



Proyecto: Valle del Cauca en busca de su identidad artesanal, fase 2

**ATENCIÓN AL SECTOR ARTESANAL  
EN EL DEPARTAMENTO DEL  
VALLE 2015**

[Informe de ejecución de actividades  
del proyecto de identidad y atención  
del Valle del Cauca]

Compilado y editado por  
**MARIA GABRIELA CORRADINE MORA**  
Profesional de Gestión – Oficina de Planeación  
CENDAR  
Artesanías de Colombia S.A.

**Bogotá D.C., Artesanías de Colombia S.A. Agosto de 2016**



**ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A.**

**Ana María Fries Martínez**

Gerente General

**Diana Marcela Pombo Holguín**

Subgerente

Subgerencia de Desarrollo y Fortalecimiento del Sector Artesanal

**María Paula Díaz del Castillo**

Profesional de Gestión

Supervisora

Equipo ejecutor – Contratistas

**Diana Giraldo** - Enlace Regional Valle

**Andrés Pérez** - Coordinador del proyecto

**Alejandra Cárdenas** - Socióloga - Componentes Social y Desarrollo humano

**Nini Espitia** - Diseñadora industrial - Componente de Producción y Diseño

**Guillermo Jurado Botero** - Diseñador industrial- Componente de Producción y Diseño

**Carolina Yara** - Diseñadora gráfica – Componente de Diseño

**María Isabel Barón** - Profesional de mercadeo – Componentes de Emprendimiento y Mercadeo

**Marlen Garzón** - Monitora Laboratorio de Innovación y Diseño - Valle

## RESUMEN

Este informe compila las actividades ejecutadas en forma directa por el equipo del laboratorio de Innovación y Diseño del Valle y las actividades realizadas en el marco del proyecto “Fortalecimiento Parque Artesanal Loma de la Cruz, Fase 2”, en la ciudad de Cali, en el año 2015.

El proyecto tuvo como objetivo fortalecer el Parque Artesanal Loma de la Cruz, como eje turístico y punto de venta a fin de mejorar las relaciones entre los expositores y la muestra del parque. Incluyó capacitaciones en emprendimiento y mercadeo, desarrollo humano, diseño y producto, actividades realizadas a través de talleres sin interrumpir la jornada laboral de los artesanos en horas de la tarde. Se implementó también la metodología de realizar los talleres en el lugar de trabajo de los artesanos en el parque, se asesoró a los beneficios en diseño y desarrollo de producto y se adquirió la muestra de productos para el evento de diciembre.

Entre otras actividades ejecutadas se realizó el Consejo Regional de apoyo para la artesanía con participación de 26 entidades del departamento; se formularon proyectos para atender el departamento y algunos municipios, se adelantaron gestiones con diversas entidades para el apoyo al sector artesanal, se desarrolló la colección de diseño del Valle para Expoartesanías, se aplicaron encuestas de línea de base y se brindaron asesorías puntuales.

## GLOSARIO

**Aprendizaje:** Proceso mediante el cual se aplica lo aprendido previamente. Es un término psicológicamente utilizado en los procesos cognitivos humanos mostrando sus variables y como se encuentra mediado por lo genético, lo ambiental y las interacciones cotidianas, lo que permite ir derribando los obstáculos que bloquean la educación como las ideas negativas, el cansancio, desmotivación, desinterés o preconceptos desfavorables sobre una situación en particular.

**Asertividad:** Parte fundamental de las actividades sociales, la cual comprende conductas y pensamientos que permiten defender los derechos sin agredir ni ser agredido, respetando y conociendo los derechos de los demás.

**Asociacionismo:** Tendencia a formar asociaciones para defender intereses comunes.

**Asociativismo:** facultad social de los individuos como un medio de sumar esfuerzos y compartir ideales a través de la asociación de personas para dar respuestas colectivas a determinadas necesidades o problemas.

**Autodeterminación:** Decidir sobre las formas de gobierno, persiguiendo el desarrollo y el ser libre.

**Autoestima:** Percepción de nosotros mismos.

**Autonomía:** Toma de decisiones sin intervención ajena.

**Cartografía social:** permite hacer una geografía de la percepción, logrando una aprehensión del territorio, un redimensionamiento de su entorno, la definición de unos límites y sobre todo un diagnóstico de su realidad ambiental y la valoración de su biodiversidad de manera objetiva. (...) Es un redescubrimiento desde el entorno inmediato, obediente al alma de los lugares<sup>1</sup>.

**Conflicto:** Diferencia de ideas. Situación en que dos o más individuos con intereses contrapuestos entran en confrontación, oposición o emprenden acciones mutuamente antagonistas, con el objetivo de neutralizar, dañar o eliminar a la parte rival, incluso cuando tal confrontación sea verbal, para lograr así la consecución de los objetivos que motivaron dicha confrontación. Por su condición a menudo extrema o por lo menos confrontacional en relación a objetivos considerados de importancia o incluso urgencia

---

<sup>1</sup> En línea: <http://www.banrepcultural.org/node/74956>

(estatus, poder, recursos escasos) el conflicto genera problemas, tanto a los directamente envueltos, como a otras personas<sup>2</sup>.

**Cooperativismo:** Movimiento que propugna la asociación en cooperativas y la práctica de las mismas.

**Diálogo:** Base de las relaciones sociales. Es un intercambio de información, y la estrategia más potente para resolver los conflictos intrapersonales. Puede ser utilizado en el plano familiar, político, económico, jurídico-legal, afectivo, social, cultural etc. El diálogo debe ser la fase inicial de una buena comunicación asertiva, si es respaldado por la capacidad de escucha. Es una forma de transmitir conocimientos por lo tanto es vital para el aprendizaje. Puede ser orientado al saber, las opiniones, la crítica, el debate y las manifestaciones de sentimientos, entre otros.

**Empatía:** capacidad cognitiva de percibir, en un contexto común, lo que otro individuo puede sentir. También es descrita como un sentimiento de participación afectiva de una persona en la realidad que afecta a otra.

**Empoderamiento:** Proceso por el cual las personas fortalecen sus capacidades, confianza, visión y protagonismo como grupo social para impulsar cambios positivos de las situaciones que viven<sup>3</sup>.

**Emprendimiento:** capacidad de los seres humanos para salir adelante de manera novedosa y con ideas renovadas. Ser emprendedor requiere de habilidades no sólo a nivel individual, sino también colectivo.

**Identidad:** Conjunto articulado de rasgos específicos de un individuo o de un grupo. La identidad constituye también un sistema de símbolos y de valores que permite afrontar diferentes situaciones cotidianas. Opera como un filtro que ayuda a decodificarlas, a comprenderlas para que después funcione. La construcción de la identidad no es un trabajo solitario e individual. Se modifica en el encuentro con el Otro, cuya mirada tiene un efecto sobre ella. La identidad se sitúa siempre en un juego de influencias con los otros<sup>4</sup>. Cabe mencionar que dentro de la noción de identidad, se tiene en cuenta la idea de representación social, a la cual se apela al reconocimiento de orígenes y fuentes de determinación colectiva para tener en cuenta los discursos circundantes.

---

<sup>2</sup> Tomado de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Conflicto>

<sup>3</sup> En línea: <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/86>

<sup>4</sup> En línea: <http://www.fuhem.es/ecosocial/dossier-intercultural/contenido/9%20EL%20CONCEPTO%20DE%20IDENTIDAD.pdf>

**Liderazgo:** Los líderes son capaces de establecer una meta, persuadir a otros para que les ayuden a alcanzar esa meta, y llevar a su equipo a la victoria. Todos y todas pueden ser líderes en diferentes contextos.

**Pensamiento Creativo:** Desarrollo de nuevas ideas y conceptos. Se trata de la habilidad para formar nuevas combinaciones de ideas para llenar una necesidad. Por lo tanto, el resultado o producto del pensamiento creativo, tiende a ser original. El pensamiento debe tener un resultado, ya sea a través de una acción interna como toma de decisiones, nuevas ideas; o una acción externa materializada en un producto artesanal para este caso, en contribución al oficio de los actores del proyecto.

**Pensamiento Crítico:** consiste en analizar y evaluar la consistencia de los razonamientos, en especial aquellas afirmaciones que la sociedad acepta como verdaderas en el contexto de la vida cotidiana. El pensamiento crítico exige claridad, precisión, equidad y evidencias, ya que intenta evitar impresiones particulares.

**Respeto:** Sentimiento positivo que equivale a tener veneración, aprecio y reconocimiento por una persona o cosa. Consideración significa “mirar de nuevo”. Es importante para lograr una armoniosa interacción social ya que implica comprender al otro, valorar sus intereses y necesidades, debe ser recíproco, e implica el aprender a tolerar.

**Señalización:** conjunto de medios que se utilizan para mostrar o resaltar una indicación, una obligación, una prohibición, etc. Esto se puede realizar mediante una señal en forma de panel, un color, una señal luminosa o acústica, una comunicación verbal o una señal gestual, según proceda. En este caso la señalización hace relación a rutas de acceso al parque.

**Tolerancia:** Se base en el respeto hacia otro o lo que es diferente de lo propio, y puede manifestarse como un acto de indulgencia ante algo que no se quiere o no se puede impedir, o como el hecho de soportar o aguantar a alguien o algo. Es un reconocimiento de las diferencias inherentes a la naturaleza humana, de la diversidad.

**Trabajo en equipo:** es el trabajo hecho por varios individuos donde cada uno hace una parte pero todos con un objetivo común. Es una de las condiciones de trabajo de tipo psicológico que más influye en los trabajadores de forma positiva porque permite que haya compañerismo.

## TABLA DE CONTENIDO

### INTRODUCCION

1. BUENAVENTURA
2. CARTAGO
3. CALI
  - 3.1. Gestión Institucional Laboratorio
    - 3.1.1. Consejo Regional
    - 3.1.2. Asesorías Puntuales
    - 3.1.3. Otros eventos
  - 3.2. Proyecto Parque Artesanal Loma de la Cruz Fase 2
    - 3.2.1. Metodología
    - 3.2.2. Reunión de socialización
    - 3.2.3. Taller de capacitación en diseño e innovación de productos artesanales
      - 3.2.3.1. Identificación del producto artesanal y sus potenciales aplicaciones.
      - 3.2.3.2. Diseño por referentes y Aplicaciones del color.
    - 3.2.4. Talleres en diseño de empaque de productos artesanales.
      - 3.2.4.1. El empaque y aplicaciones gráficas de la marca.
    - 3.2.5. Talleres sobre exhibición de productos.
      - 3.2.5.1. El empaque y definición del sistema de presentación comercial.
    - 3.2.6. Posicionamiento de productos artesanales.
      - 3.2.6.1. Suvenires
    - 3.2.7. Propuestas formales de diseño
    - 3.2.8. Diseño de imagen corporativa a 10 talleres artesanales
    - 3.2.9. Transferencia de conocimiento de la marca colectiva Parque Artesanal Loma de la Cruz.
      - 3.2.9.1. Propuesta y Desarrollo de Marca Colectiva
      - 3.2.9.2. Sondeo Aprobación logotipo marca colectiva Parque de la Cruz Artesanal Loma
    - 3.2.10. Estrategias de Promoción.
      - 3.2.10.1. Cultura de servicio y atención al cliente.
      - 3.2.10.2. Conocimiento del consumidor como estrategia para permanecer en el mercado.
      - 3.2.10.3. Negociación

- 3.2.10.4. Auditoría del servicio y atención al cliente.**
- 3.2.10.5. Políticas de fijación de precios.**
- 3.2.10.6. Punto de Equilibrio**
- 3.2.10.7. Alianzas comerciales.**
- 3.2.10.8. Asesorías individuales a los artesanos:**
- 3.2.11. Desarrollo Humano**
  - 3.2.11.1. Descubriendo mis necesidades y motivaciones.**
  - 3.2.11.2. Autoconocimiento: Iniciando el camino hacia mi desarrollo.**
  - 3.2.11.3. Autoestima / Autonomía y la autodeterminación.**
  - 3.2.11.4. Liderazgo y emprendimiento**
  - 3.2.11.5. Comunicación Asertiva – En conexión armónica con mi entorno.**
  - 3.2.11.6. El Diálogo – Ejerciendo la Tolerancia y el Respeto.**
  - 3.2.11.7. El manejo del conflicto- Encontrando soluciones acertadas y asertivas.**
  - 3.2.11.8. Reconocimiento de derechos - Rutas de atención.**
  - 3.2.11.9. Propuestas de los diferentes grupos de trabajo**
  - 3.2.11.10. El trabajo en equipo “Aprovechando la oportunidad para ganar más”**
- 3.2.12. Participación en ferias artesanales**
- 4. CONCLUSIONES**
- 5. LIMITACIONES Y DIFICULTADES**
- 6. ANEXOS**
  - 6.1. Anexo Beneficiarios Proyecto Parque Artesanal Loma de La Cruz**
  - 6.2. Anexo Sondeo de Artesanos**
  - 6.3. Anexo Mapa Social del parque Loma de la Cruz**
  - 6.4. Anexo Taller 1 Identificación del producto artesanal**
  - 6.5. Anexo Taller 2 Diseño por referentes y aplicaciones del Color**
  - 6.6. Anexo Taller 3 Empaque aplicación grafica**
  - 6.7. Anexo Taller 4 Empaque sistema comercial**
  - 6.8. Anexo Taller 5 presentación comercial de producto**
  - 6.9. Anexo Taller 6 Suvenir**
  - 6.10. Anexo Plan de Promoción y Estrategias**
  - 6.11. Anexo Estadísticas Valle 2015**



## INTRODUCCIÓN

La ejecución en el Valle del Cauca en 2015 para la atención al sector artesanal se realizó desde dos focos, el Laboratorio de Innovación y Diseño, a través de asesorías puntuales, gestión interinstitucional, formulación y coordinación de proyectos, participación en eventos desarrollo de colección y la ejecución del proyecto para atender a los artesanos del Parque Loma de la Cruz en una segunda fase, con el apoyo de la Alcaldía de Cali.

El equipo ejecutor, compuesto por profesionales que participaron en la primera fase, recibió la correspondiente inducción, participó en la planeación y socialización de la experiencia con el grupo de artesanos, resultados, dificultades, hallazgos y sugerencias para la ejecución de la fase 2. La revisión de la primera fase ayudó a identificar las metodologías de trabajo idóneas para mejorar y dar continuidad al proyecto.

Con base en cronogramas acordados con los artesanos (jornada de la mañana) se estructuraron los planes de trabajo de los profesionales, se realizaron visitas exploratorias y se gestionó el espacio para la realización de los talleres. Se socializó el proyecto y se inscribieron los artesanos de la Loma de la Cruz.

Se dio énfasis al tema del Asociativismo, identificado como una de las principales falencias que al ser solucionada, potenciará el trabajo de los artesanos y el desarrollo y fortalecimiento del parque artesanal.

Se definieron líneas de trabajo a implementar como apoyo al fortalecimiento del parque desde la institucionalidad, el desarrollo de acciones de servicio social para la recuperación de jardines y zonas verdes con población en proceso de reintegración, gestiones con medios de comunicación para la difusión de las actividades en el parque, inclusión en las agendas culturales de la ciudad, como la semana por la paz, difusión de la información publicitaria en hostales, entre otras.





Los talleres se dividieron en 4 grandes temas: **Desarrollo humano y social**, enfocado al trabajo en equipo, liderazgo, emprendimiento y resolución pacífica de conflictos; **Emprendimiento**, con temas como la estrategia de promoción, gestión y consecución de clientes y estrategias de precio; el área de producción, búsqueda de líneas de producción, desarrollo de producto, conceptualización y técnicas; **Diseño** definiendo 8 líneas de producto y desarrollando temas de empaque, identidad corporativa, aplicaciones gráficas del producto; y **Comercialización**, con una muestra comercial al final del año.

Algunos artesanos manifestaron disposición para el proyecto y fueron conscientes de sus necesidades para el desarrollo de nuevos productos, fortalecimiento de su portafolio y participación en el mercado, la necesidad de mejorar la autogestión y su convivencia. Sin embargo se detectó apatía frente a los procesos así como muchos locales cerrados, interés en recibir materiales y herramientas pero resistencia a participar en las capacitaciones.

## 1. BUENAVENTURA

En Buenaventura se diligenciaron 5 encuestas de materias primas para productores de instrumentos musicales en el proyecto Luthiers

## 2. CARTAGO

A través del Enlace del Valle, se asistió a la jornada Colombia Próspera, con la presentación del Laboratorio de Innovación y Diseño del Valle. Durante la jornada se atendieron 6 artesanos y productores de mecatro de la región y se hicieron acercamientos con la cámara de comercio de Tuluá y la Alcaldía de Río Frío.

## 3. CALI

### 3.1. Gestión Institucional Laboratorio

Se realizaron gestiones con entes de diferente nivel, entre ellos el Sena, la Cámara de Comercio, la Fundación Carvajal, la Gobernación del Valle, las Alcaldías de Universidad ICESI con el equipo de fortalecimiento de recicladores.



Taller de artesanos Asistente taller Cámara de comercio  
Fotos Marlene Garzón – 2015

Con la Cámara de Comercio de Cali, Alcaldía de Cali y Sena se organizó un "Programa de fortalecimiento de las cadenas productivas del sector artesanal" para atender a los artesanos de la ciudad de Cali en temas de formalización y emprendimiento de los talleres. Se concluyó en convocar a 60 artesanos interesados en el crecimiento de sus cadenas productivas, con 2 jornadas de sensibilización en las que participaron 37 artesanos. Se diseñó un brochure de invitación.

### PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE LAS CADENAS PRODUCTIVAS EN EL SECTOR ARTESANAL



#### Inscríbete

La Alcaldía de Cali, La Cámara de Comercio de Cali, El Sena y Artesanías de Colombia invita a los artesanos de La Ciudad a que hagan parte del programa donde se busca fortalecer la capacidad de transformar su taller en oportunidades de negocio.

Paso 1. Enviar un email a [labvalle@artesaniasdecolombia.com.co](mailto:labvalle@artesaniasdecolombia.com.co) solicitando tu cupo para asistir a la sensibilización.

Paso 2. Recibe el mail de confirmación con la fecha y hora.

Paso 3. Asiste a la sensibilización.

Paso 4. Inscríbete en el programa.

Los esperamos!

### 3.1.1. Consejo Regional

El 22 de mayo de 2015, en la ciudad de Cali, en el Hotel El Obelisco, se realizó el Consejo Regional de apoyo para el desarrollo de la actividad artesanal en el departamento del Valle del Cauca, promovido por Artesanías de Colombia con el objetivo de articularse en el corto plazo, con el consejo regional de competitividad, a fin de definir estrategias regionales y viabilizar proyectos conjuntos con los entes territoriales, la academia, el sector privado empresarial, el sector solidario y las organizaciones no gubernamentales periodo 2014-2018.

