



**Convenio Interadministrativo  
318- 2010**

**ARTESANIAS DE COLOMBIA  
SECRETARIA DISTRITAL DE DESARROLLO ECONOMICO**

**II INFORME TRIMESTRAL  
Junio 2011**

**Bogotá**

## **Artesanías de Colombia**

Gerente General

María Fernanda Valencia

Subgerente de Desarrollo:

Mariana Gómez Soto

Coordinador de Proyecto:

Pedro Perini Guzmán

Coordinadora Técnica:

Marisol Pérez

Asesores del Proyecto:

Ada Marcela Sánchez

Liz Adriana Fetiva

Johana Acosta

Marisol Pérez

Sandra Cano

Iván Franco

Javier Rivera

Felipe Rodríguez

Alejandro Villaneda

## **Secretaría Distrital de Desarrollo Económico**

Secretaria Distrital de

Desarrollo Económico

Mariela Barragán Beltrán

Directora de Formación y

Desarrollo Empresarial

Beatriz Henríquez Vega

Subdirectora de Formación y

Capacitación

María Victoria Rivera

Profesionales de la

Subdirección de Formación y

Capacitación

Adriana Lucía Martínez

Luis Carlos Siachoque

## Objetivo General

El convenio 318 – 2010 tiene como por objeto unir esfuerzos entre la SDDE y Artesanías de Colombia, para contribuir al desarrollo local endógeno, a través de la identificación, formación, cualificación y aprovechamiento de su potencial productivo, representado en unidades productivas del sector de artesanías y manufactura.

## Objetivos Específicos

El convenio se orientará a la formación y cualificación de 120 unidades productivas del sector de artesanías y manufactura de la ciudad de Bogotá. La formación se realizará en uno de los siguientes programas:

- ✓ Formación en Mercadeo y Ventas del producto artesanal
- ✓ Formación en diseño de productos artesanales
- ✓ Formación en logística del taller artesanal.

Complementariamente, atenderá los siguientes objetivos específicos:

- ✓ Formación y fortalecimiento de capital humano
- ✓ Mejoramiento y puesta a punto del producto actual de cada unidad productiva
- ✓ Potenciar la capacidad de cada artesano y artesana, de visualizarse como actor/actora activo/a de la economía local.

## Fase I

Actividades realizadas

1. Definición del plan y cronograma de trabajo
2. Elaboración de documentos diagnósticos
3. Selección de Unidades Productivas

Ver Informes mes de Febrero, Marzo y Abril

## Fase II

### 1. Programas de Formación

La implementación de los programas de formación se inició en la semana del 5 al 8 de Abril con jornadas de inducción, realizadas con el objetivo de ampliar la información de los contenidos de cada uno de los programas, identificación de expectativas, socialización de la estructura del programa, presentación del equipo de asesores y establecimiento de lineamientos para la ejecución del programa.

El martes 12 de abril se inicio el desarrollo específico de los programas con la siguiente programación

<i>Programa</i>	<i>Horario</i>	<i>Lugar</i>	<i>Asesor</i>
Mercadeo y ventas	Martes y jueves de 8:30 a 12:30	Salón Barazana – Plaza de Los artesanos	Liz Adriana Fetiva
Logística de Producción	Miércoles y Viernes de 8:30 a 12:30	Salón Cubeo – Plaza de los Artesanos	Sandra Cano
Preparación de Diseño Grupo 1	Martes y jueves de 8:30 a 12:30	Salón Cubeo – Plaza de los Artesanos	Alejandro Villaneda
Preparación de Diseño Grupo 2	Miércoles y Viernes de 8:30 a 12:30	Salón Cubeo – Plaza de los Artesanos	Iván Franco

Ver Informe del mes de Abril

# Programa de Mercadeo y Ventas

### **OBJETIVO GENERAL**

Lograr el desarrollo integral de conocimientos, habilidades y actitudes conducentes a un desempeño adecuado y responsable en el manejo de los clientes reales y potenciales del producto o servicio artesanal con el fin de comercializar productos artesanales.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Contactar clientes de acuerdo con sus necesidades y requerimientos, el tipo de producto o servicio y las políticas de ventas de la compañía.
- ✓ Impulsar las ventas en el punto de venta de acuerdo con las estrategias y políticas de ventas.
- ✓ Realizar las ventas de productos y servicios de acuerdo con las necesidades de los clientes y objetivos del plan de mercadeo.
- ✓ Determinar seguimiento al objeto artesanal según programa de calidad establecido.

## **META**

30 unidades productivas en capacidad de vender mercancías y servicios no técnicos para clientes mayoristas, al detal, comerciantes, industriales y profesionales. En capacidad de emplearse por empresas que producen, distribuyen o proveen bienes y servicios.

## **CONTENIDO**

### **Módulos Específicos**

1. Contactar Clientes
2. Ventas del Producto
3. Impulso a las ventas
4. Seguimiento posventa

### **Módulos Básicos**

5. Competencias Ciudadanas
6. Emprendimiento
7. Administración
8. Costos

# Resultado de Actividades

### **Módulos Específicos**

#### **1. Contactar Clientes**

Corresponde al logro del objetivo específico: “Contactar clientes de acuerdo con sus necesidades y requerimientos, el tipo de producto o servicio y las políticas de ventas de la compañía” el cual corresponde a la Norma de Competencia Laboral No. 260101033

El módulo está estructurado en cuatro fases: identificación, planeación, ejecución y evaluación, de tal forma que la unidad productiva alcance 8 resultados de aprendizaje que en conjunto le permitirán seleccionar prospectos de clientes de acuerdo con el producto o

servicio ofrecido y los objetivos de mercado reconociendo el contexto, segmentación y obteniendo una metodología.

### 1.1 Metodología

El programa de Mercadeo y Ventas del Producto sustenta en tres principios:

- Formación por competencias
- Construcción de conocimiento significativo (constructivismo)
- Orientación a la realización de proyectos

Para el desarrollo de este módulo, cada unidad productiva está creando su metodología para realizar la prospección de clientes, fundamentada en el mercado objetivo y teniendo en cuenta las diferentes variables para calificar al cliente.

La participación del Programa en la Feria del Hogar y Expoartesanías aporta un ingrediente vital porque permitirá medir algunas de las competencias ganadas en un escenario real.

El proyecto que se está ejecutando actualmente en el Programa es “Establecimiento de metodología para contactar clientes” el cual esta dividido en las siguientes fases:

1. Identificación
2. Planeación
3. Ejecución
4. Seguimiento

### 1.2 Actividades realizadas

*Fase de Identificación: Analizar el mercado a contactar.*

<b>Actividad</b>	Segmentar el mercado	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>40 horas</b> (20 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer las diferencias entre consumidores de distintas regiones de acuerdo con su contexto cultural y comportamiento humano.</li> <li>• Identificar las necesidades puntuales de los clientes de acuerdo con el perfil del cliente y la disposición de compra</li> </ul>		

Las sesiones de trabajo estuvieron conformadas por diferentes sub actividades que llevaban al análisis y luego práctica de los temas que se estaban tratando. Análisis de casos, conocimiento de herramientas para encontrar información con información primaria y secundaria fueron algunos de los conceptos desarrollados.

<b>Actividad</b>	Estructurar perfiles de clientes	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>41 horas</b> (20,5 Pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar y calificar los clientes con el fin de determinar quiénes son y que necesidades tienen</li> <li>• Analizar el comportamiento de compra de los clientes industriales y consumidores individuales bajo aspectos de tipo social e individual</li> </ul>		

El análisis de diferentes conceptos pertinentes a identificar y analizar los diferentes comportamientos de compra, la pirámide de Maslow, el ciclo de vida del producto llevó a identificar, analizar y organizar los criterios de calificación de clientes. Cada Unidad Productiva organiza la información de cara a las proyecciones cada de la empresa, el contexto cultural relacionado con el target fijado y a las metas en ventas.

