de toda la vida de la cadena de producción y venta. Teniendo en cuenta las funciones del empaque para la exhibición, la comunicación y como herramienta comprobada de la estrategia del marketing.

Se sugirió a los artesanos investigar acerca del tema, para diseñar empaques con características de innovación que mejore el valor agregado del producto artesanal.

Se les visualizo mediante fotografías algunos casos de empaque con éxito en diseño, calidad y uso de materiales en otros campos y comunidades artesanales.

Se recalco la idea de crear empaques que contengan las siguientes características:

- Bajo costo y peso.
- Que no requieran procesos complejos de elaboración y si es posible que la misma comunidad los pueda fabricar.
- Empaques económicos.
- Limpios y sometidos a controles sanitarios.
- Libre de microorganismos, hongos o insectos.
- Materiales biodegradables y reciclables.
- Preferiblemente evitar utilizar grapas o cintas pegantes.
- Que su configuración lo haga apilable uno con otro.

- El empaque debe comunicar con apoyo de etiquetas la identificación y localización del fabricante, peso, contenido, número de piezas y procesos de elaboración, indica bondades, aprovechamiento y conservación.

Es importante recalcar el taller de empaques cuando la comunidad comience un proceso de comercialización y venta de sus productos, momento en el cual puedan asimilar con propiedad los conceptos expresados en la capacitación. *Ver anexo 11 seminarios de empaques y embalajes*

#### 6.4. Seminario de la Empresa Artesanal.

Los conceptos tratados fueron de concientizar a la comunidad de la importancia de conocer e interpretar estos temas en actividades que permitan consolidarse como empresa con este fin se discutieron las siguientes preguntas abiertas con sus respectivas conclusiones:

##### **¿Qué es una empresa artesanal?**

Una empresa artesanal es una organización dedicada a actividades en oficios y técnicas manuales con el fin de generar ingresos económicos y comerciales.

##### **¿Que es la cadena de valor empresarial?**

Es una secuencia de las actividades que desarrolla una organización empresarial generando productos y servicios con valor al cliente final.

Tipos de actividades de la cadena de valor

##### **Actividades primarias del artesano**

**Logística interna:** comprende operaciones de recepción, almacenamiento y distribución de las materias primas.

**Producción:** Diseño, desarrollo y procesamiento de las materias primas para transformarlas en el producto final.

**Logística externa:** almacenamiento o exhibición de los productos terminados y distribución del producto al consumidor.

**Mercadeo y ventas:** actividades con las cuales se da a conocer el producto.

**Servicio:** de post-venta o mantenimiento, agrupa las actividades destinadas a mantener, realzar el valor del producto, mediante la aplicación de garantías.

##### **Actividades de apoyo**

**Infraestructura de la organización:** actividades que prestan apoyo a toda la empresa, como la planificación, contabilidad y las finanzas.

**Dirección de recursos humanos:** búsqueda, contratación y motivación del personal.

**Desarrollo de tecnología e investigación:** obtención, mejora y gestión de la tecnología.

**Abastecimiento:** proceso de compra de los materiales.

**Situación actual de las empresas artesanales nos permite distinguir debilidades de los micros, pequeños y medianos empresarios de la artesanía:**

Falta de recursos humanos especializados

Servicios financieros limitados  
No existe transparencia en información sobre costos, precios y mercados  
Bajos e inestables volúmenes de producción  
Diseños no adecuados a las demandas del mercado  
Ausencia de diseñadores con conocimiento de nuestra cultura.  
Mala calidad de la materia prima artesanal  
Falta de proveedores de materia prima procesada  
Bajo nivel artesanal está vinculado a las empresas  
Los talleres artesanales son microempresas urbanas  
Falta posicionar las marcas Artesanales  
Producción artesanal atomizada y desvalorizada

### **¿Qué es un plan de negocios?**

Un plan de negocio consiste en un análisis de los diferentes factores que intervienen en la puesta en marcha de nuestro proyecto, ya sea la creación de una empresa o bien de un nuevo negocio promovido por nuestra empresa.

Se trata de un documento que requiere de una constante actualización, ya que debe incorporar cómo nuevos factores internos o externos van incidiendo en nuestro negocio.