Por Artesanías de Colombia participaron la profesional de Gestión de la Subgerencia de Desarrollo y el Enlace Regional del Valle. Asistieron 26 delegados de entes regionales y territoriales, así: Líder del SENA de Cartago, la Gestora Social de la Secretaria de Cultura de Cali, el Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Tuluá, una Profesional especializada de la Alcaldía Municipal del Palmira, los Gobernadores de los Cabildos Misak, Inga, Nasa y Quichua de Cali, junto con otros líderes y directivos de las comunidades indígenas, el Coordinador C-IDEA de Comfenalco Valle, el Coordinador de la Secretaria de Desarrollo Social de la Gobernación del Valle, en Director de Diseño de la Universidad Javeriana, la Gestora empresarial del Sena, representantes de los artesanos, de la Mesa Municipal de Artesanos, Profesional de Temática Indígena de la Alcaldía de Cali, la Coordinadora PALC de la Secretaria de Cultura de Cali, la Gestora de proyectos de la Fundación Katanga, el Coordinador de proyectos de FUNOF y el Consejero de la Mesa Municipal de Artesanos

Se realizó la introducción presentando la ejecución de Artesanías de Colombia desde hace dos años con el proyecto Ampliación de Cobertura Geográfica y Poblacional, cuya duración es de 4 años, habiendo iniciado en 2013 con el Laboratorio de Diseño e Innovación para el Sector Artesanal de Artesanías de Colombia en el Valle del Cauca, como articulador con las entidades que trabajan en pro del sector artesanal para lograr mayor impacto en la región.

Se invitó a los participantes a trabajar conjuntamente, aunando esfuerzos y aportes para brindar atención oportuna y continua a los artesanos del departamento. El coordinador de FUNOF presentó la ejecución del proyecto “Valle del Cauca En Busca de su Identidad Artesanal” en el año 2014, atendiendo 400 artesanos y caracterizando a 625 en los municipios de Cali, Buenaventura, Florida, Jamundí, Yumbo, Buga, Caicedonia, Cartago, Ansermanuevo, Pradera, Toro, La Unión y Bolívar.

Se presentó la proyección para 2015, así

- “Parque Artesanal Loma de la Cruz fase 2” Convenio de asociación con la Secretaria de Cultura de Santiago de Cali, beneficiarios: 71 artesanos.
- “Valle del Cauca en Busca de su Identidad Artesanal Fase 2 – Capitulo Yumbo” en gestión convenio de asociación con la Oficina de Turismo del municipio de Yumbo, beneficiarios: 55 artesanos.
- “Valle del Cauca En Busca de su Identidad Artesanal Fase 2 – Capitulo Palmira” en gestión Convenio de asociación con la Secretaria de Agricultura del municipio de Palmira, beneficiarios: 100 artesanos.
- “Valle del Cauca En Busca de su Identidad Artesanal Fase 2 – Capitulo departamental” en gestión convenio de asociación con el Sena. 455 beneficiarios en los

municipios de: Buenaventura, Cali, Cartago, Ansermanuevo, Florida, Jamundí, Caicedonia, Toro, Bolívar, La Unión y Buga.

- “Proyecto Orígenes” En gestión convenio de asociación con la Secretaria de Desarrollo y Ordenamiento territorial de la Alcaldía de Cali. Beneficiarios: 6 cabildos indígenas, (220 artesanos).

Cámara de Comercio de Tuluá mencionó la falta de acompañamiento que vive el sector artesanal dado que solo 3 o 4 alcaldías participan en el proceso y reafirma la importancia de articular alianzas desde los roles que tiene cada uno de los asistentes. Resalta el compromiso de la Cámara con el rescate de la tradición del mecato del centro del Valle, promoviendo su formalización empresarial.

El Sena expuso el trabajo adelantado sobre competencias laborales en Ansermanuevo y Cartago para dar valor agregado a los productos e invita a que los artesanos se inscriban y puedan acceder a este beneficio.

Se acuerda trabajar en la caracterización de la oferta de autogestión en que se reconozcan los autores de trabajo territorial; dignificar las buenas prácticas indicando como se puede lograr la articulación entre los entes interesados para lograr una modulación y estructuración de procesos regionales; documentar una propuesta para los candidatos a Gobernación, Alcaldías y Concejo, en la que se visibilice la artesanía como sector y se reconozca con referentes legales, referentes normativos, referentes sectoriales y temas culturales para ser visualizados en los foros de las Cámaras de Comercio y universidades.

### **3.1.2. Asesorías Puntuales**

Se brindaron asesorías puntuales a 18 artesanos en mejoramiento del producto y fortalecimiento del taller artesanal, orientación para la participación en la muestra Petronio Álvarez y Expoartesanías. Se realizaron 3 imágenes corporativas, se desarrollaron 3 líneas y 12 diseños para Expoartesanías



Asesorías Foto: Marlene Garzón Laboratorio Valle del Cauca 2015



Cuero tallado. Individuales



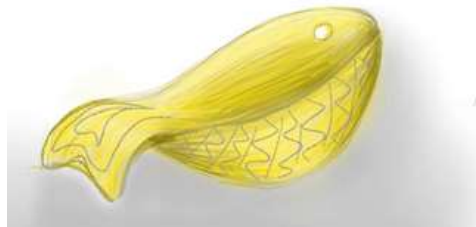
Mesa en madera prensada.



Revistero en Palma Tetera.



Saleros y Pimenteros en Cerámica.



Batea en Madera



Papelera en madera torneada



Cojines calados



Throwl bordado



Mantel Calado y bordado.

En octubre se brindaron asesorías puntuales a los artesanos interesados en la participación de Expoartesano 2016, entregándoles un CD con la información de cada artesano, lista de precios, boceto de stand, Rut, cedula, catálogo de producto y proceso de producción; se compartió la información al correo del concurso [expoartesano@artesaniasdecolombia.com.co](mailto:expoartesano@artesaniasdecolombia.com.co), y se confirmó el recibo de la información.

### 3.1.3. Otros eventos

Se realizó la transferencia metodológica al equipo ejecutor.





Transferencia metodológica  
Foto Marlene Garzón – Laboratorio Valle del Cauca -

En registro de marca se evaluaron productos de 3 personas interesadas en realizar el registro de marca, de las cuales 2 resultaron ser manufactureros. El tercero es artesano y productor de instrumentos musicales.

En el marco del Festival Petronio Álvarez, la Secretaría de Cultura de Cali dispuso 25 stands para la realización de una muestra artesanal, la cual ha venido siendo apoyada desde el año 2014 por el Laboratorio de Diseño en la selección de productos. En 2015 hubo 58 artesanos expositores participantes a quienes se realizó apoyo y seguimiento, al igual que al equipo de APD expositor de la muestra. Se le recepcionaron las muestras y se diligenciaron los formatos requeridos para la participación



Curaduría Petronio Álvarez. Stand Petronio Álvarez y Stand APD Cali, 2015  
Foto Marlene Garzón Laboratorio Valle del Cauca

En el marco del evento “Entre paréntesis” se dictó a cargo del Enlace del Valle la conferencia "Caracterización del sector artesanal de el Valle del Cauca” en la Universidad ICESI.

Se abrió convocatoria pública para la ejecución del proyecto "Valle del Cauca en busca de su identidad artesanal, fase2", quedando como operador Funof.

Se seleccionó al artesano Don Addo Possu como representante del Valle del Cauca para Expoartesanías, con una presentación de su taller.

Para la feria Expoartesanías 2015 se realizaron visitas a distintos talleres de la ciudad por parte del equipo del Laboratorio, se convocaron artesanos para agenda de asesoría en diseño con el enlace regional, una vez se les entregaron los diseños a elaborar se les realizó seguimiento dos veces por semana para conocer el avance en la elaboración de los productos, se realizó una matriz de producción y seguimiento.

Los artesanos a los que se les realiza seguimiento son:

- ✓ Tulio Vergara Carpintería
- ✓ Cecilia Franco Cerámica
- ✓ Yamile Henao Bordados
- ✓ Jaime González Prensa y torno
- ✓ Orfa Moya Chocho – Cestería
- ✓ Alcides Negría – Cestería
- ✓ Wilfredo Méndez - Trabajo en cobre

Una vez terminada la producción se supervisaron los acabados, cantidades y tonos de colores, se les apoyó en elaborar cuentas de cobro y allegar los documentos de los artesanos para tramitar el pago con el operador.





Taller de artesanos y productos finales Expoartesañas 2015  
Fotos Marlene Garzón –

Se participó el 30 de noviembre la rendición de cuentas del sector artesanal en las instalaciones de Funof, para ello se envió también a Juan Carlos Pacheco el listado de artesanos que confirmaron asistencia el día 27 de noviembre.



Rendición de cuentas Cali. 2015 Foto Marlene Garzón – Laboratorio Valle del Cauca –

### 3.2. Proyecto Parque Artesanal Loma de la Cruz Fase 2



Mapa: Ubicación del "Parque Artesanal Loma de la Cruz "  
en La Ciudad De Santiago De Cali - 2015

La inversión total fue de \$91'705.000, aportados por Artesanías Colombia (\$47.507.255) y por la alcaldía de Cali (\$44.197.745), en convenio suscrito.

### 3.2.1. Metodología

Se realizaron diversas estrategias para motivar a los artesanos a participar: convocatoria puesto por puesto, llamado por altoparlantes del parque artesanal, invitación a través de otros artesanos interesados.

*Bases teóricas (Modelo de respaldo)*

#### Antecedentes conceptuales e históricos<sup>5</sup>

Desde la filosofía, algunos defensores de las técnicas asociativas sugieren una serie de procedimientos de tipo asociativo, a fin de poner en práctica un comportamiento creativo; esto se ha realizado desde el análisis del pensamiento, comportamiento y lo que conlleve la experiencia por Kant, Locke, Aristóteles, Hume etc.

Como fase inicial encontramos al Cooperativismo, el cual surge a mediados del siglo XIX como una herramienta ante otros sistemas excluyentes y como herramienta de transformación social. Es una opción, para organizar las fuerzas de producción, la distribución, la educación y la administración, es decir, organizar autosuficientemente para que exista unidad de interés.

El asociacionismo por su parte, es llamado cooperativas de segundo orden, ya que es la posibilidad de que las cooperativas firmen acuerdos de intercambio de servicios, materias

---

<sup>5</sup> SALINAS R, Francisco. "Capítulos: I Cooperativismo como doctrina, sistema y movimiento; & II Clases de cooperativas". En: *La Acción Social: Cuadernos de formación. Cooperativismo y acción social*. Revista Cáritas Española, Madrid, San Bernardo, 99 -7°.

\*Doctor en Ciencias Políticas y Sociología, especialidad de Sociología por la Universidad Complutense de Madrid. Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Pontificia de Salamanca.

Ha trabajado como Técnico Superior de Cáritas Española. Ha sido Director de la revista "Documentación Social" y Secretario General de LARES. Director de la revista "Sociedad y Utopía". Profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología "León XIII". Ha sido miembro de la Asociación de Estudios Cooperativos (AECOOP); del Consejo de Redacción de la Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa CIRIEC-España; y también de la Revista Iberoamericana de Autogestión y Acción Comunal.

primas y mercaderías. Mediante la gestión en el servicio asociacionista, el grupo se potencializan, fortalece estructuralmente en el mercado, mejora la eficacia productiva o distributiva además de mejorar sus lazos interpersonales o laborales. Este tipo de alianzas pueden tener comportamientos circunstanciales, circunscritas a operaciones aisladas; estables, basadas en proyectos de realización conjunta que se extiende en el tiempo con una permanencia; o definitivas, cuando la relación se une como condición de existencia de las entidades intervinientes.

En línea con el modelo económico y social de Salinas\*, el asociacionismo llevado a buen término puede cubrir espacios de asistencia técnica compartida, formación y preparación profesional, acuerdos de mercado en orden a la comercialización, producción y financiamiento; también abre la posibilidad de contratación en común de factores humanos o adquisiciones de bienes corrientes.

Para el área social se definió una metodología de trabajo participativa y democrática, con reuniones grupales y consenso para llegar a acuerdos y estimular el trabajo en equipo, la autogestión y la participación activa basados en la “Investigación Acción Participación”, creada por el sociólogo colombiano Orlando Fals Borda (1986), que como herramienta social, señala que el problema debe definirse de manera conjunta con las comunidades, para generar cambios en los que los propios actores sociales sean protagonistas mediante una reflexión profunda sobre sus experiencias, materializando el aprendizaje en la medida en que se logre elevar los niveles de conciencia acerca de su propia realidad social en beneficio común, logrando identificar posibles soluciones y planteando transformaciones parciales que contribuyen a cambios estructurales que se nutren incluso del error como parte del proceso de construcción social.

En esta labor, teniendo como punto de referencia las tesis de la IAP, se sugiere que el grupo de trabajo se oriente por una serie de actividades altamente flexibles, ya que no nos podemos convertir en depositarias y depositarios del conocimiento, ni de la conceptualización, sino que debemos estar dispuestas y dispuestos al cuestionamiento de la información y a la construcción de un nuevo conocimiento popular, alimentado por los saberes cotidianos de los mismos actores sociales, permitiendo que las comunidades hagan todos los cuestionamientos que tengan a bien, en la perspectiva de un pensamiento crítico.

Es preponderante socializar el marco constitucional y legal de los deberes y derechos colectivos, fundamentales, sociales, culturales, o que tengan propiamente como artesanas y artesanos, abordándolos desde la especificidad del entorno de cada uno de los

destinatarios, haciendo una especie de laboratorio de trabajo en medio del parque, ya que a partir de este ejercicio procuramos que las artesanas y los artesanos, asuman un rol participativo como dinamizadores populares de la problemática de ciudad e interna, que convoque a la priorización de un tejido social sólido que les permita concretar proyectos, acciones y emancipaciones de ciudadanía. Es importante además, promoverles el pensamiento crítico propositivo, para que ayudándoles a reconocer las falencias que tienen actualmente, comprendan que es vital una transformación conjunta y una estrategia de visibilización desde la identidad como pertenecientes a un bioespacio.

En esta metodología de origen colombiana, la investigación social se torna en un proceso destinado a obtener un conocimiento científico acerca de la estructura, las transformaciones y los cambios de la realidad social, siendo su punto de partida la identificación y existencia de una problemática o una situación que requiere alguna solución, conforme lo dicho por Guillermo Briones en su obra *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales* (Editorial Trillas. México. 1982).

En este orden de ideas, se trabajó con base en comités temáticos en los que cada artesano tuvo tareas específicas relacionadas con el bienestar del parque artesanal, desde las diferentes falencias identificadas por ellos.

Desde el área de diseño se estipuló trabajar el diseño y desarrollo de imagen corporativa para 10 talleres artesanales, socialización del nuevo logo del Parque Artesanal Loma de la Cruz, desarrollado en la primera fase, y la realización de capacitaciones teórico prácticas para la transferencia de conocimiento de la marca colectiva del Parque Artesanal Loma de la Cruz, justificado en que el logo utilizado correspondía a una obra del maestro Antonio Grass, publicado en el libro *“Animales Mitológicos”* del año 1979, lo cual supone una infracción a los derechos de autor, lo que sería un obstáculo para un futuro registro de marca colectiva.

La nueva propuesta consiste en la abstracción de los módulos o locales desde una vista frontal del parque, resaltando tanto el valor arquitectónico, los colores vivos del trabajo artesanal, evidenciando en el diseño la forma geográfica de la loma, y la característica e icónica cruz. El propósito fundamental de este nuevo logo es reforzar la identidad del parque para apoyar su posicionamiento como sitio de alto valor turístico tanto para locales como para turistas nacionales y extranjeros.

En el tema de producción, los talleres estarán enfocados a identificar líneas de producto, que lleven al desarrollo individual de productos que puedan exhibir tanto en la feria

artesanal como en sus locales y se conviertan en productos regulares y de rotación continua. Se planteó contextualizar la historia de los objetos, su necesidad, su funcionalidad y su evolución, con el fin de recuperar el carácter artesanal de la producción, entendiendo la diferencia entre artesanía y arte manual, identificando los productos que se encuentran actualmente en la loma de la cruz y realizando exploraciones en diseño que involucraran innovación en el trabajo artesanal.

En emprendimiento se priorizaron temáticas como la publicidad, las promociones de venta, el plan de mercadeo, estrategia de producto, identificación del cliente, mapa de actores estratégicos, análisis del mercado, estrategias de precio, la competencia, los costos, la oferta y la demanda, el perfil del cliente, tipo de producto, fuerzas del mercado, estructura de costos y gastos, punto de equilibrio, margen de contribución, concepto de comercio justo, competencia y proveedores.

Se realizaron reuniones de equipo para concertar las metodologías y horarios. Se diseñó un horario de actividades (agenda de talleres) que fue publicado en cartelera para guía de los artesanos.

### 3.2.2. Reunión de socialización:

Realizada previa convocatoria a todos los artesanos explicando la segunda fase del proyecto y presentando al equipo de trabajo. Se evidenció la desunión entre los artesanos, algunos muy interesados en recibir las capacitaciones, otros apáticos y desconfiados frente al proceso. La asistencia fue de 22 personas, número promedio en los talleres realizados, sin lograr cubrir ni el 50% de la población objetivo del proyecto.



Socialización Agosto 25 de 2015. Foto tomada por: Nini Espitia



Inscripciones Agosto 26 de 2015. Foto tomada por: Guillermo Jurado

Se adelantaron gestiones de espacios para la realización de los talleres, logrando el préstamo del salón comunal del barrio Los Libertadores, quedando establecido este como el lugar oficial para realizar las capacitaciones.



Parque Loma de la Cruz. Socialización Fotos: Andrés Pérez

### **3.2.3. Taller de capacitación en diseño e innovación de productos artesanales.**

#### **3.2.3.1. Identificación del producto artesanal y sus potenciales aplicaciones.**

Este taller se desarrolló en 4 etapas:

*Primera etapa: Ficha de identificación de los artesanos y sus productos.*

En este formato se cuestionó a los artesanos sobre los productos que elaboran actualmente y cuáles de ellos son los más demandados por los visitantes de la Loma de la Cruz; también se les preguntó sobre los oficios y técnicas que dominan, sugerencias que les han dado sus clientes y por último se les pidió que dibujaran lo que ellos consideran es, su producto estrella o producto más vendido.

Las preguntas formuladas en esta ficha de identificación tienen la intención de conocer a los artesanos, pero además, conocer lo que pide y opina el público que visita la Loma de la Cruz, con los testimonios escritos por los artesanos.