<b>Actividad</b>	Construir base de clientes	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>11 horas</b> (5,5 pres)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seleccionar el grupo de clientes con base en el presupuesto y tiempo para cumplir las cuotas de ventas</li> </ul>		
<p>La comprensión y análisis de las diferentes variables que se deben tener en cuenta para hacer una prospección de clientes que estén de acuerdo con las expectativas y necesidades de la empresa se tienen en cuenta cuando se construye la base de clientes, bajo una metodología general, la cual se adecua a las necesidades de cada una de las unidades productivas.</p>			

<b>Actividad</b>	Preparación de producto	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>44 horas</b> (22 pres)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar el producto de acuerdo al mercado que se desarrolla en la Feria del Hogar y en Expoartesanías</li> </ul>		
<p>Con el objetivo de realizar la planeación del producto, las unidades productivas asistieron a las siguientes charlas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• “Perfiles de Consumo y tendencias 2011 – 2012” por Juan Pablo Socarrás (Profesional y director de moda en Artesanías de Colombia)</li> <li>• “Panorama actual de la moda” por Felipe Espinosa (Experto en moda)</li> </ul>			



artesanías de colombia



<b>Módulo: Contactar clientes</b>				
<b>Fase</b>	<b>Actividad</b>	<b>Subactividad</b>	<b>Horas impartidas</b>	<b>Fecha</b>
Identificación	Segmentar el mercado	Reconocimiento del contexto	5	12-Abr
Identificación	Segmentar el mercado	Categoría de necesidades y segmentación	5	14-Abr
Identificación	Segmentar el mercado	Métodos de contacto con clientes, estudio de caso	5	26-Abr
Identificación	Segmentar el mercado	Juego de roles recopilación de información primaria.	5	28-Abr
Identificación	Estructurar perfiles de clientes	Tipología de clientes	5	02-May
Identificación	Estructurar perfiles de clientes	Clientes mercado	5	05-May
Identificación	Estructurar perfiles de clientes	Comportamientos de compras	5	10-May
Identificación	Estructurar perfiles de clientes	Comportamientos de compras	5,5	12-May
Planeación	Construir base de clientes	Preparación de la información para contactar clientes	5,5	17-May
Planeación	Preparación de producto	Metodología para diseñar una línea de producto	5	18-May
Planeación	Preparación de producto	Mercadeo de moda	5	24-May
Planeación	Preparación de producto	Metodología para diseñar una línea de producto orientado a decoración de interiores y otras categorías	7	26-May
Planeación	Preparación de producto	Metodología para diseñar una línea de producto orientado a moda	5	27-May
Transversal	Competencias ciudadanas	Comunicación asertiva para mercadeo y ventas	10	07-Jun
Transversal	Competencias ciudadanas	Comunicación asertiva para mercadeo y ventas	10	09-Jun

**176 horas de trabajo presencial y trabajo autónomo, 17 sesiones de trabajo presencial**

### **1.3 Resultados:**

Del resultado de la parte de Identificación, las unidades productivas entregaron un documento con la siguiente información:

- Definición del negocio.
- Contexto cultural de la zona geográfica en donde se realizará el Proyecto de Contactación.
- Descripción general del consumidor objetivo.
- Definición de la línea de producto.
- Criterios de calificación del cliente mercado escogido.

Para ilustrar el ejercicio se anexa la evidencia de la Unidad Productiva ARKKARA CUEROS. Ver Anexos de Evidencias

### **Módulos Básicos**

#### **5. Competencias Ciudadanas**

Este módulo tiene como objetivo proporcionar herramientas para que el alumno tome parte de manera responsable en la construcción de una sociedad participativa y democrática; que respete la pluralidad, identidad y valore las diferencias en pos de la convivencia pacífica.

#### **5.1 Metodología**

Exposición docente de conceptos, contextualización por parte de los alumnos de lo aprendido en la Unidad Productiva a partir de la realización de talleres individuales y grupales que combinan ejercicios prácticos y análisis de situaciones.

#### **5.2 Actividades realizadas**

<b>Actividades</b>		<b>Intensidad Horaria presencial</b>	<b>40 horas</b> (20 presenciales, 20 autónomas)
	<p>Manejar los conflictos de acuerdo al contexto donde se presenten</p> <p>Aplicar técnicas para mejorar la relación con los demás.</p> <p>Mejorar el entorno laboral para minimizar conflictos por el uso de recursos.</p> <p>Reflexionar acerca de la necesidad de fomentar principios y valores.</p>		

<p><b>Resultado(s) de Aprendizaje</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los dilemas de la vida en los que entran en conflicto el bien general y el particular; analizar opciones de solución considerando sus aspectos positivos y negativos.</li> <li>• Argumentar y debatir sobre los dilemas de la vida en que entran en conflicto el bien general y el bien particular, reconociendo los mejores argumentos así sean distintos a los suyos.</li> <li>• Conocer las instancias y saber usar los mecanismos jurídicos ordinarios y alternativos para la resolución pacífica de conflictos</li> <li>• Analizar críticamente el sentido de las leyes y comprender la importancia de cumplirlas, así no comparta alguna de ellas.</li> <li>• Comprender que el respeto por la diferencia no significa aceptar que otras personas o grupos vulneren sus propios derechos, ni los derechos humanos o normas constitucionales.</li> <li>• Comprender qué es un bien público y reconocer que velar por su buen uso es importante en todos los entornos.</li> <li>• Comprender que cuando se actúa en forma corrupta y se usan los bienes públicos para beneficio personal, se afectan todos los miembros de la sociedad.</li> <li>• Argumentar y debatir dilemas de la vida en que los valores de distintas culturas chocan con los propios y aun así respetarlos.</li> <li>• Construir una posición crítica frente a las situaciones de discriminación y exclusión social que resulten de las relaciones desiguales entre personas, culturas y naciones.</li> <li>• Contribuir a que los conflictos entre las personas y entre grupos se manejen de manera pacífica y constructiva mediante la aplicación de estrategias basadas en el diálogo y la concertación.</li> <li>• Reconocer la importancia de crear ambientes laborales sanos.</li> <li>• Reconocer la importancia del respeto a los derechos humanos.</li> <li>• Reconocer que todos los seres humanos tenemos derechos pero también deberes.</li> <li>• Contextualizar la ética como principio rector de la unidad productiva</li> </ul>
---	--

### **5.3 Resultados:**

Los beneficiarios deben entregar el Código de Ética de su unidad productiva. (Pendiente por entregar resultados fecha límite finales de Julio)

### **Observaciones**

- Número de asistentes activos 39, promedio de asistencia por sesión 35
- Proceso de preparación de producto para eventos feriales



- Módulo de Competencias ciudadanas 100% ejecutado, entusiasmo de los participantes al comprender la importancia del Código de Ética en la planeación estratégica del negocio.

Grupo 1 (Martes y Jueves)

# Programa de Preparación de Diseño del producto

## **OBJETIVO GENERAL**

Lograr el desarrollo integral de conocimientos, habilidades y actitudes conducentes a un desempeño adecuado y responsable en la preparación del diseño del producto, según requerimientos del mercado, identidad, materias primas y producción sostenible.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Proyectar los productos requeridos por el mercado especificando características físicas y pautas de producción.
- ✓ Desarrollar las alternativas de diseño aplicando técnicas de representación gráfica.
- ✓ Dibujar producto artesanal según requerimiento de proyecto.
- ✓ Elaborar la información requerida para la construcción del prototipo o el producto.

## **META**

30 unidades productivas en capacidad de ser concebidos como auxiliares de quienes preparan diseños de planos o bocetos técnicos en apoyo a ingenieros, arquitectos y diseñadores industriales, que sean empleados por empresas manufactureras, entre otras.

## **CONTENIDO**

### **Módulos Específicos**

1. Proyección del producto
2. Alternativas de diseño
3. Dibujo de artesanías
4. Información técnica del producto

### **Módulos Básicos**

5. Competencias Ciudadanas
6. Emprendimiento
7. Administración
8. Principios Contables

# Resultado de Actividades

## Módulos Específicos

### 1. Proyección del Producto

Corresponde al logro del objetivo específico: “Proyectar los productos requeridos por el mercado especificando características físicas y pautas de producción”, el cual corresponde a la Norma de Competencia Laboral No. 290201001-1.

El módulo está estructurado en cuatro fases: identificación, planeación, ejecución y evaluación, de tal forma que la unidad productiva alcance 17 resultados de aprendizaje que en conjunto le permitirán reconocer su contexto, recopilar la información requerida, seleccionar y definir estrategias para la toma de decisiones en el proceso de diseño de productos innovadores y competitivos en un mercado objetivo.