Un plan de negocio es un instrumento para los propios emprendedores y consiste en un análisis de los diferentes factores que intervienen en la puesta en marcha de nuestro proyecto, ya sea la creación de una empresa o bien de un nuevo negocio promovido por nuestra empresa.

Se trata de un documento que requiere una presentación estructurada y una descripción clara y concisa el plan debe actualizarse constantemente, ya que debe incorporar cómo nuevos factores internos o externos van incidiendo en nuestro negocio.

### **Esquema básico de un plan de negocios**

- Oportunidad de mercado; especificar ¿Por que tu mercado necesita lo que quieres vender?
- Definir quien es mi mercado, su tamaño y las tendencias.
- Cuales son los productos y servicios de mi empresa.
- Detallar el modelo tu negocio, el de hoy y el del futuro.
- Cuales son las estrategias y tácticas de lanzamiento de mis nuevos productos.
- Cuales son las estrategias de crecimiento y expansión de mi empresa
- Detallar las actividades que me corresponden, las de las personan que trabajan conmigo y cual es el presupuesto que necesito para realizarlas.
- Redes y alianzas: Discute quienes te ayudarán a trabajar y por que lo harán.
- Mercadeo y ventas: demuestra cómo vas a ganar clientes, cerrar negociaciones y ventas y llevar tus productos al mercado.
- La competencia: describe el entorno competitivo, así como tus ventajas y que te diferencia.

- Demuestra porque se debería creer en ti, o en tu grupo de dirección, demuestra credibilidad.
- Muestra cómo vas a hacer dinero, tus necesidades de financiación y sus usos, y cuanto generare en ganancias. *Ver Anexo 5 La empresa artesanal*

## 6.5. Taller de Costos.

### Taller de costos y fijación de precios

La elaboración de los productos artesanales nos permitió identificar el paso a paso del proceso de fabricación lo que determino el costeo de los artículos.

#### Mecánica del taller:

Asesoría grupal, con la orientación del asesor

Tener a la mano papel, lápiz y calculadora

Elaborar a los beneficiarios preguntas abiertas para indagar las dificultades que se presentan en la fijación de los precios de sus productos:

¿Como le dan el precio a cada producto?

¿Qué dificultades se les presenta para colocar el precio a sus productos?

¿En cuanto valoran su mano de obra?

¿Cuáles son los principales costos que tiene en cuenta para valorar su producto?

#### Ejecución del taller con los asistentes:

Selección del producto a costear.

Prototipo

Muestra de producción

Descripción detallada del proceso de fabricación

Determinar el valor de la mano de obra por hora de trabajo

Que tiempo gastamos en cada paso del proceso de producción

Cuales son los costos fijos

Determinar el valor por hora de los costos fijos

Cual es el precio por unidad de compra de las materias primas e insumos

Determinar el costo real de nuestro producto.

Fijar una ganancia por la venta de nuestro producto

Determinar los gastos por empaque y embalaje de los productos

Fijar el precio de nuestros productos cuando debemos enviarlos a otra ciudad o país.

Comparar nuestros precios con productos similares o de la competencia.

Que alternativas debemos adoptar para reducir nuestros costos y aumentar los precios de nuestros productos. *Ver anexo 8 Taller de costos*

## 6.6. Seminario de Promoción y Comercialización.

Los temas tratados fueron muy importantes para la comunidad beneficiaria porque les permite actuar de manera constante en la divulgación y promoción de sus productos en diferentes escenarios:

### 6.6.1. Participación en ferias y exposiciones

### 6.6.2. Objetivos de la participación en una feria

La Comunicación: Las ferias son un destacado medio de comunicación porque en primer lugar se puede alcanzar un contacto estrecho entre expositores y visitantes, una buena relación con los clientes. El dialogo entre expositores y visitantes tiene un gran valor, ayuda a desarrollar relaciones de negocios duraderas. Se puede transmitir información mucho más activa e intensa acerca de un producto o servicio, no sólo puede ser descrito sino que además puede ser visto. Se tiene además una oportunidad inmejorable de ofrecer a los clientes y visitantes una experiencia única, como puede lograrse con un “show room” de productos (el producto y/o la marca en acción). Alrededor de la comunicación podemos lograr los demás objetivos que son la venta directa de nuestros productos, conocer los precios, valores percibidos y condiciones de pago, como distribuir nuestro producto en la ciudad y que opinión tienen los visitantes de mi producto y servicios. Del análisis de esta información se puede extraer estrategias para el diseño y desarrollo de producto ligado estrechamente con las condiciones de precio, cantidades y expectativas de los visitantes.