Se trabajó la metodología con la Matriz de Boston que permite identificar por grupos la clasificación de sus productos, de acuerdo a su rotación y rentabilidad. Los participantes con este ejercicio clasificaron sus productos en las siguientes categorías:

- a. Productos Estrellas: Son los productos innovadores, los que están de moda y el mercado los pide. Son productos que pueden volverse muy rentables en la medida que logren ofrecer un gran valor agregado.
- b. Productos Vaca: Son los productos que mayor rentabilidad tienen en el negocio, son los que más venden y generalmente son los productos que caracterizan y posicionan un negocio. Se debe procurar contar siempre en el inventario con ellos.
- c. Productos Incógnita: Son productos que no sabemos que tan aceptados son por los clientes. Suelen tener poca rotación, pero debemos tenerlos porque en algún momento llega el cliente para ellos. No tienen temporada definida para venderlos.
- d. Productos Perro: Estos son los mal llamados productos “cañengo” (encarte, difícil de vender), llevan mucho tiempo en el inventario, en algún momento fueron productos estrella, pero puede que hoy en el negocio estén generando pérdida.

#### *Segunda Etapa contextualización:*

Realizada por los diseñadores en temas de: “la evolución del producto artesanal en la historia”, “diferenciación entre artesanía y arte manual”, y por último se trató el tema de “los procesos de diseño”, durante toda la exposición se incentivó constantemente la participación de los artesanos. El contenido de la exposición teórica abarcó las siguientes temáticas:

- Evolución de los objetos en el tiempo.
- Cuáles son las necesidades del hombre.
- Cuál es el origen de los oficios, objetos y que representan para la humanidad.
- Reflexión acerca de la apreciación actual de las artesanías y los oficios.
- Definición de artesanía. Diferencia entre artesanía y arte manual.
- Qué es diseño. En qué consiste el proceso de diseño de un producto. (Definición del Problema, investigación, desarrollo del concepto, bocetos y prototipos).
- Ejemplos de procesos de diseño.

#### *Tercera Etapa: Ejercicio Práctico.*

Esta etapa se basó en interiorizar los conceptos de la temática “Proceso de diseño”.

La actividad consistió en realizar varias propuestas de diseño de manera grupal promoviendo la participación de todos los asistentes, siguiendo los lineamientos teóricos del proceso de diseño de un producto.

Los artesanos debían hacer una lluvia de ideas buscando referentes de la ciudad y del parque artesanal loma de la cruz, buscar conceptos de diseño, considerar qué oficios y técnicas utilizar en la producción, plantear materiales y plantear usos del color, bajo el tema de “Recordatorios del parque Loma de la Cruz”. Posteriormente con la información recolectada se hicieron propuestas de diseño viables en su ejecución. Para el desarrollo de esta actividad se utilizaron pliegos de papel bond y marcadores.

*Cuarta Etapa: Aplicaciones Artesanales.*

Para el desarrollo de esta actividad se presentaron de manera visual 12 diapositivas con varios ejemplos de artesanías innovadoras, contemporáneas y ejemplos de los oficios aplicados en otros contextos.

La razón principal de esta actividad fue abrir sus mentes y mostrarles que con los oficios que ya dominan se pueden hacer productos innovadores, así como promover la generación de ideas en el proceso de diseño de los productos artesanales, ya que los artesanos de la loma de la cruz presentan poca innovación en sus productos, y en su mayoría hacen procesos de repetición. La actividad fue exitosa porque los artesanos fueron muy receptivos, se generaron discusiones acerca de los contenidos de las imágenes, de los oficios, los materiales e inclusive se generaron ideas nuevas de productos artesanales.

**3.2.3.2. Diseño por referentes y Aplicaciones del color.**

Al comenzar el taller se retomaron los conceptos planteados en el taller anterior sobre el proceso de diseño y a partir de allí se desplegó la temática de diseño por referentes, esto con el fin de dar una secuencia lógica a la carga teórica del proyecto en lo referente a diseño. Este taller se desarrolló en 3 etapas.

*Primera etapa: Diseño por referentes.*

Luego de haber hecho la introducción al tema partiendo de lo visto en el taller anterior, se dio inicio a la temática “diseño por referentes”, donde se les explicó a los artesanos el significado de un referente y sus diferentes clases. Cada una de ellas se explicó por medio de imágenes de productos artesanales de corte moderno en su mayoría, para poder mostrar a los artesanos la aplicación de los conceptos en los objetos. Para finalizar esta primera parte teórica se concluyó que también es muy importante identificar los grupos sociales que visitan el parque, para poder realizar productos atractivos para esos diferentes públicos. Durante todo el desarrollo de esta primera etapa se contó con la

participación de los asistentes por medio de preguntas, aportes o comentarios a las imágenes expuestas.

*Segunda etapa: Procesos creativos.*

Esta temática se viene tratando desde el taller anterior en el cual se realizó un ejercicio de diseño por medio de lluvia de ideas, en esta oportunidad se desarrollaron dos métodos creativos diferentes: análisis morfológico<sup>6</sup> y método Delfos<sup>7</sup>, para ambos casos se realizaron ejercicios de diseño prácticos con la activa participación de los asistentes. El primer método se desarrolló de forma grupal con la participación verbal de los artesanos, donde se les cuestionaba y ellos daban las respuestas, al final de este ejercicio se les mostraba las diferentes conexiones de ideas que podían establecer para la creación de nuevos productos. Para el segundo método, el cual se desarrolló al final del taller, se organizó a los artesanos por grupos, inicialmente se los separó según los oficios que desempeñaban, luego se tomó un individuo de cada grupo y se conformaron nuevos grupos interdisciplinarios, donde debían desarrollar un producto y cada participante aportar algo de sus saberes en su desarrollo, cada nuevo grupo debía desarrollar un producto tomando como referente algún elemento de Cali y un espacio de aplicación particular (baño, cocina, auto, habitación infantil, oficina), la idea se plasmaba en papel y al final un representante de cada grupo salía a exponerlo.

*Tercera etapa: Aplicaciones del color*

Este tema se desarrolló por medio de una presentación digital en donde se expuso a los artesanos los conceptos básicos del círculo cromático y la aplicación de los diferentes esquemas de color, cada uno de ellos se explicó con imágenes, desde su origen en el círculo cromático y la aplicación sobre objetos, en su mayoría de corte artesanal. Con esto, se les muestra a los artesanos cómo la teoría se aplica en la realidad a objetos cotidianos y de su propio entorno, con el fin de que apropien el conocimiento y lo puedan aplicar en el desarrollo de sus labores artesanales.

### **3.2.4. Talleres en diseño de empaque de productos artesanales.**

#### **3.2.4.1. El empaque y aplicaciones gráficas de la marca.**

---

<sup>6</sup><http://alejandralmiron.fullblog.com.ar/tecnicas-desarrollo-de-la-creatividad.html>

<sup>7</sup><http://alejandralmiron.fullblog.com.ar/tecnicas-desarrollo-de-la-creatividad.html>

Este taller se desarrolló por medio de una exposición teórica apoyada en material gráfico donde se explicaron las funciones, características y clases de empaque, abordando temas de aplicación gráfica, embalaje y transporte, se permitió la amplia participación de los asistentes durante toda la exposición. El contenido incluía dos ejercicios prácticos que no se pudieron llevar a cabo, dada la impuntualidad de los asistentes. Sin embargo, como esta temática está dividida en dos talleres, se realizaron los ejercicios prácticos en el siguiente taller.

*Primera etapa: Conceptos de empaque.*

Se dio la definición de empaque, se explicó sus objetivos, funciones y clases, luego por medio de imágenes se mostraron diferentes opciones de empaque dentro del contexto artesanal, haciendo énfasis en que el empaque no solo debe proteger si no también comunicar identidad artesanal. Varios de los artesanos participaron contando cual es el empaque que están usando actualmente, mientras otros se inspiraron en las imágenes y manifestaron las variaciones que piensan hacer en sus empaques. Como conclusión de esta parte de la exposición, varios de los artesanos entendieron que el empaque es parte del producto y un elemento fundamental en el momento de la venta, se les explicó que no pueden verlo como un gasto adicional, si no como un valor agregado del producto.

*Segunda etapa: Aplicaciones gráficas de la imagen corporativa.*

Se mostró cómo la mayoría de empaques incluyen aplicaciones gráficas de la marca, explicando que el empaque debe contener la información más relevante, como por ejemplo: nombre comercial, dirección, teléfono, información restrictiva del producto (solo cuando sea necesario), la leyenda “hecho a mano”, entre otros. Se les dieron ideas de cómo pueden hacer aplicaciones gráficas de la marca que están desarrollando con Carolina Yara la diseñadora gráfica del proyecto, en las diferentes imágenes se les mostró etiquetas, sellos, adhesivos, impresiones sobre papel o tela, pirograbados, etc. Los artesanos entendieron que informar al cliente por medio del empaque, puede representar recompra, identidad y mayor formalidad en sus negocios.

*Tercera etapa: Embalaje y transporte*

En este último tema se explicó la diferencia entre empaque y embalaje, se habló de la realidad del sistema de encomiendas, en que un aviso de “Delicado o Frágil” no es suficiente para proteger un producto, se les explicó la necesidad de aislar, inmovilizar y amortiguar los productos, se les mostró fotografías de embalajes colapsados donde se podía apreciar que a pesar de haber sido empacados, falló el sistema de embalaje, dejando vulnerables partes del producto.

Por último se citaron varias empresas reconocidas de encomiendas y se explicaron algunas de sus fortalezas frente a diferentes aspectos como tiempo, precio y cobertura. Los artesanos recibieron con agrado esta información pues ignoraban que aunque todas las empresas ofrecen buenos servicios, algunas empresas resultan más convenientes en ocasiones según el lugar de destino, el tamaño del paquete o el tiempo de entrega.

### **3.2.5. Talleres sobre exhibición de productos.**

#### **3.2.5.1. El empaque y definición del sistema de presentación comercial.**

En este taller se ampliaron conceptos en lo referente a sistemas de empaque, se explicó en detalle cómo construir empaques por desarrollos, se mostraron varios ejemplos y se desarrollaron ejercicios prácticos en torno a este tema. Adicionalmente se inició una introducción al sistema de presentación comercial donde se les explicó a los artesanos la importancia de exponer de forma adecuada y coherente sus productos, para fortalecer el proceso de venta y consolidar la identidad artesanal.

##### *Primera etapa: Proceso de diseño del empaque. (Desarrollos)*

El taller inició con un breve resumen de los conceptos estudiados en el taller anterior, luego, se explicó la definición de empaque por desarrollo, se les enseñó que a partir de figuras geométricas básicas y complejas podemos crear volúmenes de múltiples formas, que mediante una intervención gráfica y algunos ajustes de forma, podemos convertir dichas figuras en empaques para productos; también se mostró como el origami puede ser otra herramienta para construir volúmenes definidos que podemos intervenir y usarlos como empaques contenedores.

Al finalizar el taller se desarrolló una actividad donde los artesanos debían armar por grupos un volumen a partir de un desarrollo entregado en papel, además, se dejó como tarea a cada uno armar otro volumen por desarrollo, pero esta vez debían intervenirlo con color, marca y alguna variación adicional. El resultado de esta actividad se compartirá en el siguiente taller para que los artesanos puedan ver más de 20 opciones de empaques por desarrollo. El objetivo de estas actividades es dar herramientas al alcance de los artesanos para despertar la creatividad y guiarles en el proceso de concepción de sus propios empaques.

##### *Segunda etapa: El empaque como sistema de exhibición.*

En esta sección se reiteró cómo el empaque además de proteger, contener y anunciar el producto, también puede ser parte del sistema de exhibición comercial, se explicó cómo

por medio del empaque podemos crear diseños auto-portantes, colgantes, apilables, que permitan la exhibición del producto en el punto de venta, para así facilitar la adecuación del local comercial y contribuir a la construcción de identidad como unidades artesanales.

Con lo anterior se pretende que los artesanos vean las ventajas de desarrollar sus propios empaques, ajustados a las necesidades físicas del producto y a las necesidades comerciales del punto de venta.

*Tercera etapa: Exhibidores y contenedores de producto*

Para continuar con el tema de exhibición, se inició la introducción a la temática de Presentación comercial, en este punto se habló de la importancia de presentar los productos de forma organizada, de tal manera que ayude al cliente a localizar los diferentes tipos de productos, también se hizo énfasis en que el producto debe ser el protagonista, por tanto no debe competir en color o forma con el mobiliario del local, se explicó que este debe ser de colores neutros para facilitar la exhibición, se mostraron varios ejemplos donde a pesar de la cantidad de productos, estos podían apreciarse y diferenciarse con facilidad. Por último se mostraron varias opciones de exhibidores y contenedores de producto dentro del contexto artesanal.

*Cuarta etapa: El prototipado como herramienta de evaluación*

En esta última parte del taller se organizó a los artesanos en 4 grupos y se les entregó tijeras, regla, cartón, cartulina y un objeto artesanal, al cual debían diseñarle un empaque teniendo en cuenta todos los conceptos estudiados hasta el momento. Esta actividad se desarrolló en clase y al finalizar cada grupo expuso el resultado construido. Con esto se afianza el conocimiento impartido y se les motiva de forma lúdica a poner en práctica los conceptos dados.



*Taller de Diseño, Foto Guillermo Jurado, Artesanías De Colombia 2015*

### 3.2.5.2. Presentación Comercial de un producto.

Se explicaron aspectos importantes para la presentación comercial de un producto, como etapa final de todo el proceso de diseño conceptual de unidades artesanales productivas, luego de haber hecho un recorrido completo desde la concepción y diseño de un producto, pasar por aplicación de imagen corporativa, por diseño de empaque y embalaje, finalmente se estudió el tema de presentación comercial como herramienta de venta, para fortalecer integralmente a los artesanos.

#### *Primera etapa: Conceptos básicos de Presentación comercial*

Se dio inicio al taller recapitulando todos los temas tratados anteriormente, recordando los puntos focales de cada taller, esto con el objetivo de mostrar la relación y cooperación entre los temas estudiados, para finalmente hablar del tema de exhibición y conceptos de merchandising donde se vincula producto, imagen corporativa, empaque y exhibición. Se mostró la importancia de aplicar conceptos de merchandising teniendo en cuenta la naturaleza de los productos ofrecidos, esto para transmitir un mensaje ordenado y coherente a los visitantes. Se explicó ampliamente cuales deben ser los objetivos y requisitos para un exhibición asertiva. Se discutieron varios casos del parque de la Loma de la Cruz y se aportaron ideas y soluciones para mejorar las exhibiciones.

#### *Segunda etapa: Estrategias de Merchandising.*

En esta sección se explicaron 3 estrategias básicas sobre exhibición: la primera la ubicación de los objetos con referencia al cuerpo humano, se explicó que el espacio de mayor alcance para el cuerpo humano es la altura de las manos por lo que se sugirió ubicar allí los productos estrella que les aportan una buena rentabilidad y dejar en otras alturas productos vaca. Como segunda estrategia se explicó la organización de la exhibición según el recorrido visual, se explicó que esta es una forma natural de ver para los seres humanos y cómo podemos aprovechar esos puntos focales para atraer la atención de los visitantes. Por último se explicó que las exhibiciones no deben ser permanentes sino rotativas, con intervalos de 15 a 20 días, para ofrecer un aspecto renovado a los visitantes de la loma de la cruz.

#### *Tercera etapa: Exhibidores y contenedores de producto*

En esta parte se mostró con imágenes varias exhibiciones de productos artesanales, en cada uno de los ejemplos se explicó cómo se habían aplicado los conceptos estudiados anteriormente, para así fortalecer el proceso de apropiación del conocimiento por parte de los artesanos, además se hizo énfasis en cómo la exhibición debe comunicar el concepto de diseño de imagen corporativa por medio de colores y formas.

*Cuarta etapa: Evaluación de la actividad práctica del taller 4.*

En el taller anterior se dejó una actividad para realizar en casa, cuyo resultado debía ser compartido con todos los asistentes al taller 5, la actividad consistía en traer armado un empaque elaborado a partir de un desarrollo e intervenir dicho empaque con nombre, logo y especificaciones; solo 8 artesanos trajeron el empaque armado, con estos ejemplos se realizó una exposición donde se explicaron las características del mismo, los diseñadores realizaron aportes a cada uno de los ejemplos.

### **3.2.6. Posicionamiento de productos artesanales.**

#### **3.2.6.1. Suvenires**

Se explicaron conceptos claves alrededor de los procesos creativos de un suvenir, el taller se desarrolló en dos etapas: la primera como clase magistral donde se explicaron los conceptos básicos de suvenir y la segunda a manera de foro participativo y se realizó una actividad donde los artesanos pudieron aplicar el conocimiento adquirido, mientras realizaban propuestas viables para la producción.

*Conceptos básicos y definición de suvenires.*

Por medio de una presentación digital se les explicó a los artesanos qué es un suvenir y cuáles deben ser sus requerimientos y limitantes básicos. Se les explicó cuáles son los tipos de compradores de suvenires, y como deben de encaminar sus productos hacia estos, el primero es el que relaciona el suvenir con la experiencia vivida, y el segundo, es aquel que lo ve como un recordatorio que representa un lugar geográfico, dentro de este tipo de comprador esta la persona que compra suvenires pequeños para regalar.

Se enfatizó que deben ser de elaboración manual, que deben costearse de manera efectiva para que sean viables en producción y rentabilidad, también que sus diseños deben comunicar identidad cultural, regionalismo, transmitir una idea o historia a través de este. En la presentación digital se les mostró ejemplos de suvenires de diferentes regiones del mundo, explicando y entrando en detalle en cada uno de ellos, identificando cada uno de sus componentes.

*Percepciones y más conceptos básicos sobre suvenires.*

El desarrollo de este punto se manejó cuestionando a los artesanos acerca del conocimiento que tienen sobre el tema de suvenires, para qué sirven, cómo los ven, qué es importante tener en cuenta, cuál es su psicología, qué tipo de cliente lo compra, etc.



Todas estas preguntas con el objetivo de que ellos estén en la capacidad de identificar las variables que se necesitan para el desarrollo creativo de un souvenir.

#### *Identificación de posibles objetos a desarrollar.*

De manera participativa se generó una lista con la mayor cantidad de objetos que se pueden realizar como souvenirs, mediante la participación de todos los artesanos y los diseñadores a cargo, esto con el objetivo de identificar posibilidades de creación de souvenirs. Posteriormente se realizó un filtro donde se seleccionaron los objetos más viables a desarrollar como souvenirs en la loma de la cruz, y a continuación se les planteó a los artesanos que fueran desarrollando ideas de souvenir.