#### 1.1. Metodología

El programa de Preparación del Diseño del Producto se sustenta en tres principios:

- Formación por competencias
- Construcción de conocimiento significativo (constructivismo)
- Orientación a la realización de proyectos

Para este caso en particular, cada unidad productiva se fundamentó en su proyecto de empresa enfocado al proceso de diseño y desarrollo de sus productos, para fortalecerlo durante el desarrollo de todo el programa.

No obstante y teniendo en cuenta la estrategia comercial del convenio con participación de las unidades productivas en dos escenarios comerciales (Feria del Hogar y Expoartesanías), se optó por incluir estas variables a los proyectos individuales y desarrollarlos conjuntamente, de tal forma que cada unidad productiva pueda tener resultados en corto plazo y medir la efectividad del programa.

#### 1.2. Actividades realizadas

*Fase de Identificación:* Recopilación de las variables externas e internas para el diseño de un producto artesanal

<b>Actividad</b>	A1.1. Marco de referencia.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>20 horas</b> (10 pres.)
------------------	----------------------------	---------------------------	-------------------------------

<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.1. Recopilar la información enfocada al diseño del producto requerido.
<p>A lo largo de la fase de identificación para obtener los otros resultados de aprendizaje cada unidad productiva ha desarrollado diferentes estrategias para la consecución de información tanto de fuentes primarias como secundarias orientadas a producto, tales como entrevistas, búsqueda de información por internet, búsqueda de información bibliográfica, observación, experimentación. Como evidencia de aprendizaje se establecieron guías para la presentación de trabajos.</p> <p>Se hizo énfasis en obtener información específica asociada a la configuración del producto para lo cual se realizó una charla y taller en identificar aspectos formales de diferentes productos a lo largo de la historia determinando semejanzas y diferencias en su apariencia.</p> <p>A su vez las unidades productivas asistieron a 2 charlas especializadas en moda, las cuales sirvieron de apoyo y refuerzo de conceptos principalmente para esta fase en la cual se orientó a desarrollar una sensibilidad para detectar diferencias significativas en la percepción de los productos.</p> <p>Dichas charlas fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• “Perfiles de Consumo y tendencias 2011 – 2012” por Juan Pablo Socarrás (Profesional y director de moda en Artesanías de Colombia)</li> <li>• “Panorama actual de la moda” por Felipe Espinosa (Experto en moda)</li> </ul>	
	
<p>figura 1 y 2: obtención de información por observación directa y experimentación</p>	

<b>Actividad</b>	A1.2. Investigar los aspectos formales de un producto.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>10 horas</b> (5 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.2. Analizar la evolución y desarrollo histórico del producto en sus aspectos legales como patentes, derechos de autor y normatividad vigente.		
<p>Se realizaron tres conferencias sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Propiedad intelectual</li> <li>• Normativa</li> </ul>			

- Evolución histórica de un producto

Cada sesión estuvo acompañada de un taller en la cual de manera colectiva los participantes de las diferentes unidades productivas, respondían preguntas e interactuaban entre sí para la construcción del conocimiento. De este modo se analizaron videos y estudios de caso, se establecieron normas y políticas de convivencia y de desarrollo de producto y realizaron análisis de la evolución formal de las sillas.

A su vez de manera independiente cada unidad productiva construyo un portafolio de normativa relevante para el desarrollo de su producto.



figuras 3 Video analizado Tikitiklip con elenco Artesanal de Ojito producciones

Figura 4 Imagen Silla Favela de los hermanos Campana parte de la conferencia de revisión histórica de un producto.

<b>Actividad</b>	A1.3. Benchmarking de producto.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>10 horas</b> (5 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.3. Analizar la información sobre los productos de la competencia teniendo en cuenta todos sus atributos y deficiencias.		
<p>Se realizo una conferencia magistral sobre fundamentos del Benchmarking y otra aplicada al benchmarking de producto identificando dimensiones relevantes a la comparación de producto tales como usabilidad, apariencia, producción y comercialización. Se realizo un taller con los productos de la unidad productiva Todo Telar. Se realizó retroalimentación a las unidades productivas de su trabajo autónomo. Se realizó un taller sobre análisis de la competencia identificando aspectos relevantes como nivel de innovación, rentabilidad, funcionalidad de los productos que permitan identificar la situación de la unidad productiva frente a su competencia.</p>			



Figura 5: Taller Benchmarking de producto de la unidad productiva Todo Telar  
Figura 6: Matriz resultante del benchmarking de los diferentes productos.

<b>Actividad</b>	A1.4. Recursos de la unidad productiva.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>10 horas</b> (5 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.4. Identificar los medios de producción disponibles para la realización del diseño preliminar.		

Para la obtención de este resultado de aprendizaje se realizó un taller orientado a reconocer el modo en que cada unidad productiva y el segundo a desarrollar estrategias de experimentación acorde a las diferentes posibilidades productivas.

#### Taller Desarrollo de animales con material reutilizable

Se establecieron diferentes condiciones productivas tales como cantidad de mano de obra, recursos de producción, búsqueda de información, costos y normativa empleada. En grupo se analizaron los resultados obtenidos.



Figura 7: Trabajo en grupo de 5 realizando pruebas de reconocimiento de condiciones productivas para el desarrollo de productos  
Figura 8: resultados del taller

<b>Actividad</b>	A1.5. Tecnologías aplicadas existentes.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>10 horas</b> (5 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.5. Involucrar a la información recopilada el análisis de materiales y procesos de producción.		
<p>Se adelanto mediante el desarrollo de un taller de experimentación que se oriento a establecer condiciones para llevar a cabo una experimentaciones que permitieran dar cuenta del nivel de desarrollo tecnológico que tiene cada unidad productiva y como a través de este proceso se pueden implementar procesos aplicados al desarrollo de producto.</p> <p>Taller Experimentación</p> <p>En grupo se definieron diferentes estrategias para elaborar pruebas de experimentación acordes a l material tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de texturas</li> <li>• Posibilidades desde un mismo proceso</li> <li>• Posibilidades de transformación de una herramienta</li> <li>• Mejoramiento de las propiedades del material</li> </ul> <p>Para este caso se trabajo con papel.</p>			
			
Figura 9: Participante realizando pruebas de experimentación sobre la hoja de papel		Figura 10: Matriz de experimentación	

*Fase de Planeación:* Configurar el producto

<b>Actividad</b>	A2.1. Interpretar las necesidades del cliente en términos de ideas de producto.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>50 horas</b> (25 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R2.1. Aplicar la información sobre diseños previos similares al diseño del producto requerido. R2.2. Plantear alternativas que satisfagan los requerimientos iniciales del producto y requerimientos del cliente.		
<p>Se establecieron diferentes fases de desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar y determinar las características del consumidor partiendo de perfiles de</li> </ul>			

consumo en Bogotá realizado por la Cámara de comercio de Bogotá. Se construyeron carteleras que evidencian preferencias del consumidor como referente visual.

- Desarrollo de talleres de creatividad donde se aplicaron diferentes técnicas para generar ideas de producto tales como lluvia de ideas, analogías, ampliación de espacio de búsqueda y mapas de ideas.
- A su vez se realizaron talleres de creatividad complementarios con los otros grupos de formación asistidos por Juan Pablo Socarrás (Profesional y director de moda en Artesanías de Colombia) y el grupo de Asesores de Artesanías de Colombia (Marisol Pérez, Iván franco, Ricardo Durán, Sandra Cano y Alejandro Villaneda)
- Los talleres fueron orientados bajo los lineamientos de las ferias Feria del hogar y Expoartesanías, para los cuales los diseñadores Olga Quintana (parte del equipo de Expoartesanías) e Iván franco establecieron condiciones, categorías, líneas de producto e inspiraciones.