#### **6.6.3. Los beneficios más relevantes de las ferias**

Ofrecen una concentración de mercados seleccionados al sector.  
Abren nuevos mercados (nos conocen y conocemos a nuevos clientes).  
Hacen posible una comparación directa entre precio y servicio o prestaciones.  
Promueven el intercambio intensivo de información.  
Generar contactos y cierre de negocios.  
Me permiten indagar y ofrecer mis productos en un mercado regional.  
Conocer directamente las novedades de productos, materias primas e insumos y herramientas.  
Actualizar mis productos a las tendencias y necesidades del mercado.  
Registrar en nuestra base de datos posibles clientes nacionales y extranjeros.  
Determinar aéreas geográficas prioritarias para la apertura de mis mercados.  
Concertar citas con posibles clientes en y fuera de la feria e invitarlos a nuestro stand para que aprecien nuestros productos y servicios.  
Generar una base de datos con los visitantes y posibles clientes para generar posteriormente una estrategia de promoción para atraerlos a nuestro stand.

#### **6.6.4. Actividades y estrategias en una feria**

Deben los expositores preparar la participación en ferias con anticipación, conocer la ciudad, investigarla por internet es una alternativa, cual es el perfil de los visitantes, tener un directorio con los principales almacenes y en lo posible concertar citas previamente, tener objetivos claros y una estrategia completamente diseñada y orientada a ganarle a la feria. Si bien los gastos de participación en ferias son altos, no hay otro lugar en el que se puedan contactar tantos especialistas y clientes, en un tiempo tan corto y con tan altos beneficios. Siempre la relación costo beneficio de una feria es altamente satisfactoria, si en esta se participa bien. Un conocimiento deficiente sobre los factores relevantes, puede producir desde escepticismo hasta rechazo.

#### **6.6.5. Designación de los responsables de una feria**

No es aconsejable participar solo en una feria, esto puede ocasionar retrasos y errores en el plan de trabajo que tenemos para nuestra participación.

Si no es posible viajar con alguien ya sea por imposibilidad o costos podemos contratar a un asistente dentro de la feria que nos colabore y así nosotros poder cumplir con nuestro plan de trabajo.

El perfil de las personas que estén a cargo del stand esta determinado por la activa motivación, la atención y la información adecuada y completa frente a los clientes y visitantes.

En lo posible se deben invitar a nuestros colaboradores a un lanzamiento de nuestro stand como una actividad de estímulo integrador.

#### **6.6.6. Presupuesto para una feria**

- Costos de participación en la feria
- Costos de la producción y prototipos de productos; recordemos que siempre el visitante acude sobre todo a descubrir novedades.
- Diseño del stand la disposición de nuestros productos es muy importante recordemos que uno de nuestro objetivos es de crear un evento o acontecimiento que impacte en la mente del visitante.
- Diseño e impresión de papelería: Volantes, tarjetas de presentación y catálogos en lo posible.
- Publicaciones por Internet
- Invitaciones a los visitantes que nos interesen, para visitar nuestro stand.
- Gastos de transporte, alojamiento y alimentación.
- Material publicitario como bolsas y muestras de regalo.
- Contratación de personal auxiliar. *Ver anexo 10 Promoción y comercialización*

#### **6.7. Participar activamente en la promoción y exhibición de productos en las ferias de Medellín y Expoartesanias.**

La participación en ferias con la presencia de la población beneficiaria se convirtió en una oportunidad muy valiosa para percibir su producto desde la óptica del mercado al mismo tiempo nos permitió promover el proyecto y a los artesanos del departamento del Meta en Medellín y Bogotá y comercializar los productos del proyecto.