#### *Estrategias en el proceso creativo de souvenirs.*

Se enseñaron estrategias del proceso creativo de los souvenirs, cómo lograr identificar y evaluar variables como: función, formas, materiales, limitantes, tamaño, requerimientos, costos, entre otros y cómo se relacionan entre sí a la hora de llevar a cabo el diseño generado, para así proporcionar la mayor cantidad de posibilidades dentro del proceso de diseño de un producto y evaluar las variables encontradas.

#### *Desarrollo de matriz de evaluación de componentes*

De forma individual cada artesano desarrolló una matriz de evaluación ante unas determinantes establecidas en el proceso creativo, se les enseñó a separar los componentes de diseño y a evaluarlos independientemente, esto con el objetivo de estudiar diferentes soluciones ante problemáticas puntuales del diseño, por ejemplo estudiar todas las posibilidades de agarradera, o de herrajes, o materiales, para luego definir cuál es la mejor opción según los requerimientos del producto.

#### *Proceso creativo de souvenirs por GRUPOS.*

Se realizó un proceso creativo de souvenirs por grupos, los artesanos desarrollaron planteamientos completos de ideas viables para la producción, integrando los conocimientos y estrategias adquiridos en el taller. La actividad se desarrolló en grupos con el objetivo de generar ideas viables que puedan ser producidas mediante alianzas.



Proceso de Diseño. Cali - 2015. Fotos Nini Espitia y Guillermo Jurado.



Diseño por referentes. Ejercicio de procesos creativos. . Cali - 2015.  
Fotos Nini Espitia y Guillermo Jurado.



El empaque y aplicaciones gráficas de la marca. . Cali - 2015.  
Fotos Nini Espitia y Guillermo Jurado.



El empaque y definición del sistema de presentación comercial. . Cali - 2015.  
Fotos Nini Espitia y Guillermo Jurado.



Ejercicio práctico de desarrollo de empaques. . Cali - 2015.  
Fotos Nini Espitia y Guillermo Jurado.



Presentación comercial de un producto. Taller sobre el souvenir. . Cali - 2015.  
Fotos Nini Espitia y Guillermo Jurado.

El resultado del ejercicio fue bueno porque los artesanos aplicaron de manera óptima los conceptos explicados en el taller, lograron identificar los componentes necesarios para el proceso creativo: referentes, inspiración, estudio de materiales, planteamientos formales diferentes, función, entre otros. Se evidencia el esfuerzo por introducir aspectos innovadores dentro de sus diseños pero están muy aferrados al comportamiento de buscar objetos existentes y reproducir, esto se ve refleja en algunos de los bocetos.

Se retomaron las postales que se iniciaron con 2 de los artesanos que asistieron a los talleres del año pasado y asisten a los de este año: Enrique Varela y Deybi Acosta, quienes además de ser artesanos tienen habilidades con el dibujo y la pintura. El tema para esta fase son postales alusivas al Parque Artesanal, que ayuden a posicionar y muestren la buena cara del Parque y sus artesanos.

Enrique Varela terminó el primer boceto para su propuesta, consistente en la interpretación que hace del Parque incluyendo elementos representativos como la cruz, el samán, la plazoleta, los módulos, las cascadas, incluyendo otros elementos como

personajes picarescos característicos del estilo del artesano. Este primer boceto tuvo algunas correcciones cambiar algunos elementos que daban mensajes negativos como el niño con la máscara de diablo ya que la idea con estas postales es mostrar la cara más positiva del Parque también se aconsejó resaltar otros elementos y definir más las líneas de dibujo. En el segundo boceto se realizaron varias de las recomendaciones, la propuesta final consiste en digitalizar el dibujo para darle color desde un programa de diseño



Deiby Acosta entregó su primer boceto a lápiz, el cual es la imagen de la loma de la Cruz vista desde su local, incluyendo elementos como la bandera de Colombia, una heliconia, flores que antes se podían encontrar en el Parque y en el horizonte las Tres Cruces, reforzando de esta forma la identidad del Parque Artesanal y de la ciudad, al incluir este monumento tan representativo de Cali. Piensa implementar este diseño a otras piezas, como cajas de fósforos, cofres, llaveros entre otros, se acordó una siguiente cita donde piensa mostrar más avances además de otras propuestas.



### 3.2.7. Propuestas formales de diseño.

Se presentaron diversas propuestas de diseño para el desarrollo de las 8 líneas de producto, para las cuales se tomaron como punto de partida las asesorías puntuales de septiembre, donde los artesanos expresaron sus expectativas sobre el proyecto de diseño. Algunas propuestas tuvieron correcciones del proceso de diseño.



Artesano: Hernory Torres  
Oficio: Trabajo en cuero y macramé  
Contenido: colección de recipientes o canastos

Observaciones:

- 1.) Se propone el desarrollo de una línea hogar, como otra alternativa diferente a la línea que ya maneja la artesana que es el calzado, pero con los mismo materiales que utiliza en la actualidad.
- 2.) Se toma la forma tradicional de los canastos cuadrados, pero se propone la realización de estos en cuero combinado con macramé para darle un tono mas hogareño

Referente:



Trabajos de la Artesana

Paleta de color:





Artesano: Hernory Torres  
Oficio: Trabajo en cuero  
Contenido: Bolso tipo sobre, tarjetero y monedero

Observaciones:

- 1.) Los materiales de la propuesta son cuero pintado.
- 2.) La artesana realiza calzado al igual que muchos otros artesanos de este nivel, así que se optó por diseñar una línea diferente.

Referente:



Paisaje océano pacífico



Trabajos de la artesana

Paleta de color:





Artesano: Aura Luz Romero  
Oficio: Tejeduría - Macramé  
Contenido: Pulsera, Prendedor y Aretes

Observaciones:

- 1.) Se cambió el broche de la pulsera, por herraje, el cual queda invisible al ser abrochado, ya que otras opciones tipo botón se ven como piezas diferentes al diseño, y en caso de ser acordes al diseño, esta manufactura no la podría realizar la artesana. Otra opción posible es dejar las tiras para amarrar o con nudo de ajuste (No considero apropiado dejar las tiras sueltas)
- 2.) Los aretes también se cambiaron, equilibrando la forma y los colores.
- 3.) En el prendedor se cambió el detalle en plata, por amarre en las mismas fibras del producto, por efectos de manufactura de la artesana.

Referente:



Obra artesana



Hojas Secas

Paleta de color:





Artisano: Rocio Sánchez

Oficio: Trabajo en chaquirá

Contenido: Collar, Aretes y Anillo

Observaciones:

- 1.) Se realizó el cambio del anillo, con el mismo estilo de los aretes.
- 2.) La propuesta lleva detalles en plata, para hacerla más acorde a los requerimientos del cliente urbano, sin embargo estos detalles pueden ser sustituidos por tejido en mostacilla.
- 3.) La paleta de color surge de las tendencias de color Coral y Menta

Referente:



Collares Artesana



Collares Embera

Paleta de color:







Artesano: Verónica Díaz  
Oficio: Macramé  
Contenido: Juego de cojines

Observaciones:

1.) Por ser el macramé una de las destrezas de la artesana, pensé en aplicar esta técnica al desarrollo de producto, la propuesta de cojines es que el macramé vaya encima del cojín como un forro, la idea es desarrollar cojines de diferentes tamaños y colores y también una opción de cojín cilíndrico, solo que no alcance a modelarlo, pero el principio es igual.

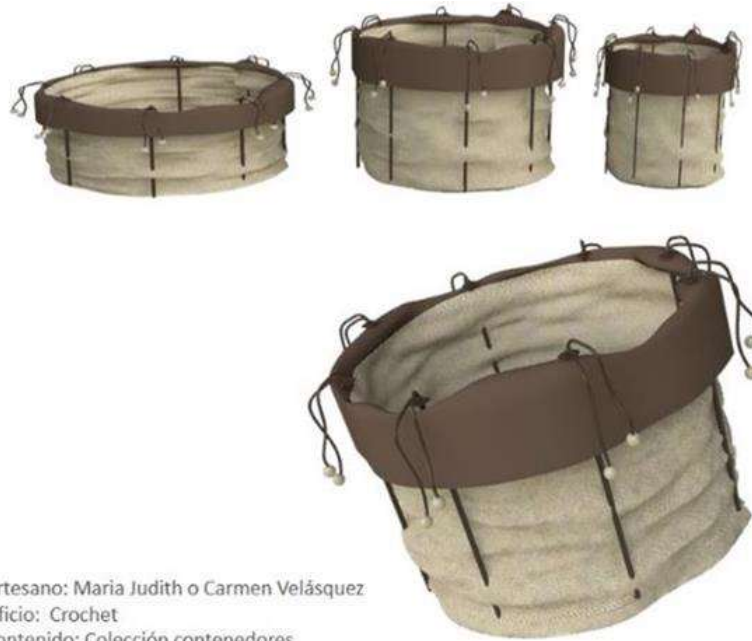
Referente:



Macramé de la artesana

Paleta de color:





Artesano: Maria Judith o Carmen Velásquez

Oficio: Crochet

Contenido: Colección contenedores

Observaciones:

- 1.) Los materiales de la propuesta son: hilo guajiro, tiras en cuero y semillas.
- 2.) El diseño de la propuesta son contenedores retráctiles ( No automático), la altura se determina con la extensión del cuero en tiras.

Referente:

Paleta de color:



Uso costales típicos





Artesano: Nestor Lemon

Oficio: Joyería

Contenido: Collar, Aretes y Pulsera

Observaciones:

- 1.) Los materiales de la propuesta son cuero y plata, las tiras de cuero pasan por el círculo grande, aplicar este mismo principio a los aretes no sería prudente, pues las tiras son muy cortas en este caso y se pararían solas, es decir se irían en direcciones diferentes, en el collar se puede por que es grande.
- 2.) En la pulsera , los círculos de cuero, tienen movimiento, están contenidos dentro de la estructura de la pulsera.

Referente:



Orfebrería Yotoco



Paleta de color:



Principio mecánico del collar





Artesano: Camen Velásquez  
Oficio: Tejeduría  
Contenido: Colección de cuencos

Observaciones:

- 1.) Son cuencos o bateas tejidas en la técnica de tejido wayuu.
- 2.) La propuesta lleva una base en madera, para darle un apoyo firme a los objetos.

Referente:



Paleta de color:



Cuencos de la cerámica Calima



Artesano: Maria Judit Rosero  
Oficio: Tejeduría  
Contenido: Colección de bolsos

Observaciones:

- 1.) La propuesta consiste en una colección de bolsos tejidos en la técnica de las mochilas de Silvia Cauca.
- 2.) Se proponen detalles en cuero para la agarraderas para hacer el producto mas resistente al uso diario

Referente:



Mochilas de Silvia Cauca

Paleta de color:



Artesano: Mauricio Arenas  
Oficio: Tejeduría Macramé  
Contenido: Collar, aretes y pulsera

Observaciones:

- 1.) Los materiales de la propuesta son hilo enserado.
- 2.) Dadas la habilidades del artesanos en la realización de los mándalas, se propone otra opción de accesorios con mándalas pero de estilo diferente al que el artesano realiza.

Referente



Flores Margaritas

Paleta de color:





Artesano: Mauricio Arenas  
Oficio: Tejeduría - Macramé  
Contenido: Cobertor, Tapete y Cojín

Observaciones:

- 1.) Se propone el desarrollo de una línea hogar, con mándalas en gran formato.
- 2.) El artesano posee una gran destreza y pulcritud en el desarrollo de estas piezas en macramé. Pero hasta el momento solo realiza productos de bisutería.

Referente:



Productos del Artesano

Paleta de color:





Artesano: Mauricio Arenas o Nestor Lemon

Oficio: Joyería y tejeduría

Contenido: Collar, aretes y anillo

Observaciones:

- 1.) La propuesta consiste en realizar tramos cortos en telar egipcio para ser colocados dentro de piezas de plata.
- 2.) La paleta de color esta aun sin definir, pues la imagen solo es representativa de los lugares donde iria el tejido.

Referente

Paleta de color:



Ruanas de lana virgen



Artesano: Melida Gómez  
Oficio: Trabajo en Totumo  
Contenido: Espejo, Porta-retratos y Colección de cuencos

Observaciones:

- 1.) Se propone el desarrollo de una línea hogar en decoración, ya que la artesana hasta ahora solo desarrolla bisutería.
- 2.) Los productos son en totumo, con aplicación de tintillas y un acabado mate ligeramente brillante.

Referente:

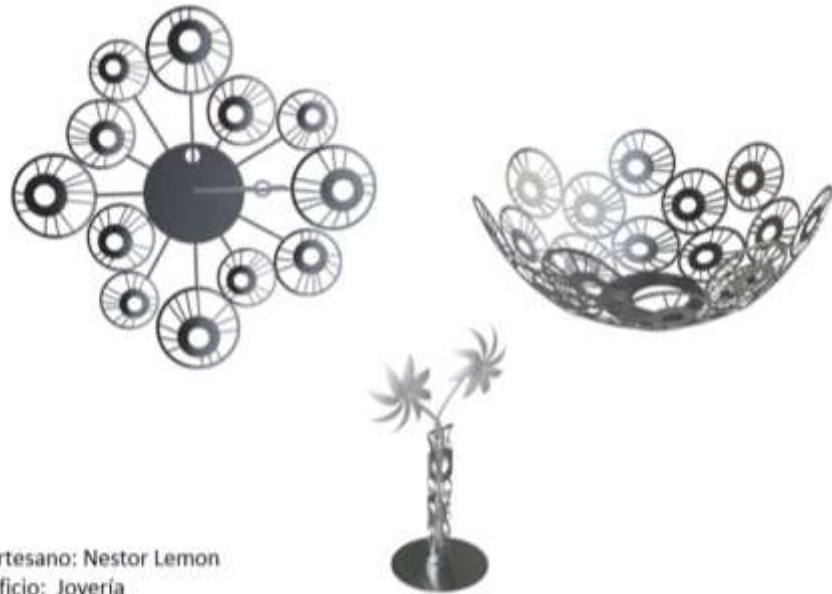


Manjar blanco en mate

Paleta de color:







Artesano: Nestor Lemon

Oficio: Joyería

Contenido: Reloj de pared – Frutero – Florero

Observaciones:

- 1.) La propuesta consiste en accesorios de decoración.
- 2.) El material podría ser bronce o alpaca. La técnica empleada es martillado, calado y soldadura

Referente:



Formas de cerámicas calima ( llama )



Paleta de color:





Artesano: Hernory Torres

Oficio: Trabajo en cuero

Contenido: Individual, Portavasos y Servilletero

Observaciones:

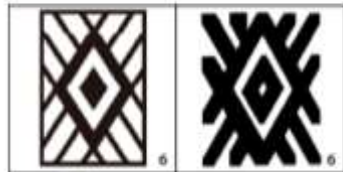
1.) Se amplió el espacio entre el centro de las XXX, para evitar quiebres del material, paso de 4mm a 8mm.

2.) Se rediseño el servilletero, de forma mas acorde a la geometría del diseño, el sistema de cierre del servilletero se muestra en la imagen 2.

3.) En lo referente a las puntas del portavasos, estas deben ir lijadas, mas no considero apropiado redondearlas por completo, pues la geometría del diseño es de cortes rectos.

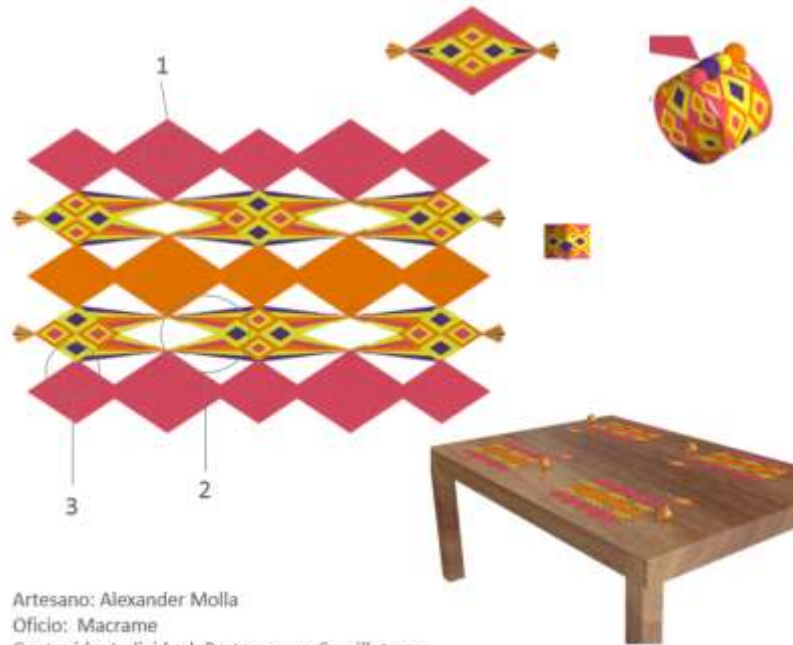
Referente:

Paleta de color:



Sol Nasa





Artesano: Alexander Molla  
Oficio: Macrame  
Contenido: Individual, Portavasos y Servilletero

Observaciones:

- 1.) Se busca mezclar el tejido en macramé con fieltro, para poder darle mayor tamaño al producto, sin encarecer el mismo
- 2.) Las tiras resultantes del tejido hacen parte del diseño.
- 3.) Los puntos de unión entre las piezas son por medio de costura

Referente:



Salpicon de frutas

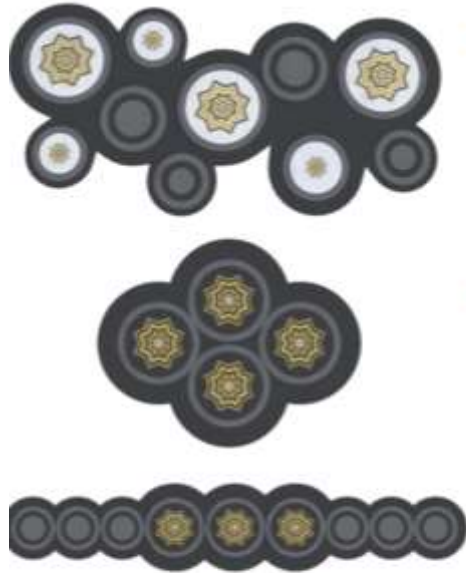


Abstracción

Paleta de color:



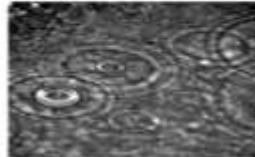
Manillas de los artesanos



Artesano: Mauricio Arenas  
Oficio: Macrame  
Contenido: Colección de caminos de mesa  
Observaciones:

- 1.) Se busca mezclar el tejido en macramé con fieltro, para poder darle mayor tamaño al producto, sin encarecer el mismo
- 2.) Se podría sacar una colección con colores navideños
- 3.) No seguir con la colección de cama por que las piezas requieren un mayor tamaño y además se requiere de costura a maquina como proceso adicional, el cual no es del dominio del artesano.