Figura 11 Trabajo en clase definiendo el perfil de consumidor

Figura 12 Taller de Idea de producto

Figura 13 Taller de creatividad llevado a cabo con otros grupos

Figura 14 Presentación de resultados de perfil de consumidor

<b>Actividad</b>	A2.2. Estimar los recursos necesarios para el desarrollo de un producto.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>20 horas</b> (10 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R2.3. Describir los equipos y dispositivos que la empresa disponga o en su defecto las características técnicas y costos de equipos adicionales, para la realización del producto propuesto.		
<p>Conferencia y taller sobre la ejecución de un proyecto de desarrollo de producto. De acuerdo a las ideas planteadas en las actividades anteriores cada unidad productiva establece y adapta a sus condiciones una ruta para desarrollar el producto, definiendo un presupuesto para tal fin.</p>			

*Fase de Ejecución:* Construir los requerimientos de diseño

<b>Actividad</b>	A3.1. Delimitar la propuesta de producto.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>40 horas</b> (20 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R3.1. Dimensionar los componentes del producto a diseñar de acuerdo con el método establecido y la normatividad vigente. R3.2. Ajustar las características físicas del producto, interpretando tendencias del mercado y/o cliente. R3.3. Seleccionar los materiales de acuerdo a las especificaciones técnicas requeridas para la calidad del producto.		
<p>Se utilizó la metodología del árbol de objetivos para definir y concretar la idea de producto y determinar sus aspectos funcionales y generar lineamientos estéticos del producto. Se tomaron como referencia dos ideas de productos de dos unidades de negocio en el cual se identificaron las condiciones funcionales del producto.</p>			

**170 horas de trabajo presencial y trabajo autónomo, 17 sesiones de trabajo presencial cada una de 5 horas**

### **1.3. Observaciones**

- Para el desarrollo de las actividades se han empleado guías de trabajo que los participantes deben adaptar a sus unidades de negocio lo que ha facilitado por un lado el trabajo independiente de las unidades y de otro hacer seguimiento a las evidencias de aprendizaje
- De acuerdo a las condiciones del grupo participante se ha establecido el desarrollo de talleres grupales y aplicación de manera individual en cada una de las unidades productivas. Por sugerencia del grupo los talleres grupales se han realizado tomando como ejemplo el caso de una unidad productiva diferente para cada actividad.

Grupo 2 (miércoles y viernes)

# Programa de Preparación de Diseño del producto

## **OBJETIVO GENERAL**

Lograr el desarrollo integral de conocimientos, habilidades y actitudes conducentes a un desempeño adecuado y responsable en la preparación del diseño del producto, según requerimientos del mercado, identidad, materias primas y producción sostenible.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Proyectar los productos requeridos por el mercado especificando características físicas y pautas de producción.
- ✓ Desarrollar las alternativas de diseño aplicando técnicas de representación gráfica.
- ✓ Dibujar producto artesanal según requerimiento de proyecto.
- ✓ Elaborar la información requerida para la construcción del prototipo o el producto.

## **META**

30 unidades productivas en capacidad de ser concebidos como auxiliares de quienes preparan diseños de planos o bocetos técnicos en apoyo a ingenieros, arquitectos y diseñadores industriales, que sean empleados por empresas manufactureras, entre otras.

## **CONTENIDO**

### **Módulos Específicos**

1. Proyección del producto
2. Alternativas de diseño
3. Dibujo de artesanías
4. Información técnica del producto

### **Módulos Básicos**

5. Competencias Ciudadanas
6. Emprendimiento
7. Administración
8. Principios Contables

# Resultado de Actividades

## Módulos Específicos

### 1. Proyección del Producto

Corresponde al logro del objetivo específico: “Proyectar los productos requeridos por el mercado especificando características físicas y pautas de producción”, el cual corresponde a la Norma de Competencia Laboral No. 290201001-1.

El módulo está estructurado en cuatro fases: identificación, planeación, ejecución y evaluación, cada unidad productiva alcanza 17 resultados de aprendizaje que en conjunto le permitirán reconocer su contexto, recopilar la información requerida, seleccionar y definir estrategias para la toma de decisiones en el proceso de diseño de productos innovadores y competitivos en un mercado objetivo.

#### 1.1 Metodología

El programa de Preparación del Diseño del Producto se sustenta en tres principios:

- Formación por competencias
- Construcción de conocimiento significativo (constructivismo)
- Orientación a la realización de proyectos

Para este caso en particular, cada unidad productiva se fundamentó en su proyecto de empresa enfocado al proceso de diseño y desarrollo de sus productos, para fortalecerlo durante el desarrollo de todo el programa.

No obstante y teniendo en cuenta la estrategia comercial del convenio con participación de las unidades productivas en dos escenarios comerciales (Feria del Hogar y Expoartesanías), se optó por incluir estas variables a los proyectos individuales y desarrollarlos conjuntamente, de tal forma que cada unidad productiva pueda tener resultados en corto plazo y medir la efectividad del programa.

#### 1.2 Actividades realizadas

*Fase de Identificación:* Recopilación de las variables externas e internas para el diseño de un producto artesanal

<b>Actividad</b>	A1.1. Marco de referencia.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>20 horas</b> (10 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.1. Recopilar la información enfocada al diseño del producto requerido.		
Cada unidad productiva identificó la información que requiere para el diseño de nuevos productos, de tal forma que desarrolló estrategias y herramientas para la recolección de información, aplicadas a través de diferentes medios (entrevista personal, observación,			

internet - redes sociales, investigación del mercado, entre otras).

Las unidades productivas asistieron a 3 charlas especializadas que fortalecieron sus ejercicios individuales:

- “La sensibilidad del producto como herramienta de mercadeo” por Johana Acosta (profesional en mercadeo de moda y asesora de Artesanías de Colombia)
- “Perfiles de Consumo y tendencias 2011 – 2012” por Juan Pablo Socarrás (Profesional y director de moda en Artesanías de Colombia)
- “Panorama actual de la moda” por Felipe Espinosa (Experto en moda)

Y finalmente asistieron a Expoconstrucción & Expodiseño 2011 por medio de una visita guiada con el asesor Iván Franco<sup>1</sup>.

Nota: Esta actividad se desarrolló a lo largo de la fase de identificación, ya que las actividades siguientes alimentaban este objetivo.



Actividad Base de Datos  
Salón Cubeo - Plaza de los Artesanos - Abril 13 de 2011  
Fotografía: Iván Franco



Charla “Sensibilidad del producto como herramienta de mercadeo”  
Salón 1 Taller de Joyería – Artesanías de Colombia - Abril 29 de 2011  
Fotografía: Iván Franco

<b>Actividad</b>	A1.2. Investigar los aspectos formales de un producto.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>10 horas</b> (5 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.2. Analizar la evolución y desarrollo histórico del producto en sus aspectos legales como patentes, derechos de autor y normatividad vigente.		

Cada unidad productiva realizó una investigación sobre la normatividad vigente a nivel nacional y las entidades relacionadas con la protección intelectual y reglamentación de procesos de calidad, de tal forma que pudieran conocer y compartir experiencias afines, para la construcción de sus políticas de diseño de producto.

<sup>1</sup> Coordinador del Programa de Preparación del Diseño del Producto y encargado del grupo 2.

Adicionalmente, asistieron a una charla especializada en Propiedad Intelectual, por parte de Alexander Parra (Profesional especializado de la Subgerencia de Desarrollo de Artesanías de Colombia).



Exposición de Investigaciones y Experiencias Previas  
Salón Cubeo - Plaza de los Artesanos - Abril 27 de 2011  
Fotografía: Iván Franco



Charla "Propiedad Intelectual"  
Salón 1 Taller de Joyería – Artesanías de Colombia - Abril  
29 de 2011  
Fotografía: Iván Franco

Como resultado de las sesiones, una unidad productiva ya tramitó el registro de sus productos como "Obra de Arte Aplicada" por medio de la Superintendencia de Industria y Comercio.