Durante este proceso tuvimos la labor de administrar los ingresos de las ventas de los productos con cada beneficiario, que se le aprobaron para su participación en las ferias. Nos dedicamos al montaje y desmontaje, organización, empaque y envío de los inventarios y los dineros de las ventas de Expoartesano y Expoartesanias a los artesanos de los municipios de Puerto Gaitán, Granada y Villavicencio.

#### **Resultados de la feria de Expoartesano:**

Numero de artesanos participantes: 20

Referencias 87

Productos 807

Venta durante la feria: \$ 4.215.450

### **Resultados de la feria de Expoartesanas:**

Numero de artesanos participantes: 20

Referencias 100

Productos 1200

Venta durante la feria: \$ 10.863.760

*Ver anexo 9 inventarios de productos*

### **7. Logros e Impacto:**

- 7.1. Se participo por primera vez en Expoartesano Medellín con ventas de \$ 4.215.450 lo que supero las expectativas del proyecto con relación a Expoartesanas del 2009.
- 7.2. La segunda participación del proyecto en Expoartesanas 2010 supero ampliamente lo realizado en el 2009 con ventas que llegaron a \$ 10.863.760
- 7.3. Los ingresos para los beneficiarios por su participación en las ventas el proyecto fue de \$ 15.079.210
- 7.4. Los beneficiarios se motivaron a desarrollar sus productos aplicando diseño en su oficio artesanal y elaboraron más de 100 referencias cuya producción supero las 1200 piezas.
- 7.5. Los beneficiarios pusieron en práctica los conceptos del seminario de promoción, comercialización, diseño, costos y desarrollo de productos dictados durante el proyecto.
- 7.6. Las propuestas de diseño fueron asimiladas por parte de la comunidad como inspiradoras en el rescate de sus propios valores, lo que impacto al mercado en las ferias.
- 7.7. El proyecto abarco un mayor número de beneficiarios con los artesanos del municipio de Puerto Gaitán, Granada y algunas veredas próximas.

**Ver anexo registro de beneficiarios** en los formatos File Marker de artesanías de Colombia

### **8. Conclusiones:**

- 8.1. Como asesor me siento muy satisfecho por el apoyo informativo y logístico que la entidad nos brindo sobre todo en el municipio de Villavicencio.
- 8.2. Es importante que los artesanos comprendan que los beneficios del proyecto se reflejan en el compromiso y la asistencia a los talleres para evitar malos entendidos con personas que cuestionan métodos anteriormente socializadas y asimiladas por los demás beneficiarios.
- 8.3. Cuando invitemos a los beneficiarios a otras ciudades para participar en eventos artesanales o exposiciones es importante programarles visitas orientadas que mejoren su visión de desarrollo empresarial.
- 8.4. Para futuras intervenciones en ferias es importante contar con la infraestructura básica para la administras los dineros por las ventas y la atención al cliente como son facturas, inventarios y empaques adecuados para estas oportunidades comerciales.

### **9. Limitaciones y Dificultades:**

- 9.1. Los profesionales del proyecto no encontraron una decidida colaboración por parte de las entidades municipales de los municipios de Puerto Gaitán y Granada lo que genero una falta de información y apoyo logístico entre el equipo técnico y los beneficiarios.
- 9.2. Se presentaron obstáculos frente a las convocatorias y el desarrollo de productos por parte de capitán indígena Sikuaní Jairo Yepez del municipio de Puerto Gaitán que quiere monopolizar el trabajo de la comunidad para su beneficio personal. Los talleres y métodos de intervención de artesanías de Colombia evidenciaron la inconformidad de la comunidad con él, los indígenas trabajan sin conocer los alcances reales de la participación comercial del señor en mención, quien actúa ante nosotros como representante de la comunidad.
- 9.3. Las comunicaciones viales con la comunidad Wuayoco de Puerto Gaitán son muy escasas y costosas lo que limito aun mas el tiempo de asesoría.
- 9.4. El equipo técnico y los beneficiarios se sintieron limitados en tiempo de asesoría para el desarrollo del proyecto.