Referente:



Gotas de lluvia

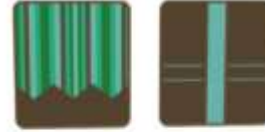
Paleta de color:



Otras opciones:



Artesano: Melida Gómez  
Oficio: Tejeduría en Telar con cuero  
Contenido: Bolso Día, Bolso sobre, Billetera  
Observaciones:



- 1.) Se busca mezclar el tejido en telar con cuero para darle un mejor posicionamiento a los productos.
- 2.) El tejido en telar es solo en líneas verticales, pues las artesana no tiene el conocimiento para hacer figuras en el telar que ella domina.
- 2.) Para la elaboración de los productos se requiere el proceso de costura, el cual si es del dominio de la artesana.

Referente:



Farallones de Cali

Paleta de color:



Abstracción



Referente: Tejidos de las mujeres indígenas Mala Wala, de la comunidad Páez,

Artesano: Melida Gómez

Oficio: Trabajo en telar

Contenido: Colección de cojines y cobertores

Observaciones:

La técnica trabajada es el tejido en telar. La artesana tiene telar para tiras de 10 cm de ancho máximo, y no tiene el conocimiento para hacer figuras en el telar, sólo líneas verticales y algunos puntos, dichas tiras actualmente solo se utilizan en la ciudad, como correas o tiras para bolsos, esta propuesta pretende aplicarlos en un escenario distinto y para eso se hace necesario incluir un material adicional como algún tipo de tela, pues realizar los cobertores únicamente en este tipo de telar sería demasiado costoso. Del referente se toman los colores y tejidos lineales de las mujeres indígenas Mala Wala, de la comunidad Páez.



Artesano: Melida Gómez

Oficio: Trabajo en totumo

Contenido: Colección recipientes

Observaciones:

Se propone línea hogar, son 3 vasijas construidas con piezas de totumo pintadas y amarradas entre sí con fibras de fique; en la base y en el borde se realiza un tejido en macramé con las mismas fibras. Los colores se toman de los 4 elementos de la tierra: Fuego, tierra, agua y el aire está presente en cada una de las piezas. El referente de diseño se toma de la construcción de nidos de los pájaros.



Observaciones:

Se propone línea hogar, lámparas de techo a partir del mate de totumo, el cual se pinta internamente con un color fuerte; en su exterior lleva perforaciones y además un pirograbado con estilo étnico como borde de la lámpara junto a las perforaciones. Todos los totumos cuelgan de una base de madera, preferiblemente pino, y se sostienen por medio de un tubo de aluminio por donde se conduce el cable.

Artesano: Verónica Díaz

Oficio: Macramé y Calado en metal.

Contenido: Collar, aretes y pulsera.

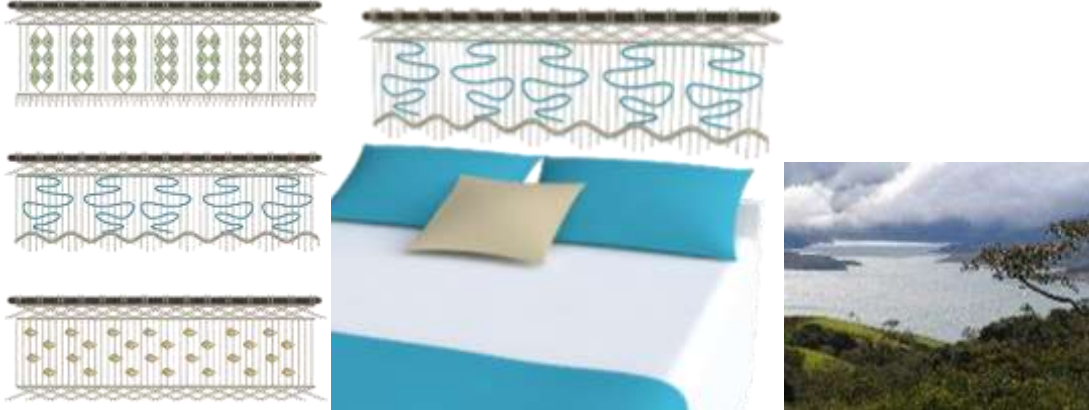


Observaciones:

La propuesta consiste en accesorios femeninos, realizados a partir de las técnicas de calado sobre plata para las figuras metálicas y macramé para las tiras de colores.

La trama propuesta para el calado proviene de las tramas realizadas por la era sonso de la cultura calima, quienes tenían un diseño bastante simple y geométrico, reflejado en la propuesta. Como ya se ha mencionado, la artesana Verónica Díaz maneja con destreza la técnica de macramé y también realiza trabajos sobre metal; ella actualmente realiza bisutería pues es lo que demanda su público, es por esto que se proponen líneas de accesorios.





**Observaciones:**

Es una colección de accesorios para cama, son 3 modelos distintos inspirados en elementos de la naturaleza del paisaje del Lago Calima: Flora, Agua y Viento. Se eligió trabajar con macramé ya que es una de las fortalezas de la artesana e incursionar en línea hogar puede ser una oportunidad de magnificar sus saberes en esta técnica.

Se toma como referente los elementos característicos de este paisaje, que son el viento, el agua y la variada vegetación.



Se propone una colección de separadores de espacios en macramé que pueden usarse juntos o por separado. La artesana maneja bien la técnica pero solo realiza bisutería; el

búho tejido es de gran formato y fue realizado por ella, de allí surge la posibilidad de manejar macramé en gran escala, pues esta clase de productos son escasos en la Loma de la Cruz. La geometría aplicada corresponde a las tramas de la cultura Calima.



Artesano: Verónica Díaz

Oficio: Macramé

Contenido: Espejo, bandeja y porta-velas

Observaciones:

Se proponen accesorios de decoración, elaborados con piezas triangulares en macramé, aros metálicos forrados en macramé y base de madera, preferiblemente pino. El referente de diseño se toma de la geometría de la cultura calima, triángulos concéntricos y opuestos.

La artesana ha demostrado gran interés en el desarrollo de producto, por este motivo se desarrollaron varias propuestas en diferentes líneas pero no se ha logrado aún la aprobación de algún diseño.

Artesano: Verónica Díaz

Oficio: Macramé

Contenido: Collar, Aretes y Pulsera

Observaciones:

1.) La artesana elabora diversas técnicas: Alambriismo, Joyería básica, Macramé, crochet. El macramé es en la que demuestra mayor destreza, por tanto de optó por desarrollar producto con esta técnica.

2.) La artesana elabora bisutería en micro-macramé con hilo encerado, la propuesta es desarrollar el diseño con cordón seda u otro cordón de mayor diámetro que el cordón encerado, para realizar producto de mayor tamaño en tiempos mas cortos

Referente:

Paleta de color:



Flor Orquídea



Abstracción



Artesano: Miguel Ángel Díaz

Oficio: Trabajo en madera

Contenido: Perchero, revistero y cofres

Observaciones:

El artesano trabaja el calado en madera de forma hábil, por lo que se propone hacer caldo de las formas precolombinas. Hasta el momento el artesano no elabora objetos utilitarios, si no únicamente decorativos como cuadros, por lo que se propone hacer esta aplicación sobre objetos para al hogar con funciones específicas.

El artesano no domina otras técnicas en madera, por lo cual la propuesta es de formas sencillas en láminas de maderas procesadas como el triplex o MDF.

Propuestas de diseño planteadas

No.	Artesano	Oficio / Técnica	Cant.	Propuesta
1	Eddy Flores	Madera	1	Instrumentos musicales
2	William Vesga	Tejeduría	3	Columpio / Cojines / Tapete
3	Wilfredo Méndez	Joyería	2	Accesorios Femeninos
4	Luz Marina Ortiz	Trab. En cuero	1	Obejtos para oficina
5	Jonathan Zuleta	Joyería	2	Accesorios Femeninos
6	José Flamedes	Tejido en chaquira	1	Accesorios Femeninos
7	José Holmes Mafla	Trab. En cuero	1	Kit de bolsos
8	Cristian Gonzales	Reciclaje	5	Línea hogar
9	Luz Edith Mesa	Coco	4	Línea hogar
10	Carmen Alicia Vidal	Tejido en chaquira	1	Accesorios Femeninos
11	Enrique Varela	Papel Mache	1	Línea hogar
<b>TOTAL</b>			<b>22</b>	<b>PROPUESTAS</b>

No.	Artesano	Oficio / Técnica	Cant.	Propuesta
1	María Elsy Ocampo	Costura	1	Acc. para mesa
2	Carmen Velásquez	Tejeduría	3	Contenedores / Cojines
3	Luis Fernando Vidal	Joyería	1	Acc. Femeninos
4	Hernory Torres	Trab. en cuero	1	Acc. para bolso
5	Mauricio Arenas	Macramé	2	Acc. Femeninos / Masculinos
6	Néstor Lemos	Joyería	1	Acc. Femeninos
7	Rocio Sánchez	Chaquira	1	Acc. Femeninos
8	Verónica Díaz	Macramé	5	Acc. Femeninos / Línea hogar
9	Miguel Ángel Díaz	Madera	1	Línea hogar
10	Melida Gómez	Telar, costura	3	Línea hogar / Iluminación
11	María Judith Rosero	Tejeduría	1	Línea hogar
<b>TOTAL</b>			<b>20</b>	<b>PROPUESTAS</b>

Propuestas de diseño aprobadas por Comité

No.	Artesano	Oficio / Técnica	Cant.	Propuesta
-----	----------	------------------	-------	-----------

1	Eddy flores	Madera	1	Instrumentos musicales
2	Wilfredo Méndez	Joyería	1	Accesorios Femeninos
3	Jonathan Zuleta	Joyería	2	Accesorios Femeninos
4	Luz Marina Ortiz	Trabajo en cuero	1	Artículos de oficina
5	Enrique Varela	Papel mache	1	Centros de mesa
6	William Vesga	Tejeduría	1	Columpio, cojín, tapete
7	José Flamedes	Tejido en chaquira	1	Accesorios Femeninos
8	José Holmes Mafla	Trabajo en cuero	1	Juego de maletas
9	Carmen Alicia Vidal	Tejido en chaquira	1	Bolsos para mujer
10	Luz Edith Mesa	Coco	2	Centros de mesa / Candelabros
<b>TOTAL</b>			<b>12</b>	<b>PROPUESTAS</b>

No.	Artesano	Oficio / Técnica	Cant.	Propuesta
1	Luis Fernando Vidal	Joyería	1	Acc. Femeninos
2	María Judith Rosero	Tejeduría	1	Cojines
3	Rocío Sánchez	Chaquira	2	Acc. Femeninos
4	María Elsy Ocampo	Costura	1	Acc. para mesa
5	Carmen Velásquez	Tejeduría	1	Cojines
6	Hernory Torres	Trab. en cuero	1	Individuales y acc. para mesa
7	Néstor Lemos	Joyería	1	Fruteros
8	Verónica Díaz	Macramé	1	Acc. Femeninos / Línea hogar
9	Melida Gómez	Trab. en Totumo	1	Cuencos en Totumo
<b>TOTAL</b>			<b>10</b>	<b>PROPUESTAS</b>

### Enrique Varela:



Producto Actual



Desarrollo

Oficio: Madera y papel mache

Contenido: Centros de mesa.

Observaciones:

Se propone incorporar los dos oficios en el desarrollo de productos de línea HOGAR, se evidencio un gran avance en las técnicas del trabajo de la madera, lo que se plantea es

trabajar con bases en madera que pueden tener acabados naturales o intervenidos por pinturas del artesano, y las demás superficies realizarlas en papel mache.

El artesano tiene gran habilidad para la pintura y un rasgo muy característico de él es que se expresa a través de arte popular, por esta razón se busca conformar los productos de manera manual y artesanal, con superficies lisas y bien acabadas, para poder ser intervenidas con situaciones de la cultura de la ciudad de Cali, sus iconos y características.

Referente:

Arte popular, situaciones y escenarios de la cultura caleña.

Paleta de color: Color base blanco y/o azul, los colores van de acuerdo a la composición grafica del artesano.



Producción piloto. Foto Guillermo Jurado, Artesanías De Colombia 2015

Con el artesano se realizaron dos tipos de pruebas para trabajar el papel mache, posteriormente se eligió la más adecuada. Las técnicas son: mediante el aglomerado de papel (masa) y mediante el pegue de papel por tiras. Después de evaluar ambas opciones, se identificó que la técnica que presenta mejores acabados es el papel mache por tiras, las superficies son más regulares por lo que resultan aptas para la intervención gráfica.

Cuando se analizaron las plantillas para la realización de los productos, se observó que estaban sobredimensionados, por lo que se corrigió cada una de sus dimensiones

**Carmen Alicia Vidal:**

Oficio: Telar en mostacilla

Contenido: Bolsos para mujer.



Producto actual



Desarrollo

#### Observaciones:

Se plantea desarrollar tres bolsos para mujer en cuero o lona, la artesana tiene conocimientos de confección por lo que la segunda opción saldría más favorable, sin embargo la intención de los productos es subir el nivel de calidad y llegar a un público con un nivel adquisitivo más alto, la artesana actualmente tiene alianzas de trabajo con otros artesanos por lo que hay posibilidad de desarrollar los bolsos en cuero. La ejecución del telar en mostacilla es su especialidad, presenta excelentes acabados y excelente uso del color, la idea con los colores planos y uso del cuero es resaltar la pieza de telar, haciendo contraste de color y texturas. Se realizara un bolso grande manos libres, un bolso mediano de mano, y un bolso tipo sobre o para fiesta.

Referentes: Iconografía ancestral indígena de la cultura CALIMA

Paleta de color: Naranja, azul, blanco, amarillo, negro.

Debido a la gran habilidad de técnica que tiene la artesana con el tejido en mostacilla se inicio con la elaboración de los bolsos de cuero que ella también realizara, estos serán cocidos a máquina.

Después de hacer una evaluación minuciosa de equilibrios de color y contraste, seleccionamos el cuero de color negro.



Producción piloto, Foto Guillermo Jurado, Artesanías De Colombia 2015

**Cristian Gonzales Cometa:**

Oficio: Reciclaje

Contenido: Mejoramiento y producto nuevo.

Observaciones:

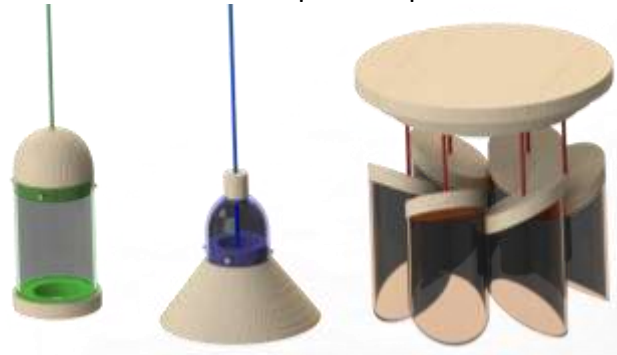
Se propone principalmente mejorar los acabados del artesano, además de materiales que domina como la madera, integrarla a sus productos, actualmente solo realiza cortes horizontales en las botellas, por lo que se plantea el corte transversal en algunas de las propuestas.



Producto actual



Propuesta aprobada









En sus productos plasma iconografía y figuras alusivas a la cultura sonso, su método de representación es mediante la aplicación de masilla sobre las superficies de vidrio.  
Referente: “iconografía tradicional indígena de la cultura sonso” Se plasmaran iconos de la cultura, y la metodología que se utilizara es grabado del vidrio.

Paleta de color:

Los acabados de la madera son naturales, y el color de las botellas van sujetos a la disponibilidad.

**Eddy Flores:**



Producto actual

Propuesta aprobada

Oficio: Trabajo en madera

Contenido: Mejoramiento de acabados y creación de un producto nuevo (Tambor)

Observaciones:

Se trabajaran con tres productos, la marimba, una maraca y un tambor. El artesano tiene gran conocimiento acerca de la concepción de nuevos instrumentos musicales, pero presenta malos acabados en la mayoría de ellos, en la fase uno se intervino de igual forma

ya que es difícil entrar a rediseñar instrumentos tienen ciertos parámetros establecidos de forma y composición ligados a sonidos específicos.

Se intervino cambiando principalmente la proporción de los instrumentos pensando en la optimización del uso del material y su carga estética, se busca cambiar los herrajes metálicos por ensambles de madera, uso de materiales naturales en vez de materiales sintéticos, e integrar fibras naturales. Se pretende mejorar los acabados de las superficies, mediante el uso de selladores, tintes naturales, y manejo de marca.

Referente:

Actualmente el artesano utiliza referentes para la creación de sus instrumentos mas no las representa de ninguna forma en ellos, se buscara hacer intervenciones de manera gráfica, con texturas o formas que puedan relacionarse a la “afro - colombianidad”, el valle del cauca, el océano pacifico, y Cali.

**Luz Marina Ortiz:**



Producto actual



Propuesta



Oficio: Trabajo del cuero

Contenido: Diversificación de productos

Observaciones:

Anteriormente se identificó que la artesana utilizaba la misma base en los diseños realizados y hacía pequeñas variaciones para crear productos nuevos, se propone realizar tres productos concebidos bajo aspectos formales diferentes para incentivar en la artesana a la exploración del material y desarrollar su creatividad en la parte formal de sus composiciones.

Referente:

“Los cultivos de la caña de azúcar” característico del Valle del Cauca.

Paleta de color:

Tonos verdes y marrones, identificados en la planta de caña de azúcar.

Se evaluaron los materiales para elaborar los productos finales (tipos de cuero), con la intención de generar buenos contrastes entre el cuero del cuerpo del objeto y los apliques que simulan los cultivos del Valle del Cauca. Se realizaron prototipos de dos productos (cartuchera, forro cuaderno) para evaluar sus dimensiones y funcionalidad. Los resultados fueron positivos. La totalidad de los productos serán tejidos a mano pero con costuras lineales (tipo maquina) y los herrajes planteados son remaches.