<b>Actividad</b>	A1.3. Benchmarking de producto.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>10 horas</b> (5 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.3. Analizar la información sobre los productos de la competencia teniendo en cuenta todos sus atributos y deficiencias.		
<p>A partir de una actividad colectiva por categorías de productos, las unidades productivas diseñaron una herramienta de análisis de la competencia (Product Benchmarking), la cual les permitió identificar, analizar y evaluar su posición frente a otras unidades productivas que desarrollan productos similares en función y/o técnica(s) productiva(s).</p> <p>Esta actividad les permitió hacer un trabajo de campo recorriendo las zonas artesanales más representativas en Bogotá D.C.</p>			

HERRAMIENTA DE BENCHMARKING (PRODUCTO)										
1	MARCA	ESTABLECIMIENTO / UBICACIÓN	MARCA	Red y tipo de producto	Empresa de Producto	Función	Materiales	Proceso	Empaque	Servicio
2										
3										
4										
5										
6										
7										
8										
9										
10										
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										
20										
21										
22										
23										
24										
25										
26										
27										
28										
29										
30										
31										
32										
33										
34										
35										
36										
37										
38										
39										
40										
41										
42										
43										
44										
45										
46										
47										
48										
49										
50										

Herramienta de Benchmarking grupo marroquinos  
Marzo 4 de 2011

<b>Actividad</b>	A1.4. Recursos de la unidad productiva.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>10 horas</b> (5 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.4. Identificar los medios de producción disponibles para la realización del diseño preliminar.		

Para el desarrollo de esta actividad cada unidad productiva desarrolló flujogramas de las referencias de productos más exitosas a nivel comercial, por medio de los cuales, identificaron “cuellos de botella” o aspectos críticos y fortalezas en sus recursos y procesos productivos.

En consecuencia de la actividad, se empezaron a generar alianzas estratégicas en las cuales se establecieron acciones de mejora, compra de material de desperdicio y desarrollo de nuevos productos.

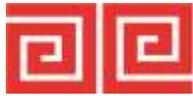


Ejercicio de Flujogramas (individual y colectiva)  
Salón 1 Taller de Joyería – Artesanías de Colombia -  
Marzo 6 de 2011  
Fotografía: Iván Franco

<b>Actividad</b>	A1.5. Tecnologías aplicadas existentes.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>10 horas</b> (5 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.5. Involucrar a la información recopilada el análisis de materiales y procesos de producción.		
<p>Esta actividad recoge los resultados de las actividades previas, de tal forma que cada unidad productiva elaboró un informe donde evidencia las conclusiones y acciones de mejora (estrategias) para eliminar, ajustar y/o fortalecer al interior de sus empresas y con relación al proyecto de diseño de nuevos de productos.</p> <p>Se realizó una actividad complementaria y de cierre denominada “Cadena de Valor”, a partir de la cual cada unidad productiva construyó su universo competitivo, identificando elementos y agentes de valor en las interrelaciones de los eslabones (investigación y experimentación, diseño e innovación, materias primas, procesos de producción, promoción y distribución, y, comercialización).</p>			
			
<p>Ejercicio Cadena de Valor Salón 1 Taller de Joyería – Artesanías de Colombia Marzo 13 de 2011 Fotografía: Iván Franco</p>			

*Fase de Planeación: Configurar el producto*

<b>Actividad</b>	A2.1. Interpretar las necesidades del cliente en términos de ideas de producto.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>50 horas</b> (25 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R2.1. Aplicar la información sobre diseños previos similares al diseño del producto requerido. R2.2. Plantear alternativas que satisfagan los requerimientos iniciales del producto y requerimientos del cliente.		
<p>Las unidades productivas construyeron universos de sus clientes potenciales a través de imágenes, identificando sus necesidades de consumo y estilos de vida para determinar los requerimientos de diseño de productos:</p>			



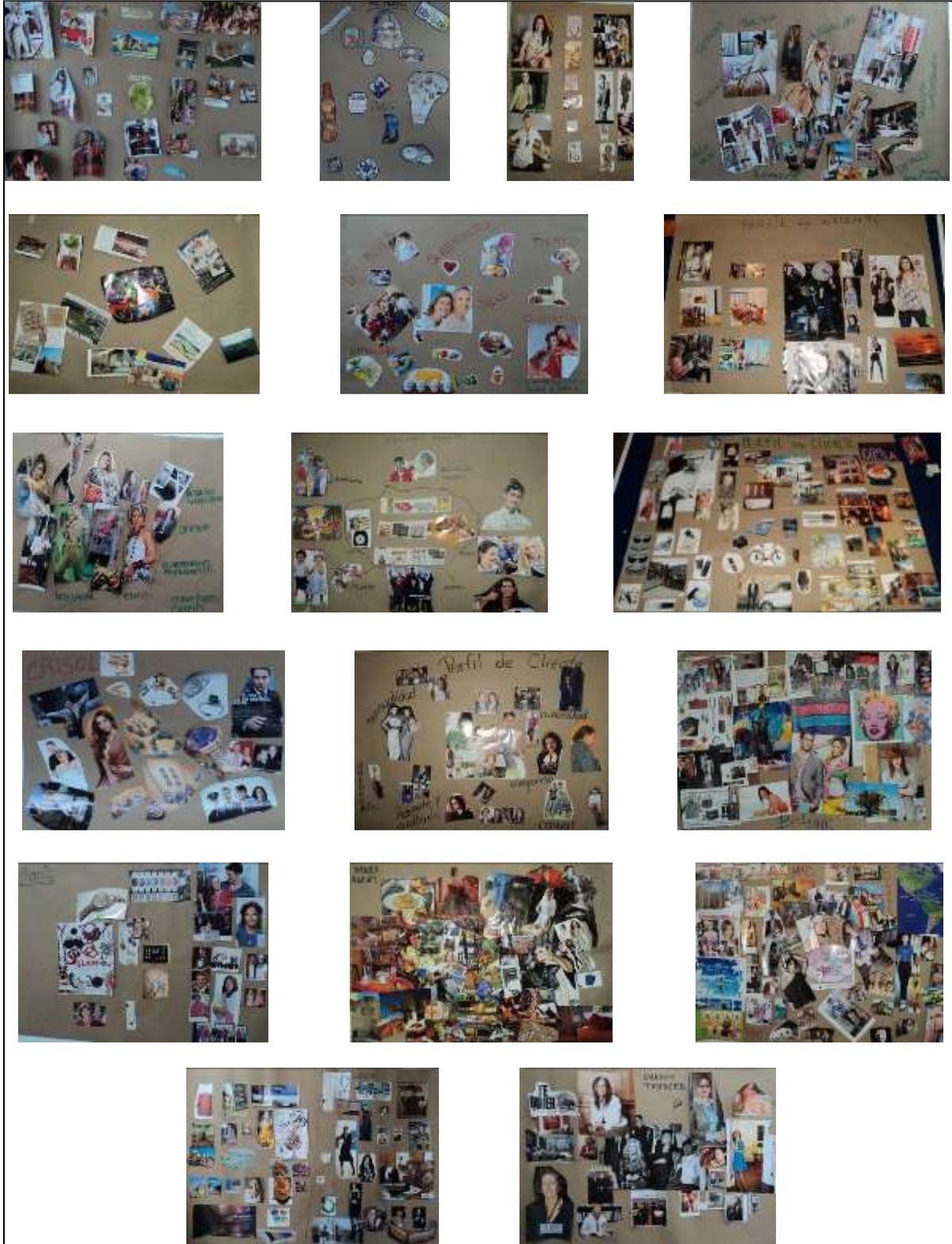
artesanías de colombia



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.  
SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO



GOBIERNO DE LA CIUDAD



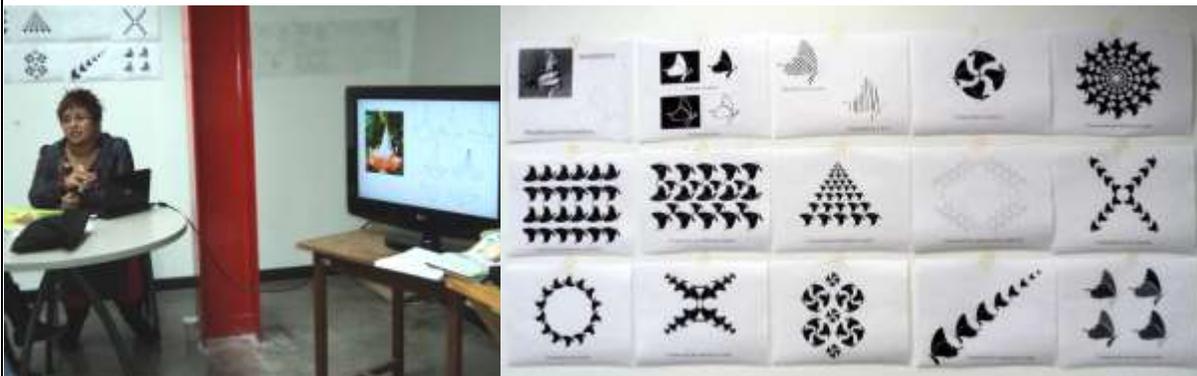
Ejercicio Perfil de Mercado  
Salón 1 Taller de Joyería – Artesanías de Colombia  
Marzo 20 de 2011  
Fotografía: Iván Franco

Para el logro del segundo resultado de aprendizaje, las unidades productivas asistieron a talleres de creatividad organizados por áreas o categorías de productos, en los cuales participaron además los beneficiarios de los demás grupos de capacitación, teniendo en cuenta la metodología de diseño por referentes para el desarrollo de las dos líneas de productos destinadas a los escenarios comerciales objeto del convenio (Feria del Hogar y Expoartesanías).