## 10. Recomendaciones

- 10.1. Involucrar en futuros proyectos con la comunidad, a las entidades de los municipios. Para que se responsabilicen de las convocatorias, el apoyo logístico y contar decididamente con ellos en la ejecución de nuestros planes de trabajo.
- 10.2. Las asesorías con los indígenas Sikuaní en lo posible deben realizarse directamente en la comunidad a la hora más conveniente para el proyecto y con el auspicio constante del transporte proporcionado por la entidad patrocinadora.
- 10.3. Se requiere más tiempo en comisión para poder atender adecuadamente a los beneficiarios del proyecto e incluso hacer visitas a los talleres para evitar que personas que no son artesanos se beneficien del proyecto.

## 11. Materiales Complementarios y anexos:

- 11.1. Ver anexo No 1 Presentaciones
- 11.2. Ver anexo No 2 Levantamiento de Línea base
- 11.3. Ver anexo No 4 Rescate Cultural
- 11.4. Ver anexo No 5 La empresa artesanal
- 11.5. Ver anexo No 6 Diseño de productos Puerto Gaitán
- 11.6. Ver anexo No 7 Diseño de productos Villavicencio
- 11.7. Ver anexo No 8 Taller de costos
- 11.8. Ver anexo No 9 Inventario de Productos
- 11.9. Ver anexo No 10 Promoción y comercialización
- 11.10. Ver anexo No 11 Seminario de empaques y embalajes
- 11.11. Fichas de producto Forfat 23

## 12. Bibliografía:

- 12.1. <http://www.90mas10.com.ar/moda/2007/05/seminario-de-tendencias-invierno-2008.html>
- 12.2. <http://www.slideshare.net/cden/seminario-de-costos-creando-una-ventaja-competitiva-sostenida-presentation>

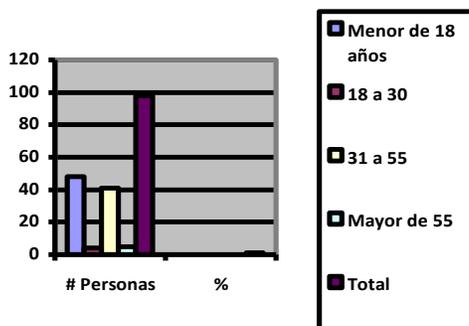
- 12.3. <http://foroalfa.org/seminarios/>  
 12.4. <http://html.rincondelvago.com/aspectos-y-conceptos-de-una-empresa.html>  
 12.5. <http://www.promendoza.com/organicos/ferias/manual.pdf>

## ANEXO F.

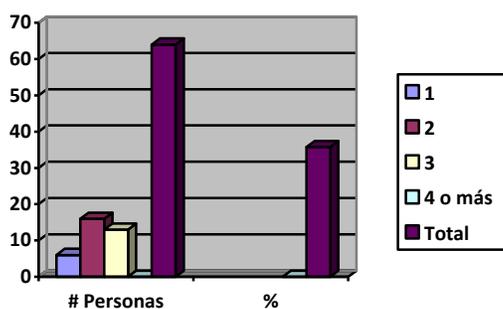
### Características de la población beneficiaria

Total de Asistentes: 75 personas

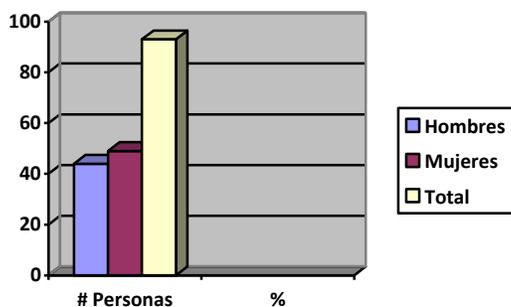
Rango de edad	# Personas	%
Menor de 18 años	48	48.98
18 a 30	4	4.08
31 a 55	41	41.84
Mayor de 55	5	5.10
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>