*Producción piloto (cartuchera, forro cuaderno), Foto Guillermo Jurado, Artesanías De Colombia 2015*

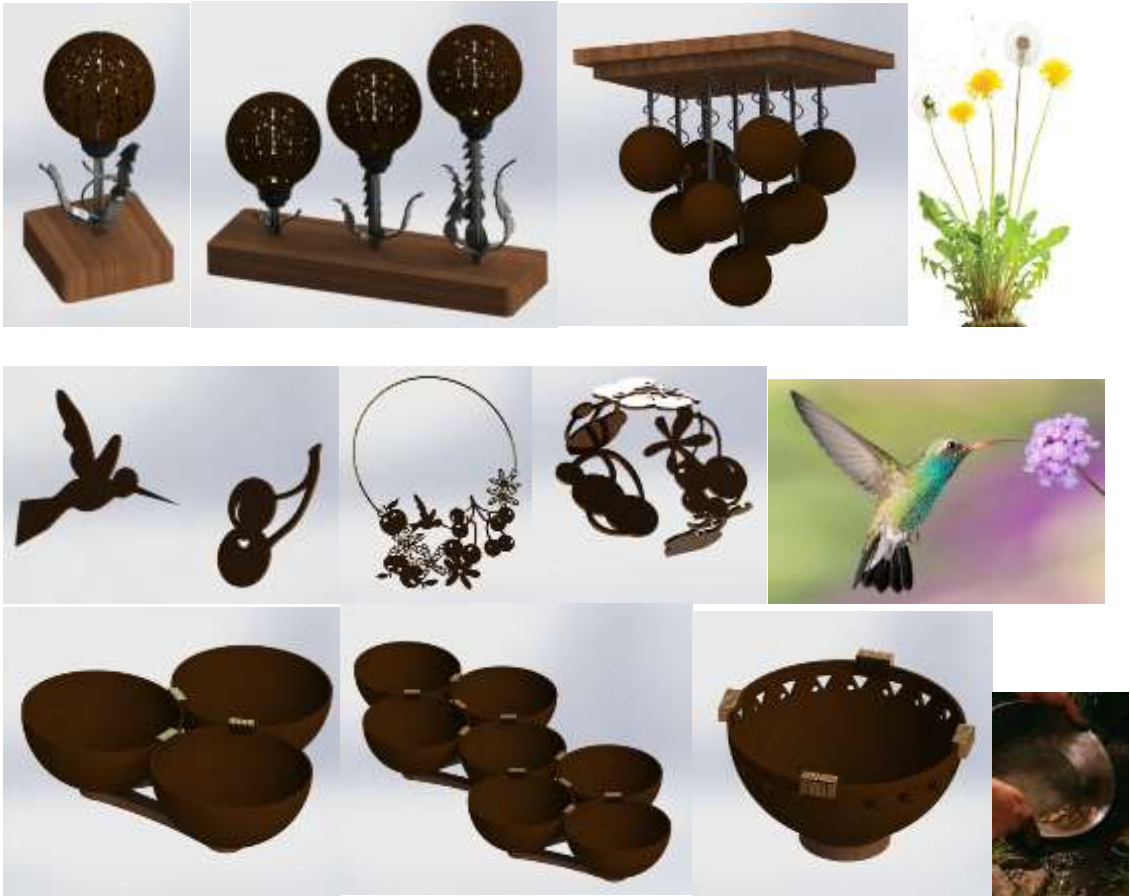
**Luz Edith Mesa:**



Producto actual

Propuestas





Oficio: Trabajo del coco

Contenido: Juego de candelabros en coco y plata

Observaciones:

Se propone el desarrollo de un línea hogar que saca de contexto a la artesana, que usualmente hace bisutería.

Se busca destacar la excelente habilidad que tiene para calar el coco y su experticia en trabajo con los metales. El producto presenta un gran contraste de materiales y formas.

Referente:

Los calados planteados en el coco pertenecen a iconografía tradicional de la cultura calima.

Oficio: Trabajo del coco

Contenido: Productos línea hogar pasa bocas.

Observaciones:

Se propone elaborar productos de línea hogar, donde se evidencian diferentes técnicas aplicadas al coco como calado, pulido, y creación de superficies planas a partir del material.

Son productos orientados a los dips o pasa bocas, un elemento de uno personal, una tabla de quesos y un centro de mesa con múltiples recipientes.

Debido a la irregularidad del material (coco) se logró establecer las dimensiones adecuadas para cada uno de los productos planteados, para lo cual se basó en la cantidad de medios cocos de los que se compone cada producto, y su vital importancia de ser similares entre si, en forma y dimensión.

La artesana inicio con el pulido del coco en primera instancia, para posteriormente realizar el calado, las bases y la unión entre ellos. La artesana tiene una dermatitis crónica en las manos debido al trabajo artesanal que realiza, su avance puede verse limitado por esta razón.



*Producción piloto, Foto Guillermo Jurado, Artesanías De Colombia 2015*

### Wilfredo Méndez Ortiz:



Producto actual



Propuesta



Oficio: Joyería

Contenido: Pailas en Bronce / Cobre

Observaciones:

El artesano tiene grandes habilidades en la transformación de los metales, entre ellas el martillado, se plantea desarrollar pailas en dimensiones de 30, 40, 50 y de ser posible de 80 cm de diámetro.

Referente:

“Objeto ancestral” y “Referente de Técnica”



Oficio: Joyería

Contenido: Línea de joyas caladas en plata / Bronce

Collar, Pulso y Pinza para el cabello.

Observaciones:

Una de las grandes habilidades del artesano es el calado de los metales, actualmente desarrolla artículos muy pequeños que son ofertados a bajo costo, se plantea llevar sus productos a un formato mucho más grande y con una intervención de calado alta. Se trabaja bajo conceptos de asimetría.

Referentes:

El artesano se identifica con la iconografía tradicional indígena asociada a la cultura Yotoco, la psicología de los símbolos, por esta razón se realizan calados relacionados con el papel de los animales en esta cultura, y se hace contraste con la fauna del valle del Cauca de manera más orgánica.



Se replantearon las dimensiones del collar, este presentaba problemas de ergonomía debido a su dimensión, se hicieron ensayos mediante otros productos ya realizados para evaluar los ángulos de inclinación en cada uno de los segmentos del collar. Se le hizo entrega de las plantillas al artesano para dar inicio a la producción.



*Producción piloto, Foto Guillermo Jurado, Artesanías De Colombia 2015*

#### Jonathan Zuleta:



Producto inicial



Diseño

Oficio: Joyería

Contenido: Línea de Joyas Collar Anillo y pulso.

Observaciones:

Se propone integrar las técnicas que maneja el artesano, martillado, alambriero, calado, incrustación de piedras semipreciosas, e incentivar el mejoramiento de los acabados en sus productos.

Referente:

El artesano siente gran curiosidad por animales y fauna silvestre, que se sale de lo común, por esta razón se identificaron los animales en vis de extinción del valle del cuaca y se selección el armadillo, animal poco conocido por los residentes del departamento, se busca incentivar y dar a conocer el animal.

Se realizaron abstracciones de las texturas que se presentan en su caparazón y la forma en que se transforma de manera compacta para protegerse.

Los diseños del artesano en su totalidad serán realizados bajo la técnica de calado del metal. El collar, en el diseño inicial se complementaba con un aro metálico media luna como gargantilla, esta será reemplazada por una tejida en hilos de bronce con baño en oro, para darle mayor complejidad y presentación al producto, el tejido fue evaluado mediante una prueba, posteriormente se dio inicio al calado del collar.



*Producción piloto Foto Guillermo Jurado, Artesanías De Colombia 2015*

**William Vesga:**

Oficio: Tejeduría / macrame

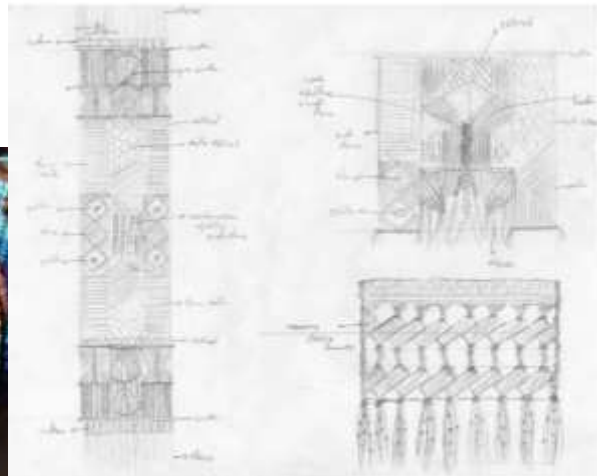
Contenido: Cojines de gran formato y camino de mesa de centro

Observaciones:

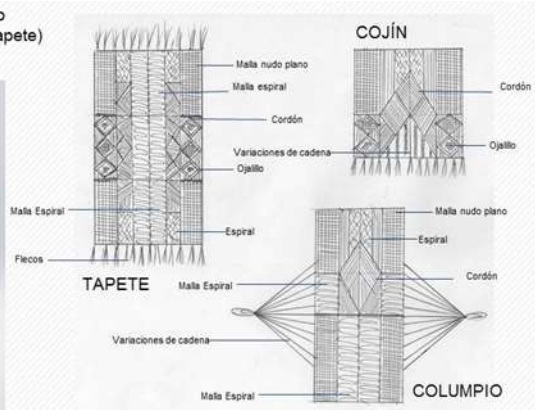
Se propone desarrollar una línea hogar, como otra alternativa a las línea de bisutería que maneja el artesano.



Producto inicial



Objetos para ambiente de descanso  
(Columpio, Cojín de gran formato, tapete)



### Propuesta de diseño aprobada

Presenta excelente uso de la técnica por lo que se plantea resaltar esta habilidad mediante la ejecución de productos en un formato más grande, mezclando diferentes técnicas de tejido como combinación de ojalillo y nudo plano, malla en espiral, macramé clásico francés, variaciones de cadena entre otros y con uso de cordones de algodón de mayor dimensión, lino y cáñamo tinturado haciendo más apreciable la técnica del tejido.

Referente:

“Referente de técnica” y “colores usados en los Ringletes”

Paleta de color:

Naranja, azul, blanco. (Búsqueda del equilibrio del color)

Cojines a gran formato en macramé  
Referentes: Cultura Calima (Gráficos)  
Dimensión Aprox: 50 cm x 50 cm



Oficio: Tejeduría / macramé

Contenido: Cojines de gran formato

Observaciones: Se planteó desarrollar cojines de gran formato de aproximadamente 50 cm x 50 cm representando la abstracción de símbolos de la cultura calima que se utilizó como referente.

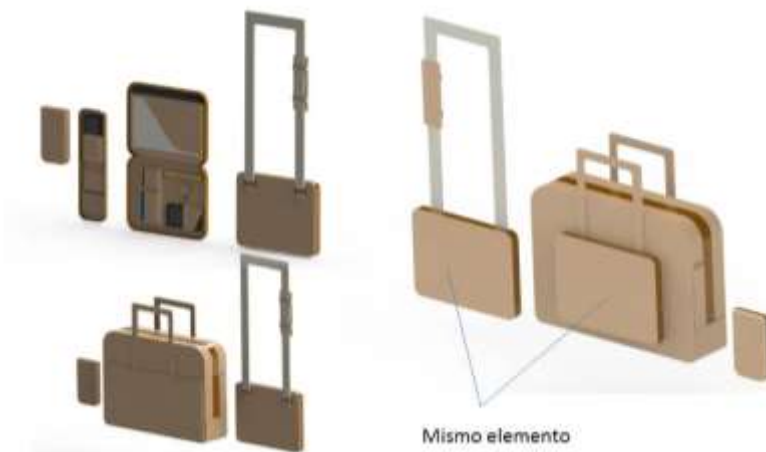
El artesano inicio la producción del columpio integrando las técnicas de tejido planteadas, en el proceso se reevaluaron las paletas de color, esto permitió definir dos colores principales: el naranja y el beige.

Para los cojines y el tapete se planeó integrar el color azul, generando mejor armonía entre la línea de productos.



*Producción piloto. Foto Guillermo Jurado, Artesanías de Colombia 2015*

### José Holmes Mafla:



Oficio: Cuero

Contenido: colección de maletas y estuches.

Observaciones:

Se plantean tres productos que se integran entre sí, un maletín grande para hombre o mujer, un estuche para Tablet que se integra al maletín a manera de bolsillo y un estuche para celular con bolsillo multiusos.

Se plantea hacer diversificación de producto ya que el artesano actualmente realiza correas y principalmente bolsos para mujer.

Como factor innovador se plantea introducir la cremallera dentro del trabajo del artesano.

Referentes:

Los productos serán intervenidos mediante el grabado, repujado y calado del cuero, con símbolos abstractos de iconos representativos de la ciudad de Cali.

### **José Flamedes:**

Oficio: Tejido en mostacilla.

Contenido: Línea de accesorios

Observaciones:

El artesano tiene gran conocimientos de técnicas pero sus productos no reflejan su experticia, igualmente no presentan buen uso del color, se propone integrar diferentes técnicas: telar enhebrado, tejido en tubito y broches, acompañado de composiciones de color específicas en cada una de las técnicas.



Referente:

Los gráficos corresponden a iconografía tradicional de la comunidad indígena a la que pertenece el artesano.

Paleta de color:

Tonos de Azul, Tonos rojos y naranja. Psicología del color en la comunidad indígena.



Oficio: Aplicación de mostacilla

Contenido: Porta velas (4 Componentes)

Observaciones: se propone el desarrollo de una línea hogar decorativa, donde se busca incursionar en la técnica de aplicación o incrustación de la mostacilla sobre superficies de diferente tipo, el objeto está compuesto por cuatro componentes que conforman una circunferencia, estos pueden reorganizarse formando diferentes formas. (Los componentes son elaborados en madera y recubiertos con mostacilla)

Referente:

Los gráficos utilizados corresponden a la cultura Sonso.

Con el artesano se hicieron pruebas de las técnicas involucradas en el diseño planteado (enhebrado, tubito) la intención de estas pruebas fue mejorar los acabados y mirar la transición de un tejido al otro. El artesano se encuentra haciendo exploración de nuevas técnicas, por lo que se evaluó una de estas para introducirla en el diseño pero finalmente fue descartada (foto collar azul).

En el diseño inicial se generaron dos propuestas de color, una orientada hacia los colores representativos de la cultura indígena del artesano y otra mezcla mucho más comercial, se realizara la segunda opción, los colores son: azules, blancos, grises, plateado.

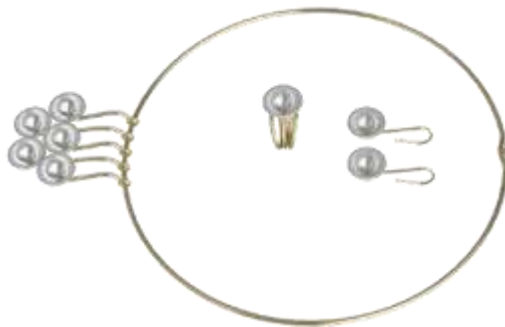


*Producción piloto. Foto Guillermo Jurado, Artesanías De Colombia 2015*

### Luis Fernando Vidal

Para el artesano se propone un conjunto de accesorios femeninos, inspirados en piezas de orfebrería de la era Yotoco de la cultura Calima, pero con un estilo contemporáneo acorde a los requerimientos del usuario de ciudad. Se propone que el diseño incluya piezas en plata y bronce, para generar contraste en el color.

El artesano ya cuenta con los planos y platillas para elaborar las piezas, hasta el momento se han realizado algunos ajustes en medidas y ensambles para la elaboración de la propuesta.



### María Judith Rosero



Se propuso una colección de cojines en lana virgen de ovejo con diseños gráficos de la comunidad de indígenas Guámbianos del departamento del Cauca, dada la ascendencia de la artesana. Con ella ya se socializo el diseño, se entregaron plantillas y se dio inicio al

proceso de producción, en primer lugar se realizaron algunas pruebas de tejido en otro material diferente al propuesto y habiendo revisado los resultados se inició formalmente el proceso de producción



Pruebas de tejido –Elaboración propuesta de diseño  
Foto Nini Espitia. Cali. 2015  
Fortalecimiento artesanal parque Loma de la Cruz

### Rocío Sánchez

**Propuesta 1:** se toma como referente los rombos de los collares de los indígenas en vera, pero se propone un diseño más contemporáneo tanto en su forma, como en sus colores, además se proponen piezas de plata como parte de diseño para hacerlo más acorde a los requerimientos del público de la urbe.

Sin embargo, esta propuesta no será realizada en este proyecto, pues en consenso con la artesana se decidió producir la propuesta número 2.





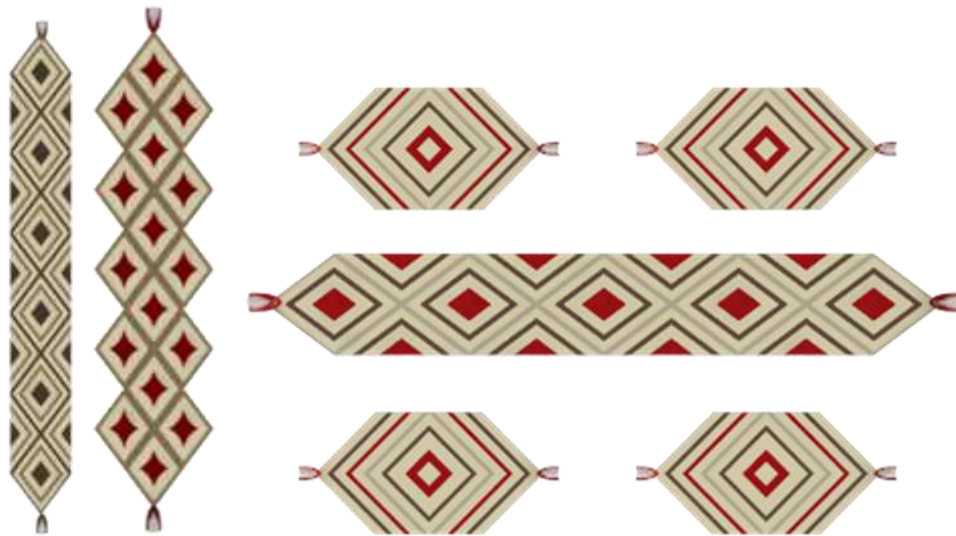
**Propuesta 2:** de acuerdo a la ascendencia indígena de la artesana, quien tiene ancestros Nasa, se propuso una colección de accesorios femeninos inspirados en la simbología Nasa, colocando el sol Nasa con icono principal de la propuesta, la colección se compone de una gargantilla, un collar y un par de aretes.



De acuerdo a las correcciones recibidas por la supervisora, se hace cambio en la paleta de color, la cual inicialmente era en tonos tierra, pasa a una paleta más colorida de azul turquesa, rojo y beige o blanco de acuerdo a la disponibilidad en el mercado. Inicio la producción.