Talleres de Creatividad Grupo Moda y Hogar  
Salón de los Espejos – Artesanías de Colombia  
Marzo 26 y 27 de 2011  
Fotografía: Iván Franco

Con base en estas actividades se desarrolló una matriz de diseño, la cual define los lineamientos generales para que las líneas de productos de cada unidad productiva tengan coherencia entre sí y un alto impacto comercial (ver anexo). A partir de este momento, cada unidad productiva está siguiendo la metodología transmitida por los asesores, desarrollando exploraciones bi y tridimensionales con el referente seleccionado.



Exploración bidimensional de los referentes de la  
flor del Borrachero y la mariposa Azul  
Salón 1 taller de Joyería – Artesanías de Colombia  
Junio 3 y 8 de 2011



Exploración tridimensional de los referentes con materiales reales.  
Salón 1 taller de Joyería – Artesanías de Colombia  
Junio 3, 8 y 10 de 2011

<b>Actividad</b>	A2.2. Estimar los recursos necesarios para el desarrollo de un producto.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>20 horas</b> (10 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R2.3. Describir los equipos y dispositivos que la empresa disponga o en su defecto las características técnicas y costos de equipos adicionales, para la realización del producto propuesto.		

Para el desarrollo de esta actividad, se emplearon los resultados obtenidos de los ejercicios de “Flujogramas” y “Cadena de Valor”.  
Considerando el proyecto individual y la participación en los dos eventos comerciales pactados (Feria del Hogar y Expoartesanías), cada unidad productiva desarrolló un listado de los recursos que consideró pertinentes para el desarrollo de sus líneas de productos

en algunos casos, se evidenciaron alianzas productivas, donde unos son proveedores de otros al desarrollar componentes o productos intermedios.

*Fase de Ejecución:* Construir los requerimientos de diseño

<b>Actividad</b>	A3.1. Delimitar la propuesta de producto.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>40 horas</b> (20 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R3.1. Dimensionar los componentes del producto a diseñar de acuerdo con el método establecido y la normatividad vigente. R3.2. Ajustar las características físicas del producto, interpretando tendencias del mercado y/o cliente. R3.3. Seleccionar los materiales de acuerdo a las especificaciones técnicas requeridas para la calidad del producto.		

Se realizaron 3 sesiones de construcción colectiva que le permitieron a las unidades productivas desarrollar y definir sus líneas de productos, de tal forma, que en las horas de trabajo independiente cada una realizaba los ajustes y avances necesarios según retroalimentación y los lineamientos previamente definidos (necesidades del cliente, tendencias, análisis de la competencia, entre otros).

Como estrategia se emplearon metodología de lluvia de ideas, sinéctica (analogías directas), exposiciones y casos.



Ejercicio sinéctica  
Salón 1 taller de Joyería – Artesanías de Colombia  
Junio 10 de 2011  
Fotografía: Iván Franco

*Extracurricular:*

<b>Actividad</b>	Taller de Asociatividad y Taller de Responsabilidad Social Empresarial Impartido por la EAFIT	<b>Intensidad Horaria</b>	5 horas
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover la asociatividad entre las empresas del clúster de la moda, para sensibilizarlas respecto al tema y así que puedan lograr: obtener financiación, mejorar procesos productivos, apertura de nuevos mercados entre otros y aumente su competitividad en el sector.</li> <li>Propiciar el entendimiento de los empresarios sobre Responsabilidad</li> </ul>		

	Social y que adquieran herramientas básicas para adoptar esta premisa de trabajo en el funcionamiento de sus empresas.
De forma conjunto con el grupo de Logística de la producción, las unidades productivas tuvieron estos talleres organizados por EAFIT y liderados por María Lucía Montoya.	

**175 horas de trabajo presencial y trabajo autónomo**

**17 sesiones de trabajo presencial cada una de 5 horas, incluyendo el tema de EAFIT**

### **1.3 Observaciones**

- Durante el desarrollo del programa se ha trabajado con 39 beneficiarios que corresponden a 35 unidades productivas, sin embargo es recurrente que por sesión asistan en promedio 23 representantes de unidades productivas, ya que los asuntos pendientes con el desarrollo normal de sus empresas, les impide cumplir con la intensidad horaria del programa en algunos casos; actualmente hay 28 unidades productivas activas

# Programa de Logística del taller artesanal

## **OBJETIVO GENERAL**

Lograr el desarrollo integral de conocimientos, habilidades y actitudes conducentes a un desempeño adecuado y responsable en la logística operativa del taller artesanal que permita el alistamiento adecuado para la elaboración de productos artesanales, según características de la materia prima, contexto cultural y plan de producción.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Establecer proceso productivo de objeto artesanal según orden de producción.
- ✓ Efectuar los recibos y despachos de los objetos según requisiciones y documentos que soportan la actividad.
- ✓ Almacenar los objetos aplicando las técnicas y normas de seguridad e higiene establecidas.
- ✓ Alistar materia prima para producto artesanal, según orden de producción.

## **META**

*30 unidades productivas* en capacidad de recibir, clasificar, registrar, almacenar y despachar repuestos, suministros, materiales y equipos para el uso de empresas o venta al público, que puedan ser empleadas por empresas, fabricas u otros establecimientos comerciales e industriales del sector público y privado.

## **CONTENIDO**

### **Módulos Específicos**

1. Proceso productivo.
2. Recibo y despacho de insumos y productos.
3. Almacenamiento en el taller.
4. Alistamiento de materia prima.

### **Módulos Básicos**

5. Competencias Ciudadanas
6. Emprendimiento
7. Administración
8. Principios Contables

# Resultado de Actividades

## **Módulos Específicos**

### **1. Proceso productivo.**

Tiene como objetivo desarrollar la norma de competencia laboral N°250701015, “Establecer Proceso Productivo de Objeto Artesanal según Orden de Producción”

Dicha norma esta soportada en el logro de cuatro elementos básicos:

- Diagramación de ruta
- Disposición del proceso
- Organización de la planta
- Disposición de recursos según orden de producción.

### **1.2 Metodología**

El estudiante desarrolla los contenidos de este módulo mediante la realización del proyecto denominado “Organización de los procedimientos para planear un proceso productivo”, el cual está estructurado en cuatro fases: identificación, planeación, ejecución y evaluación. Con este proyecto la unidad productiva alcanza los 23 resultados de aprendizaje planteados, así como analiza su actual proceso productivo, planeando y ejecutando los ajustes necesarios para organizarlo.

### **1.3 Actividades realizadas**

*Fase de Identificación:* Recopilación de información

<b>Actividad</b>	A1.1. Caracterizar el proceso productivo mediante la elaboración del diagrama general de las etapas y del diagrama de flujo de las operaciones del proceso productivo.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>20 horas</b> (10 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.1. Interpretar la secuencia lógica según las etapas de los procesos productivos del objeto artesanal en la ruta de producción diagramada		
Durante dos sesiones, cada unidad productiva conoció la técnica de diagramación de procesos productivos, seleccionó un producto para analizar y describió su proceso mediante la aplicación de la herramienta diagrama general de etapas y diagrama de operaciones.			