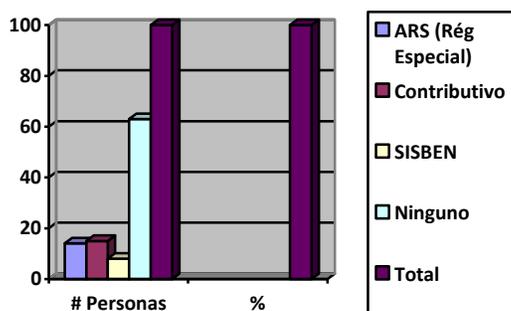
Estrato	# Personas	%
1	6	6.12
2	16	16.33
3	13	13.27
4 o más	0	0
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>35,72</b>



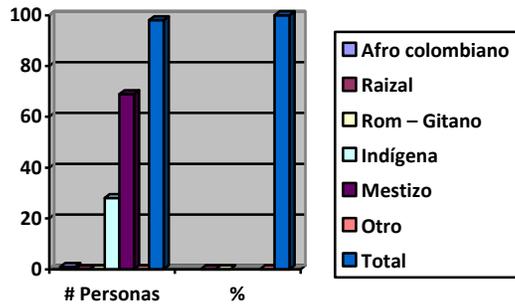
Sexo	# Personas	%
Hombres	44	44.90
Mujeres	49	50.00
<b>Total</b>	<b>93</b>	<b>94.90</b>



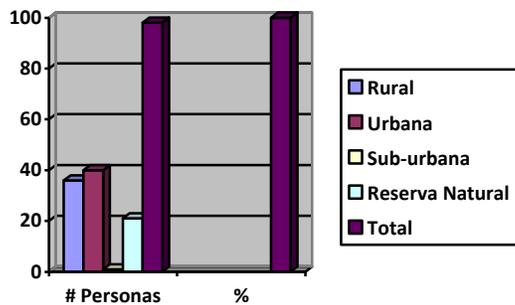
Régimen de Salud	# Personas	%
ARS (Rég Especial)	14	14.29
Contributivo	15	15.31
SISBEN	8	8.16
Ninguno	63	64.29
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



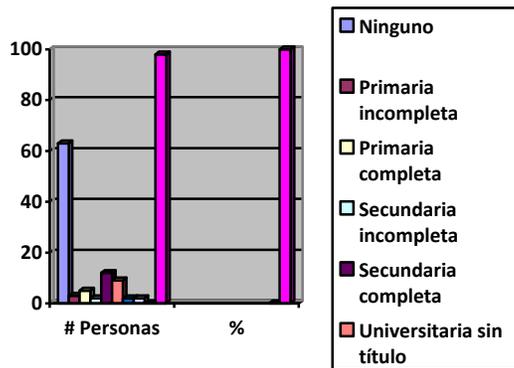
Etnia	# Personas	%
Afro colombiano	1	1.02
Raizal	0	0
Rom – Gitano	0	0
Indígena	28	28.28
Mestizo	69	70.41
Otro	0	0
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>



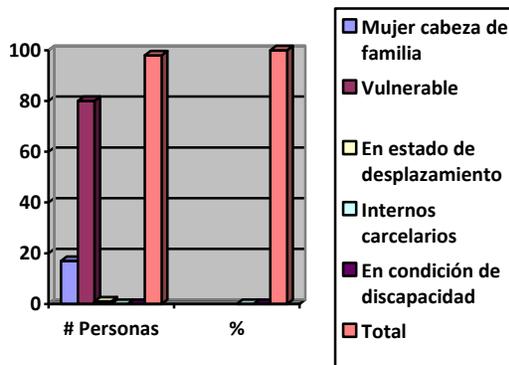
Localización	# Personas	%
Rural	36	36.73
Urbana	40	40.82
Sub-urbana	1	1.02
Reserva Natural	21	21.43
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>



Escolaridad	# Personas	%
Ninguno	63	64.29
Primaria incompleta	3	3.06
Primaria completa	5	5.10
Secundaria incompleta	2	2.04
Secundaria completa	12	12.24
Universitaria sin título	9	9.18
Universitaria con título	2	2.04
Técnico-tecnológico	2	2.04
Postgrado	0	0
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>



Tipo de población	# Personas	%
Mujer cabeza de familia	17	17.17
Vulnerable	80	80.84
En estado de desplazamiento	1	1.02
Internos carcelarios	0	0
En condición de discapacidad	0	0
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>



*Ver anexo No 2 Levantamiento de Línea base*