### María Elsy Ocampo

Para la artesana quien realiza trabajos de costura, bordado y macramé, se propone una colección de caminos de mesa e individuales inspirados en el arte rupestre de Tierradentro, elaborados en lienzo, apliques en cuero y algunas técnicas de bordado y macramé.



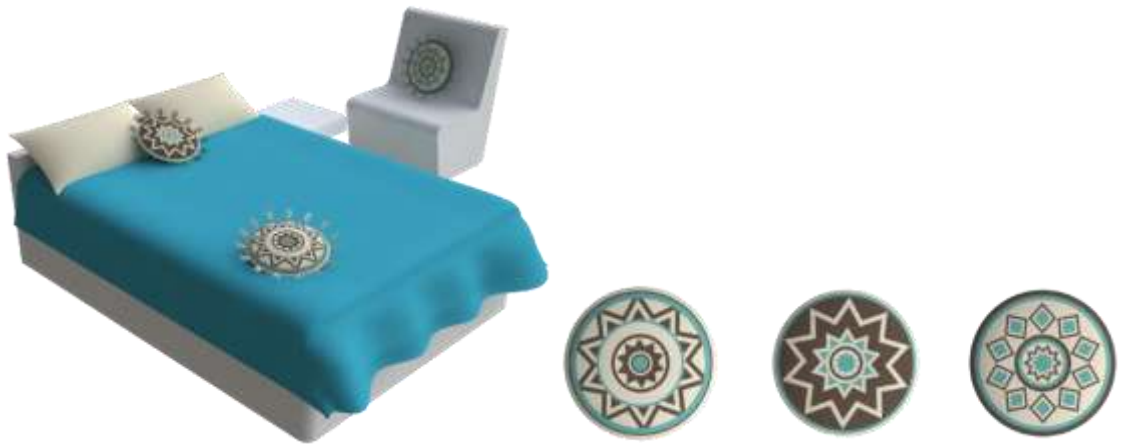
De acuerdo con las posibilidades de la artesana se elaborará un camino de esa con sus 4 individuales, para armar el conjunto completo y así pueda ser ofrecido a la venta una vez se termine el proyecto. Ya se entregaron plantillas y se realizaron algunos cambios de colores y medidas dando inicio al periodo de producción, la propuesta a realizar quedará de la siguiente forma:

### **Carmen Velásquez**

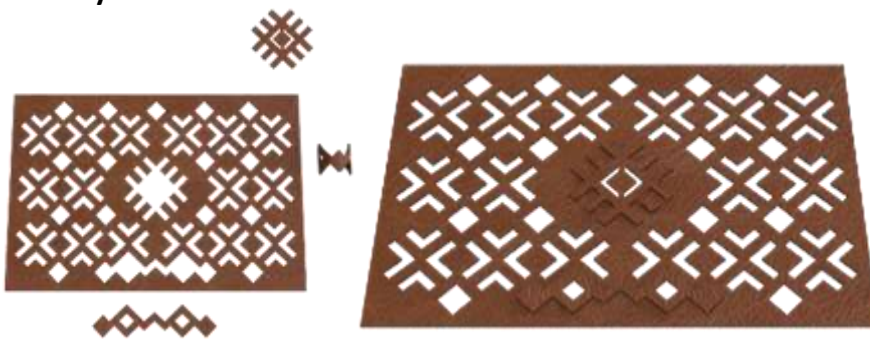
Para la artesana Carmen, quien es tejedora, se propone una colección de cojines tejidos en la técnica wayuu, con diseños gráficos inspirados en las vasijas de barro de la cultura Calima, en correcciones con la supervisora del proyecto se suprimieron los flecos del diseño y se dejó los cojines redondos, la artesana ya cuenta con las plantillas de los diseños y dio inicio al proceso de producción.



*Productos Artesana Carmen Velásquez 2015*



### Hernory Torres



Con la artesana, quien trabaja el cuero, se propuso conjunto de individuales, servilletero y porta-vasos, todos integrados en la pieza del individual. Se tomó como referente el sol Nasa y se allí se abstraieron los demás iconos gráficos aplicados por repetición.

La artesana ya cuenta con las plantillas para corte y ya se han realizado varias pruebas sobre el material, con los resultados obtenidos se han realizado algunos ajustes en dimensiones y distribución de los iconos gráficos. El material con el cual se realizarán los modelos es Badana pintada con tintilla, pues la artesana no cuenta con los recursos para proveer otro tipo de cuero.



*Elaboración propuesta de diseño  
Foto Nini Espitia. Cali. 2015*

### Néstor Lemos



Maneja varias técnicas de joyería como soldadura, calado, martillado, alambrismo. Participo del proyecto anterior y continúa realizando los productos desarrollados, con algunas variaciones hechas por los clientes. Para el artesano Néstor se propuso inicialmente línea hogar en decoración compuesta por reloj de pared, frutero y florero, pero en correcciones con la supervisora del proyecto se definió realizar una colección con solo fruteros en bronce para mesa, conservando el mismo estilo de lo propuesto inicialmente, cuyo módulo corresponde al ojo de aves presente en varias de las cerámicas Calima, se proponen 3 tamaños diferentes partiendo del mismo módulo. El artesano ya cuenta con las plantillas para corte y ya se realizaron las primeras pruebas sobre el material, con las cuales se dio aprobación para continuar con la producción; aún está por definir el tipo de acabado ya que se están evaluando los costos.

El artesano comenzó con el calado de las piezas en bronce que conforman el set de fruteros, fue necesario aumentar algunas medidas en el dibujo de las piezas para darle mayor estructura a los módulos, hasta el momento al artesano ha caldo el 50% de los módulos requeridos; también se realizaron pruebas de soldadura, las cuales fueron bastante satisfactorias.



*Elaboración propuesta de diseño  
Foto Nini Espitia. Cali. 2015*

### Verónica Díaz



Para la artesana, quien domina la técnica de macramé y alambrismo, se propuso una colección de accesorios femeninos inspirados en la forma y colores del chontaduro como fruta exótica del pacífico, ampliamente comercializada en la capital del Valle, pues el personaje de la mujer morena vendiendo chontaduros es un icono de la ciudad, por tal motivo se escogió este fruto como referente de diseño. La propuesta completa consiste en 3 tipos de collares con sus aretes, sin embargo para el proyecto solo se realizará la gargantilla y el collar del medio con un par de aretes estilo topo, ya que la artesana no cuenta con el tiempo suficiente para la realización de toda la colección. La artesana ya cuenta con las plantillas y se dio inicio al periodo de producción.

### Mélida Gómez

Es tejedora, maneja varias técnicas como crochet, macramé, telar, etc. También trabaja el totumo, realiza correas, bisutería, bolsos. Participo del proyecto anterior, manifiesta aunque vendió el producto no lo continuó realizando.



*Productos Artesana Melida Gomez*



Con la artesana Mélida se socializó una primera propuesta aprobada, que consistía en 3 contenedores compuestos por pequeñas piezas de totumo amarradas entre sí con yute, pero durante esta socialización la artesana me compartió experiencias anteriores y me manifestó que la pieza no quedaría firme y ni estable, por lo que sugirió hacer la misma propuesta pero con calados, sin embargo en ese caso la pieza perdía la esencia del referente inicial que consistía en la construcción de nidos a partir de pequeñas piezas, por tanto de propuso un nuevo diseño con calado en totumo pero con una temática diferente, en esta ocasión se retomarían símbolos precolombinos Calimas los cuales serán calados sobre los totumos conformando una colección de cuencos. La artesana ya cuenta con las plantillas para los calados y ya se dio inicio al periodo de producción, pues los totumos ya están listos para ser calados.



Elaboración propuesta de diseño Melida Gómez  
Fotos Nini Espitia. Cali. 2015

### 3.2.8. Diseño de imagen corporativa a 10 talleres artesanales.

Durante las asesorías individuales en imagen corporativa uno de los principales cuellos de botella del proceso fue la baja asistencia de potenciales beneficiarios. Por otra parte, la gran mayoría de los asistentes a los talleres ya habían sido beneficiarios del proceso de imagen en proyectos pasados. Inicialmente, uno de los requisitos estipulados es que sólo participarían en este proceso, las personas que asistieran a los talleres y que no fueran beneficiarios en proyectos anteriores. Se inició el proceso con cuatro artesanos y posteriormente se trabajó con otros artesanos de la Loma de la Cruz, a pesar de no haber asistido a los talleres. Los 10 artesanos cuentan con su nueva imagen corporativa, compuesta por el logotipo, tarjeta de presentación, etiqueta y pendón.

#### a. Luz Dary Parra - Porcelanicrón

Artesana que realiza pequeñas figuras típicas de regiones colombianas y pesebres miniatura en porcelanicrón. Su taller había llevado el nombre de “Típicos”; después de la primera visita a su local y de conocer el trabajo que realizaba, se acordó lo que se quería lograr con la nueva imagen corporativa y se decidió cambiar el nombre por uno que



tuviera más identidad. Esta búsqueda estuvo a cargo de la artesana como tarea propuesta en la primera asesoría. Después de buscar varias opciones, se decidió el nombre de “Mi Pequeña Colombia”, que representa mejor el trabajo que realiza, además de ser más llamativo para el público.

Para el logotipo se usaron tres de los personajes más representativos y recurrentes de su trabajo: la vendedora de chontaduro, elemento característico de la cultura caleña y dos campesinos con vestidos típicos, con los cuales se realizó una composición. Para estos personajes se tomaron como referencia las figuras que ella misma elabora y que cumplen en su gran mayoría la función de souvenirs. Sumado a esto, se incluyeron otros elementos como las orquídeas y el café, que son íconos colombianos y elementos recurrentes en su trabajo. Buscando reflejar una imagen divertida, tierna, utilizando una paleta de color llamativa y cálida. Para la tipografía se escogió una fuente fluida y con movimiento en color café, que hace juego con la piel del personaje central, el texto rodea la ilustración utilizada para el logotipo a manera de sello y resalta la palabra “Colombia”. Para el resto de la imagen corporativa se dio protagonismo al logotipo, es por eso que se utilizó un fondo plano en amarillo muy claro y elementos que complementaron el diseño como los granos de café y una frase que la artesana deseaba que estuviera tanto en la tarjeta como en la etiqueta.



Logotipo color



Logotipo grises



Tipografía

Bready Alternata Demo

Paleta de color



Tarjeta de presentación



Etiqueta



Sticker



Pendón

### **b. Aura Luz Romero – Tejidos**

El oficio de esta artesana es el tejido y posee conocimiento en varias técnicas como el macramé, crochet, telar y dos agujas. Se visitó su local y su taller, para conocer más el producto que realiza, el cual está más enfocado en este momento en las manillas en macramé, ya que es un producto que, según ella, tiene bastante salida, siendo distribuidora tanto del parque como de otras personas. Su taller lleva el nombre “Los Muisca”, que ha venido usando hace varios años y con el cual se identifica, ya que es un homenaje a su origen y raíces boyacenses. Para el nombre, solo se realizó un pequeño ajuste incluyendo la palabra “tejidos”, resaltando de esta forma su oficio.

Para el logotipo se tomó como inspiración un fragmento de una túnica Muisca, de esta imagen se realizó una abstracción de las figuras que la componían, utilizando círculos irregulares que en algunos casos son concéntricos a manera de cenefa y usando colores tierra como en la original, dándole una sensación ancestral, precolombina y de raíces.

Las tipografías son irregulares y hacen juego con las líneas utilizadas para la manta, además de reforzar el concepto precolombino, para lo que se utilizó uno de los elementos que se repiten en la manta para crear conexión y así lograr un logotipo más compacto. Para el diseño de las siguientes piezas como la tarjeta de presentación, pendón y etiqueta, se utilizaron los mismos colores del logo incluyendo el color blanco, con el cual se busca darle más protagonismo y un área de limpieza, contrastando con el resto de la información, la cual se encuentra en un bloque de color café irregular.

#### Referencia



Textil Muisca decorado con pintura directa en la parte central y pintura de reserva en los diseños circulares.

T.M. 17, Museo del Oro - Boyacá

Imagen tomada de la página web del Banco de la República <http://www.banrepcultural.org/node/25987>



### c. Dora Nelly Burbano – Pintura decorativa

Esta artesana se dedica a la pintura decorativa. Está incursionando en otros objetos para el hogar como percheros e imanes, también realiza accesorios como collares y aretes, también pintados a mano. Se realizó visita al local para conocer su trabajo y el estilo que maneja, el cual se caracteriza por colores contrastantes y planos, en su mayoría formas geométricas irregulares y símbolos precolombinos de los cuales hace su propia interpretación. Se decidió buscar un nuevo nombre al taller ya que el que tenía hasta el momento no era llamativo: “Arte 77”, por el número de su local. Este nombre no representaba su trabajo y no lograba diferenciación. Luego de varias reuniones y búsqueda de opciones como Amalgama, Amalgamar, Contrastes y Cromático, la artesana

se inclinó por el nombre “Colorido2”, el cual fue idea suya, como también fue su idea utilizar el número 2 en lugar de la letra S, pues esta artesana valora el trabajo en equipo. El nombre va acompañado de la frase “pintura decorativa”. Con este nuevo nombre busca mostrar su pasión por el color, que también se ve reflejado en su trabajo.

Para el logotipo, se realizó una propuesta basada en una de sus pinturas, que refleja el colorido y contraste que se quiere adoptar en el nuevo logotipo y la nueva imagen que quiere mostrar a sus clientes. Esta propuesta tiene dos variaciones, con dos familias tipográficas distintas; la primera estructurada y moderna, con bordes redondos y la segunda más libre, que da la sensación de pinceladas como si fuera una firma.

#### Referencia



Foto: Carolina Yara – Pintura Dora Nelly Burbano



#### d. Eddy Flores – Instrumentos musicales étnicos

Eddy Flores es un artesano Boliviano que fabrica instrumentos musicales étnicos representativos de varias regiones y culturas de nuestro país (tanto indígenas como afro). Su taller lleva el nombre de “Taller Wara”, palabra en lengua Aymara, pueblo indígena nómada originario de América del Sur y cuyo significado es “estrella”. Para la construcción de los instrumentos, este artesano utiliza materiales naturales y orgánicos como madera de chonta, bambú y semillas que son los materiales originales de estos instrumentos.



Inicialmente se habló sobre los rasgos de la marca y del importante trabajo que ha realizado en el Parque Artesanal como gestor cultural. Para el nuevo logotipo, se planteó

seguir utilizando colores tierra, que representan las culturas indígenas y étnicas ancestrales, tanto Colombianas como de América del Sur, que además son los colores propios de los materiales naturales que usa para la construcción de los instrumentos. También se acordó investigar la simbología indígena Aymara y de culturas indígenas ubicadas en el Valle del Cauca, como son Los Yanaconas (descendientes del pueblo Aymara), Jamundíes y Yumbos.

Para la propuesta del nuevo logotipo, se tomó como referencia uno de sus instrumentos llamado Idiófono de Sacudimiento, el cual es elaborado en semillas, Cabezimico, Achiras y Palos de Ramas. Los idiófonos son aquellos instrumentos que producen su sonido debido a las vibraciones del mismo. Los de sacudimiento se caracterizan por producir el sonido al sacudir o agitar el instrumento, como las maracas y los sonajeros.

#### Referencia



Idiófono de sacudimiento. <http://taller-wara.jimdo.com/oferta-comercial/>

En el diseño se usó la parte de arriba del instrumento, aprovechando la forma orgánica e irregular de la semilla que se usa para realizarlo, retomando los colores originales del instrumento, a esta figura se le incluyó un módulo de repetición en forma de triángulo, utilizado por algunas culturas precolombinas. A la propuesta, se añadieron notas musicales, para de esta forma dar más claridad sobre el producto.



*Producción piloto, Foto Guillermo Jurado, Artesanías De Colombia 2015*

Con el artesano se hicieron pruebas de acabado en otros instrumentos para evaluar los terminados en los productos finales planteados. Se evaluaron los materiales planteados y sus procesos de transformación, principalmente la guadua y el pino (listones y tabla).

Tanto las formas, tipografías y la paleta de color en tonos tierra, fueron escogidos para transmitir y resaltar el valor étnico y ancestral de la marca, los cuales se reflejan en el logotipo y el resto de piezas gráficas. Para reforzar estos conceptos se decidió usar la frase “Instrumentos Ancestrales” para acompañar el logotipo. Esta frase corta describe a la perfección el trabajo del artesano y resalta los valores de la marca.





Ficha para producto



Sticker

#### e. Ana Cecilia Ocoró – Pintura decorativa

Es de raíces afrocolombianas y originaria del Pacífico colombiano, con herencia en el oficio de la tejeduría, inicialmente enmarcada en la cestería técnica, que heredó de sus padres, antiguos dueños del local donde ella se encuentra en este momento. Con el tiempo, dejó la cestería para dedicarse al crochet, con el cual realizaba bolsos y sandalias, pero debido a sus graves problemas de salud (glaucoma), se ha visto en la necesidad de dejar esta actividad, la cual necesita mayor exigencia visual y se ha dedicado en parte a la pintura decorativa de figuras en cerámica y a la comercialización.



El nombre de su local es “Recuerdos de Colombia - Tienda artesanal”. Tomando como inspiración este nombre, se decidió utilizar algunos elementos representativos de la geografía colombiana y sus contrastes, ya que en su local se pueden encontrar artesanías de diferentes lugares del país, logrando con estos elementos una composición donde se unen las montañas, el mar, la zona Andina, las costas pacífica y atlántica, incluyendo también el sol como el elemento que da unidad a este paisaje. Para esta imagen se utilizó una gama de colores café o “tierras”, que resaltan el concepto de artesanía y le añaden un toque de nostalgia, que se refuerza con el nombre del local. Para las siguientes piezas, se utilizaron elementos de este paisaje para dar más identidad e impacto, que un fondo plano no lograría, además de usar al sol como elemento conector en la diagramación. Las tipografías utilizadas tanto para el logotipo como para las piezas, son algo rústicas, como



si hubieran sido hechas a mano, características que en general posee el logotipo y que se nota en la gráfica utilizada.



#### f. Amanda Ibarra – Bisutería

Esta artesana se dedica en gran medida a la bisutería, macramé y telar egipcio, realizando en su gran mayoría pulseras, manillas y collares, complementando con artículos que comercializa de otros artesanos. El nombre de su local es “Amatista”, en homenaje a la piedra con la cual se identifica, debido a sus características y color. Para la nueva imagen corporativa se realizó una propuesta tipográfica donde el nombre es el protagonista. Para esta propuesta se eligió una tipografía femenina y fluida, la cual fue modificada para hacerla más legible y buscando crear rasgos propios que la hicieran diferente, como es el juego visual que se logra con las dos “T” del nombre. Para el color, se usó el violeta característico de la Amatista, pero al igual que en la piedra, el color no es plano, quedando con matices del mismo, dándole de esta forma algunos brillos a la propuesta. Para el resto de las piezas se usó un fondo más limpio y sutil, acompañado de la marca de agua que se encuentra en el margen de las piezas, dando de esta forma protagonismo al logotipo. La artesana se identificó totalmente con la propuesta.