<b>Actividad</b>	A1.2. Inventariar herramientas, maquinaria y mano de obra según puesto de trabajo, utilizados en el proceso de un producto específico y determinar la capacidad instalada para dicho producto.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>10 horas</b> (5 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.2. Relacionar la capacidad instalada de la planta física con el proceso productivo según objeto artesanal y la orden de producción.		
<p>Las unidades productivas desarrollaron los contenidos de capacidad instalada, definición de herramienta, máquina, mano de obra directa e indirecta y tipos de sistema productivo, características del proceso productivo artesanal y procesos básicos comunes.</p> <p>Como resultado de la sesión, se realizó un ejercicio para determinar la capacidad instalada del producto analizado y las unidades diligenciaron los formatos de tipos de sistema productivo, lista de herramientas y máquinas y lista de operarios describiendo conocimientos y habilidades requeridas para cada perfil.</p>			

<b>Actividad</b>	A1.3. Elaborar el plano de la planta física actual de la unidad productiva relacionando la distribución de los puestos de trabajo, máquinas y operarios.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>10 horas</b> (5 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.3. Prever el área a utilizar de manera que corresponda a las características del taller artesanal según producto artesanal.		
<p>Las unidades productivas conocieron la técnica básica para realizar el plano de planta de su unidad productiva a escala, ubicando los puestos de trabajo y la maquinaria.</p> <p>En clase elaboraron el plano de planta física de una de las unidades productivas del grupo y luego complementaron la actividad desarrollando el de su unidad. Así como también listaron herramienta y maquinaria involucrada en su proceso.</p>			

<b>Actividad</b>	A1.4. Realizar el diagrama de circulación de operaciones, aplicando la simbología adecuada.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>10 horas</b> (5 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.4. Relacionar los movimientos y micro movimientos de acuerdo con la complejidad del objeto artesanal, según tamaño de la artesanía.		
<p>En esta sesión se desarrollaron los contenidos de movimientos, micro-movimientos y principios básicos de ergonomía en puesto de trabajo. Además los beneficiarios aprendieron a usar la herramienta diagrama de circulación, para describir el flujo y los movimientos de materia prima y producto en su planta física.</p> <p>Como resultado se realizó en grupo el diagrama de una unidad productiva y luego cada</p>			

unidad complemento su respectivo diagrama. También describieron la materia prima y los insumos necesarios para la elaboración del producto analizado.

<b>Actividad</b>	A1.5 Realizar un listado de los servicios productivos externos.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>10 horas</b> (5 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.5. Relacionar la información de servicios productivos externos en un listado, según organización de la producción artesanal.		
<p>En clase se desarrolló el concepto de Outsourcing y talleres satélite, objetivos, ventajas y desventajas.</p> <p>Cada unidad productiva, realizó un ejercicio de identificación de los servicios productivos externos y los describió mediante un formato.</p>			

<b>Actividad</b>	A1.6 Elaborar el cuadro de costos de las materias primas, los insumos, la mano de obra y los costos fijos de planta que se involucran en el proceso.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>10 horas</b> (5 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.6 Cotejar la correspondencia de los costos de las materias primas e insumos calculados en el presupuesto definido según objeto artesanal y orden de producción.		
<p>En esta sesión se desarrolló los conocimientos básicos de costos. Esta sesión se complementó posteriormente con sesiones de apoyo con un asesor especialista en el tema para determinar los costos del producto analizado.</p>			

<b>Actividad</b>	A1.7 Evaluación diagnóstica de producto	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>50 horas</b> (25 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R1.6 Cotejar la correspondencia de los costos de las materias primas e insumos calculados en el presupuesto definido según objeto artesanal y orden de producción.		
<p>Durante seis sesiones se realizaron jornadas de evaluación de producto, con el objetivo de revisar los parámetros en cuanto a selección de materia prima y de procesos en la elaboración del producto.</p>			

<b>Actividad</b>	A1.8 Nivelación de conocimientos grupo beneficiarios nuevos.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>20 horas</b> (10 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	Aplican todos los resultados anteriormente expuestos.		

En dos sesiones se realizó una nivelación de conocimientos del módulo proceso productivo, con el grupo de beneficiarios que ingresó a partir de Mayo 16.

Como resultado se dio la guía suficiente para que las personas pudieran describir su unidad productiva mediante el diligenciamiento de los formatos y el desarrollo de los diagramas y los planos de la planta física.

*Fase de Planeación:* planteamiento de ajustes reales e ideales del proceso productivo.

<b>Actividad</b>	A2.1. Elaborar la ficha de producto y la orden de producción del producto seleccionado para elaborar el plan de producción.	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>20 horas</b> (10 pres.)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	R2.1. Ordenar el proceso productivo dispuesto según objeto artesanal y orden de producción.		
Durante una sesión se desarrollaron los conocimientos para la elaboración de ficha de producto y orden de producción.			
Como ejercicio, en grupo se analizaron distintas fichas de producto según oficio artesanal y se escogió una unidad productiva para diligenciar cada formato.			

*Extracurricular:*

<b>Actividad</b>	Taller de Asociatividad y Taller de Responsabilidad Social Empresarial	<b>Intensidad Horaria</b>	<b>5 horas</b> (5 presenciales)
<b>Resultado(s) de Aprendizaje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover la asociatividad entre las empresas del clúster de la moda, para sensibilizarlas respecto al tema y así que puedan lograr: obtener financiación, mejorar procesos productivos, apertura de nuevos mercados entre otros y aumente su competitividad en el sector.</li> <li>Propiciar el entendimiento de los empresarios sobre Responsabilidad Social y que adquieran herramientas básicas para adoptar esta premisa de trabajo en el funcionamiento de sus empresas.</li> </ul>		
De forma conjunto con el grupo de Logística de la producción, las unidades productivas tuvieron estos talleres organizados por EAFIT y liderados por María Lucía Montoya.			



Talleres dirigidos por EAFIT  
Salón Tukano Plaza de los Artesanos

**165 horas de trabajo presencial y trabajo autónomo**

**17 sesiones de trabajo presencial cada una de 5 horas, incluyendo el tema de EAFIT**

**14 sesiones de trabajo presencial, más 2 sesiones de nivelación y 1 sesión extracurricular.**

#### **1.4 Observaciones**

- 38 unidades productivas activas, a partir del 16 de Mayo se incorporó un grupo de 19 personas, de este grupo finalmente se mantienen 15 personas.

## Fase III

Actividades	Sub actividades	Responsable
1. Seminarios: Asesorías especializadas para acceder a los servicios de artesanías de Colombia	Medalla a la Maestría Artesanal y Premio Traza Artesanal.	Coordinación Técnica del Convenio - Profesionales Subgerencia de Desarrollo
	Programa Nacional de Materia Primas	
	Sello de Calidad hecho a Mano	
	Derechos de Propiedad Intelectual.	
	Sistema de Información para la Artesanía – SIART.	
	Programa Nacional de Joyería	
	Programa Nacional de Moda	
	Promoción y Fomento Comercial	
	Feria Expoartesanías – Bogotá y Feria Expoartesano – Medellín	
2. Mapa Comercial	Levantamiento de mapa comercial local para la identificación de nuevos canales de comercialización	Liz Adriana Fetiva Johana Acosta
3. Asesoría para el mejoramiento del producto actual de cada una de las unidades productivas	Metodología de Asesoría Puntual para cada una de las unidades productivas	Asesores del Convenio
4. Participación en eventos Feriales	Preparación para la participación en la Feria de Expoartesano 2011	Liz Adriana Fetiva
	Preparación para la participación en la Feria de Expoartesanías 2011	Liz Adriana Fetiva

# Resultado de Actividades

## **1. Seminarios: Asesorías especializadas para acceder a los servicios de artesanías de Colombia**

A la totalidad de los beneficiarios se les invito a participar de las tres jornadas de charlas especializadas orientadas al tema de tendencias los días

### **PERFILES DE CONSUMO Y TENDENCIAS 2011 – 2012 Mayo 18**

Por Juan Pablo Socarrás (Profesional y director de moda en Artesanías de Colombia)

### **PANORAMA ACTUAL DE LA MODA Mayo 24**

Por Felipe Espinosa (Experto en moda)

### **EL FUTURO DE LA MODA, NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN Junio 15**

Por Catherine Villota, Comunicadora Social, Editora de Moda de Fashion Radicals News,

A estas Charlas asistieron 91 beneficiarios del convenio

## **2 Mapa Comercial**

Diseño y elaboración de 40 encuestas por mapeo a Almacenes especializados y no especializados con el fin de obtener información de ubicación, categorías y precios. Se espera tener el resultado de la información para el siguiente informe en el mes de Agosto.

## **3 Asesoría para el mejoramiento del producto actual de cada una de las unidades productivas**

Con base en la información obtenida a partir del diagnóstico<sup>2</sup> de los productos elaborados por las Unidades productivas admitidas en el convenio se ha establecido una estrategia para adelantar la asesoría en mejoramiento de líneas de producto para la participación en los eventos feriales.

- Clasificación de las unidades productivas en tres niveles según producto (Alto, medio y bajo)
- Clasificación por oficio y/o producto
- Planteamiento de categorías de producto

---

<sup>2</sup> Elaborado en la semana de inducción 5 al 8 de Abril

Las charlas de tendencias sirvieron como base para el proceso de asesoría en el desarrollo de las nuevas líneas de producto. Posteriormente se adelantaron dos jornadas para realizar la conceptualización y estructurar la política de diseño de producto, convocando a la totalidad de beneficiarios del convenio, dividiendo en dos grupos a los beneficiarios:

Mayo 26: Beneficiarios con categorías de producto relacionadas con la moda, joyería y bisutería, afinidad con técnicas textiles. Asistieron 69

Mayo 27: Beneficiarios con categorías de producto relacionado con mesa y decoración. Asistieron 40



Jornadas Conceptualización y definición de política de Diseño  
Beneficiarios del Convenio  
Salón de los espejos Artesanías de Colombia

Ver anexos de listas de asistencia

Se estableció la matriz de diseño con el punto de inspiración para que cada beneficiario adelantara el proceso de experimentación y posteriormente el planteamiento de líneas de producto para cada uno de los dos eventos feriales a manejar.

Ver anexos de Asesoría Puntual - Digital

Se realizó una primera evaluación de avances de resultados de la etapa de experimentación a partir de bocetos, muestras y primeros prototipos, la mayoría están direccionados para el primer evento ferial del mes de septiembre. El resultado de la evaluación será transmitido a cada beneficiario por parte del asesor a cargo de cada grupo de formación. Aproximadamente el 50% de los beneficiarios entregaron propuestas.





Muestras de experimentación y primeros prototipos  
Beneficiarios del Convenio  
Taller de Telares Artesanías de Colombia

#### **4 Participación en eventos Feriales**

Planteamiento de cronograma de trabajo con miras a obtener las líneas de producto para los dos eventos feriales.

Propuesta de Artesanías de Colombia para cambiar la participación de los beneficiarios en Expoartesano por La Feria del Hogar. Ver anexo Acta No. 6

Inicio del proceso de asesoría puntual para el diseño y desarrollo de las líneas de producto con el proceso de conceptualización, definición de política de producto.

#### **5 Otras actividades**

9.1 Hasta la fecha se han adelantado seis reuniones de comité técnico del proyecto entre representantes de la SDDE y AdC.

La última se realizó con el objetivo de presentar la propuesta de trasladar la participación de las Unidades Productivas beneficiarias del convenio celebrado entre la Secretaría de Desarrollo Económico y Artesanías de Colombia en la feria de Expoartesano (a realizarse en el recinto de Plaza Mayor en Medellín del 15 al 18 de Septiembre), por la participación en la Feria del Hogar en Bogotá a realizarse del 1 al 18 de Septiembre en el recinto de Corferias, durante 18 días.

Ver Anexo de Actas

9.3 Fortalecimiento del proceso de socialización y divulgación del convenio con el fin de reunir a un grupo de nuevos beneficiarios.

Se realizaron tres jornadas dos en la sede de Artesanías de Colombia y una en la Plaza de los Artesanos, a las cuales asistieron 46 beneficiarios potenciales de los cuales se convocaron para una jornada de nivelación a 36.



Reunión de socialización a nuevos integrantes del convenio  
Salón Tukano Plaza de los Artesanos



Reunión de socialización a nuevos integrantes del convenio  
Salón Oro Taller de Joyería - Artesanías de Colombia

Las jornadas de nivelación se dirigieron exclusivamente para los programas de formación de Preparación de Producto Grupo No. 1 y Logística de Producción del taller, ya que estos dos grupos presentaban el menor número de beneficiarios activos.



Jornadas de Nivelación para los nuevos integrantes del convenio  
Salón Oro y Salón No. 2 Taller de Joyería - Artesanías de Colombia





Jornadas de Nivelación para los nuevos integrantes del convenio  
Salón Oro y Salón No. 2 Taller de Joyería - Artesanías de Colombia  
Ver Anexo listas de asistencia

9.2 Proceso de compra y entrega de los elementos de dotación de las dos aulas de formación del convenio, dispuestas en de Plaza de los Artesanos, estos elementos fueron entregados en la Plaza de los Artesanos para dar comienzo a los contenidos específicos del programa de formación el día 12 de abril  
Ver informe mes de Abril

### 9.3 Asesoría Puntual en el tema de costos de producto

Objetivo: Definir políticas de costeo a los productos que están siendo asesorados o desarrollos en el convenio, alineando los contenidos con el temas mistos en el programa de Logística de taller artesanal

Se trabajo una sesión grupal preliminar con grupo de 20 beneficiarios, fortaleciéndolos conceptos generales y posteriormente se ha tenido asesorías individuales.

Esta asesoría se llevara a cabo con los demás beneficiarios del convenio, que necesiten fortalecer su proceso de costeo.

### 9.3 Asesoría Puntual en el tema de imagen grafica:

Objetivo: Asesor a los beneficiaros del convenio que necesiten mejorar o implementar la imagen grafica de su unidad productiva

Se ha trabajo en sesiones grupales detectando a los beneficiaros interesados y posteriormente se está programando la asesorías individuales.

### **Observaciones:**

- Se ha tenido dificultades con los espacios destinados como aulas de formación, los salones inicialmente destinados Cubeo y Barazana en la Plaza de los Artesanos son muy iluminados lo cual dificulta la visualización del material proyectado, se presenta en época de invierno goteras, filtraciones y persistente olor a humedad. Adicionalmente el ruido ocasionado por la obra actual adelantada en la Plaza de los Artesanos, impide el adecuado desarrollo de las jornadas en las aulas asignadas.
- Por esto se estableció que temporalmente se trasladaría la mitad de los beneficiarios (Grupos de Diseño 1 y 2) a la sede de Artesanías de Colombia - Salón Oro taller de Joyería y la otra mitad (grupos de Mercadeo y Logística) al salón Tukano en la Plaza de los Artesanos.
- Estos cambios ocasionaron temporalmente confusión en algunos beneficiarios, situación que se ha mejorado con información telefónica y por correo electrónico.
- El cambio al salón Tukano en la plaza de los Artesanos, fue muy breve, ya que a finales del mes de Mayo volvieron a trasladar los elementos al salón Barazana sin previa información tanto a Artesanías de Colombia como a las personas encargadas del convenio en la SDDE.
- La ubicación de los salones en Artesanías de Colombia, facilita la asistencia a los beneficiarios, pero las aulas de la Plaza poseen los elementos de dotación necesarios para poder adelantar el proceso, a partir de Julio se traslada nuevamente los grupos de Diseño al salón Cubeo y queda en Artesanías el aula destinada para impartir los temas de diseño asistido por computador.
- Fue muy positivo el proceso de vinculación de nuevos beneficiarios, ya que en el momento se pudo lograr el número esperado del convenio, lamentablemente se sigue presentando deserción en los beneficiarios aduciendo:
  - Dificultad de disponer del tiempo necesario para asistir periódicamente a las jornadas de capacitación
  - Situación económica difícil
  - Consecución de empleo
  - Participación simultánea con otros programas de formación
  - Dificultad de acceso al recinto de la Plaza
- Se está esperando respuesta con respecto a los planteamientos para resolver el tema del número de beneficiarios relacionados en el Acta No. 5
  - La posibilidad que de una misma unidad productiva estén dos beneficiarios tomando cada uno un programa de formación diferente
- Existe una gran motivación por parte del grupo de beneficiarios con respecto a la participación en los eventos feriales y el desarrollo de producto