Foto amatista (referencia para el color)



Tipografía sin editar

amatista

Logotipo color

Logotipo grises

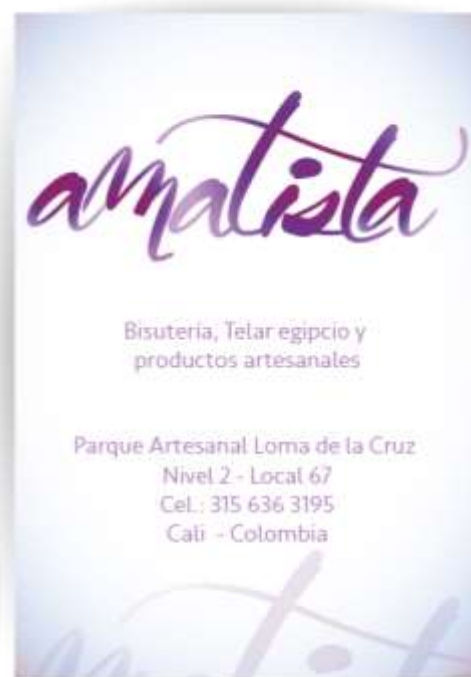
amatista

amatista

Tipografía:  
cali, foornia, a, o, e, i, u, l, n, s, t, r, e, c, k



Tarjeta de presentación



Pendón



Etiqueta

#### g. Germán Toro – Cuero.

El trabajo en cuero es una de las actividades más representativas del Parque Artesanal Loma de la Cruz. Germán Toro es uno de sus más antiguos líderes y representantes, junto con varios integrantes de su familia, los cuales también se desempeñan como artesanos en sus propios locales. Este artesano lleva en este oficio 32 años, de los cuales 20 han sido en la Loma de la Cruz. Hasta el momento, no había participado en el proyecto ya que se

encontraba escéptico al proceso, debido a que en su labor como artesano y líder en el parque, había visto varias capacitaciones en estos temas sin muchos resultados, sin embargo, se ha visto gratamente sorprendido con lo que se ha logrado en el proyecto, motivando a los artesanos a realizar actividades por sí mismos. Su producto más representativo al igual que otros artesanos del parque, son las sandalias hechas en cuero, además de otros productos como correas y bolsos, los cuales realiza por encargo.



Foto: Carolina Yara - Referencia tomado de su taller

El nombre de su taller es Gtoro, nombre que sirvió como inspiración para la elaboración de la nueva propuesta de logotipo, para la cual se tomaron como referencia elementos gráficos con los que ya había trabajado, resaltando la palabra Toro, que además de ser su apellido, es de donde se obtiene su materia prima. El proceso se inició buscando una tipografía de rasgos fluidos, luego se hicieron algunas modificaciones para dar mas identidad y se incluyeron los cuernos de forma sutil en la letra T. Se continuó con el símbolo usando la letra G y nuevamente los cuernos, creando además una síntesis de la cara de un toro, que para algunas aplicaciones podría funcionar solo, sin necesidad del nombre. Tanto para el logotipo como para las piezas se usó el color café, característico del cuero. En estas piezas se incluyó la textura del cuero, enriqueciendo la propuesta gráfica y reforzando el concepto de "PURO CUERO".





#### h. Henry Muñoz –Barcos a escala

Henry Muñoz es un artesano cuyo producto más representativo son los barcos a escala, además de elaborar otra clase de elementos como lámparas, móviles y cortinas, utilizando para ello diferentes materiales como el roble, la guadua, el totumo y en algunos casos materiales reciclados, dejando ver en su trabajo un buen grado de creatividad y exploración. Desde un inicio, manifestó que quería dar a su taller el nombre de “El Galeón” y de esta forma darle una visión alegre al trabajo que realiza.

El logotipo toma elementos literales del trabajo de este artesano, hiperbolizando la imagen, creando contraste entre el nombre de su taller “El Galeón” y la gráfica en la cual se muestra un pequeño barco dentro de una botella, sugiriendo una curiosa relación entre el tamaño y la realidad, aprovechando estos elementos para crear un logotipo dinámico, concediendo a la imagen vitalidad y movimiento.

Para la conceptualización, se usó el apoyo del registro fotográfico tomado en el local del artesano y se buscaron imágenes de referencia como fotos de galeones reales, para luego iniciar el proceso de boceto, con el cual se buscaba simplificar la imagen, dándole un trazo propio, cargado movimiento y originalidad. Finalmente al digitalizar, se enriqueció la imagen aportándole un trazo rústico, característica que también es usada para la

búsqueda de la tipografía y que hace parte del estilo que imprime el artesano en sus proyectos. Para el color se realizaron dos propuestas; la primera en color rojo granate y la segunda en color verde.



Opción color 1

Opción color 2



#### i. Luz Marina Ortíz - Cuero

Luz Marina lleva 2 años en el parque trabajando con otra artesana, en este tiempo ha desarrollado habilidades en el trabajo con el cuero, realizando bisutería, bolsos y manillas sobre todo. Tanto en la fase anterior del proyecto como en esta ha asistido de manera constante a los talleres y asesorías. Este año en particular, mostró el interés por desarrollar su imagen corporativa y buscar un nombre para su marca.

Al inicio se realizó una lluvia de ideas con el fin de buscar posibles nombres, ya que esta artesana es de origen samario, se exploraron nombres que tuvieran que ver con la región Caribe y con la alegría que los caracteriza. Al final del ejercicio se definió el nombre “La Samaria”, que definía más su ciudad de origen. Con el desarrollo del logotipo se plantea

dar a la marca una imagen colorida, alegre, dinámica y versátil, que permita en un futuro incluir nuevos productos.



#### j. Luis Toro – Cuero.

Este artesano realiza sandalias en cuero, viene de una familia de artesanos, ya que varios de sus hermanos se desempeñan en el parque en el mismo oficio del cuero. El año pasado asistió a talleres y asesorías de producto y este año se vinculó tarde al proyecto, asistiendo a algunos talleres.

Manifestó que deseaba tener una imagen corporativa que ayudara a posicionar su negocio y creara recordación entre sus clientes. Inicialmente se estuvieron buscando algunas opciones para el nombre del taller, surgieron algunas no muy llamativas, es por esto que se planteó realizar una lista de posibles nombres.



### 3.2.9. Transferencia de conocimiento de la marca colectiva Parque Artesanal Loma de la Cruz.

En la primera fase del proyecto se dejó planteado el nuevo logo para la marca colectiva del Parque Artesanal, pero debido a la brevedad del mismo no se logró socializar. Para esta nueva etapa se buscó dar a conocer a los artesanos la nueva imagen mediante los talleres, en los cuales se buscó socializar las razones por las cuales se debe cambiar el logotipo existente. El primer taller reforzó el contenido, explicando la estrategia de mercadeo y de posicionamiento. Asistieron veinte personas de las cuales dieciséis estuvieron de acuerdo con la nueva Imagen y cuatro no. Cabe anotar que estas 4 personas llegaron al final del taller y no lograron escuchar la sustentación del nuevo logotipo y la explicación para el cambio. En el taller se explicaron las razones para cambiar el antiguo logotipo, las cuales fueron expuestas en el anterior informe y se recordaran a continuación:

### 3.2.9.1. Propuesta y Desarrollo de Marca Colectiva

Aplicación del logotipo actual



Fuente: Etiqueta – Hecho en la Loma de la Cruz  
Figura original Estilización Antonio Grass



Grass Antonio (1979) Animales Mitológicos. Bogotá litografía Arco

- Después de una revisión bibliográfica, se valida que el actual símbolo que inspira el logo del Parque Artesanal Loma de la Cruz, es tomado de la obra del Maestro Antonio Grass. Dicho diseño se encuentra publicado en el libro “Animales Mitológicos” del año 1979.

El símbolo proviene de un proceso de estilización que el artista realiza con piezas



- originales precolombinas. Para este caso el símbolo es una estilización de un bastón perteneciente a la cultura Sinú, cuya pieza original se encuentra en el Museo del Oro Sinú en Cartagena.
- El uso de este símbolo pone en manifiesto una posible infracción relacionada con derechos de autor. Un futuro registro de marca con este símbolo causaría su posible negación.
- Finalmente, si el deseo es tener un logo con elementos precolombinos, lo más pertinente sería optar por símbolos de culturas indígenas propias de la región, tales como: Calima, Lili, o Malagana.

### **Nueva Propuesta**

- La nueva propuesta de logotipo toma como inspiración, el referente arquitectónico del Parque Artesanal Loma de la Cruz, creando de esta forma una Marca pictórica. Las marcas pictóricas son imágenes literales reconocibles, simplificadas y estilizadas las cuales aluden al nombre, la misión o un atributo de la marca.
- Para la propuesta, se realiza una abstracción de los módulos o locales desde una vista frontal del parque. Estas curvas se aprovechan para hacer juego visual apoyado en colores alegres y contrastantes que hacen referencia a la alegría de Cali y su calidez. De igual forma se quiere resaltar la variedad de productos y colores que se pueden encontrar al llegar al parque.
- Para terminar, se ilustra una curva más pronunciada que representa una loma. Finalmente se inserta la cruz representativa del parque artesanal.
- Esta propuesta se justifica pues los módulos arquitectónicos tienen mayor recordación en el imaginario caleño del Parque Artesanal Loma de la Cruz, siendo más pertinente que el diseño actual basado en una cultura precolombina que dista mucho de la identidad del parque y de la ciudad.
- El objetivo del nuevo logotipo, es apoyar el posicionamiento del parque como un sitio de alto valor turístico tanto para los caleños como los visitantes nacionales y extranjeros.

A continuación, se presentó la nueva propuesta la cual ya era conocida por varios, ya que fue usado para las piezas utilizadas en la muestra artesanal realizada en diciembre pasado en el marco de la primera fase del proyecto.



Se explicó a que se quería llegar con esta nueva propuesta, la cual toma como inspiración el referente arquitectónico del Parque Artesanal visto desde la Calle Quinta, que es la cara visible del Parque hacia la ciudad y los visitantes. Se explicó el porqué de los elementos utilizados, como los módulos, la cascada y la icónica cruz, la cual es símbolo de este lugar desde antes de que existiera el parque. Se habló del color, de cómo representaba la calidez y alegría de la ciudad, así como la variedad de productos, colores, oficios y técnicas que se pueden encontrar en este lugar.

Se presentaron las versiones en grises y blanco y negro del logotipo, así como su versión horizontal, la cual se puede usar en otras piezas.

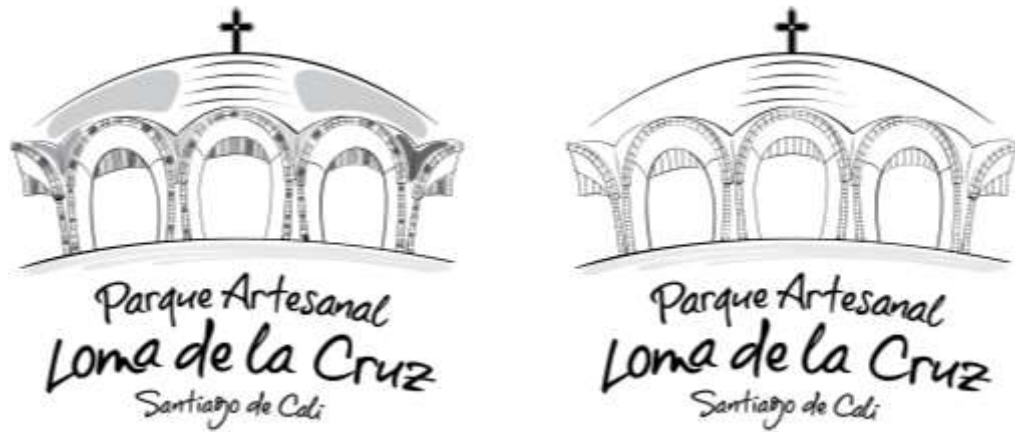
#### Paleta de color



Logo a color versión horizontal



Aplicación en grises y blanco y negro



También se presentaron propuestas de aplicaciones gráficas para el logotipo, representado en piezas de merchandising o suvenires, los cuales también pueden ayudar al posicionamiento del parque y a su mercadeo.



Se realizó un pequeño esbozo para la señalética del parque, mostrando una propuesta para el aviso de la calle Quinta, el cual es de vital importancia para los artesanos, ya que lo han manifestado en los diferentes talleres y reuniones y los avisos por niveles.

Se presentan dos alternativas por niveles:

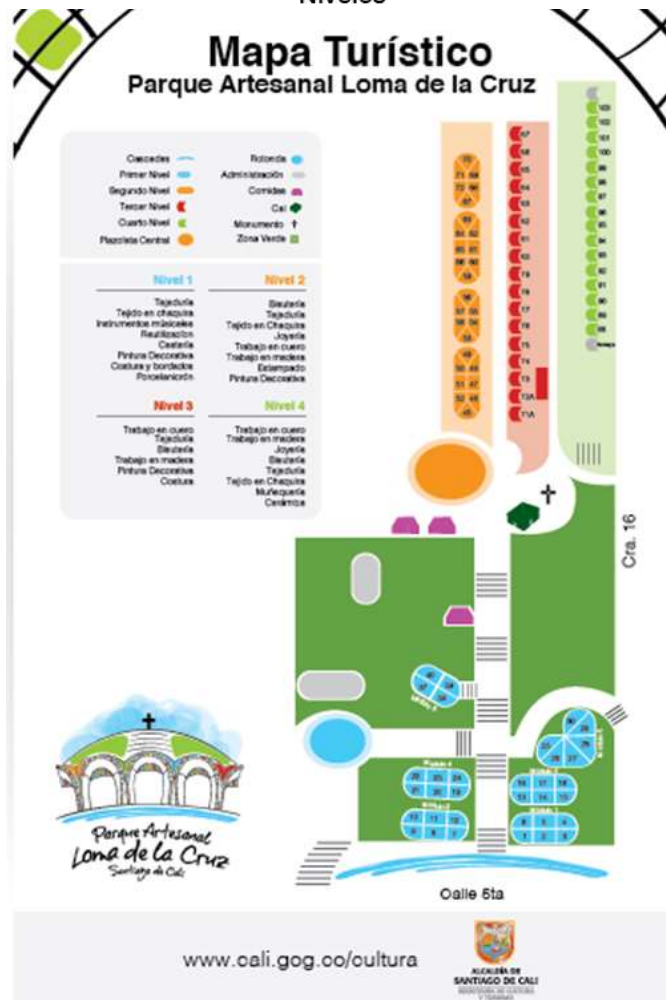




Entrada



Niveles



El taller culminó con muy buena aceptación de los asistentes y una gran motivación para empezar a implementar esta nueva propuesta. Sin embargo y debido a la baja asistencia que en general tuvieron todos los talleres y pensando en que se debería lograr la aprobación de la mayoría, se realizó la socialización del logotipo directamente en el parque, local por local, acompañando el ejercicio con un sondeo a todos los artesanos del Parque Artesanal, incluyendo a los que no asisten a los talleres, para conocer su opinión sobre la nueva propuesta, llevando hasta sus puestos de trabajo la capacitación sobre marca colectiva, enseñando la nueva propuesta y explicando los conceptos que se impartieron en el taller de socialización, como los inconvenientes que presentaba el actual logotipo y sustentando la nueva propuesta.

Para el sondeo se realizaron 3 variaciones de la propuesta presentada para la nueva imagen del parque, ya que la mayor inconformidad se había encontrado en la cruz utilizada en la nueva imagen, también se mostró otra opción para la tipografía y algunos leves cambios en color.

### **3.2.9.2. Sondeo Aprobación logotipo marca colectiva Parque de la Cruz Artesanal Loma**

#### **1. ¿Estuvo presente en la explicación y sustentación del Logotipo para el Parque Artesanal Loma de la Cruz?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

#### **2. ¿Percibe identidad del Parque Artesanal Loma de la Cruz en el nuevo logotipo propuesto?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

#### **3. ¿Qué elemento le cambiaría a la nueva propuesta de Logotipo?**

- a) La cruz \_\_\_\_\_
- b) La arquitectura del Parque \_\_\_\_\_
- c) El color \_\_\_\_\_
- d) El tipo de letra \_\_\_\_\_
- e) No le cambiaría nada \_\_\_\_\_

#### **4. ¿Entre la opción 1, 2 y 3 del logotipo cuál es su preferida?**

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_



Este ejercicio arrojó los siguientes resultados:

A la pregunta **¿Percibe identidad del Parque Artesanal Loma de la Cruz en el nuevo logotipo propuesto?**

48 artesanos percibieron identidad en la propuesta y solo 4 no, algunos por razones religiosas y otros porque simplemente no se identificaban con la propuesta.

A la pregunta **¿Qué elemento le cambiaría a la nueva propuesta de Logotipo?**

11 personas opinaron la cruz, 9 el color, 2 la tipografía y 1 la arquitectura. Por otra parte, 29 personas opinaron que no le cambiarían nada.

A la pregunta **¿Entre la opción 1, 2 y 3 del logotipo cuál es su preferida?**

17 artesanos estuvieron de acuerdo con la opción 1, 23 con la opción 2 pero con la cruz de la opción 1, pues es la más fiel a la cruz original y sólo 8 escogieron la opción 3.

Teniendo en cuenta los sondeos y las propuestas más pertinentes de los artesanos, se realizaron algunas modificaciones a la propuesta original. A la opción 1 del sondeo (propuesta original), se incluyó el cielo de la opción 2, que fue uno de los elementos que más gustó entre los artesanos, ya que según ellos daba más vida al logotipo y mostraba uno de los elementos más característicos de la Loma de la Cruz: ser un mirador a cielo abierto. Siguiendo con los cambios, se eliminaron algunos detalles para hacer la propuesta menos pesada visualmente y más sencilla para algunas aplicaciones y técnicas de impresión, se incrementó la intensidad de algunos colores como el verde y el azul, se dió un poco más de relevancia a las líneas que representan la cascada y se eliminaron detalles a la cruz.

Propuesta original



Propuesta final



Propuesta final blanco y negro



Para la propuesta en blanco y negro, se eliminó el cielo para hacerla más limpia. También se dejó planteada la opción horizontal del logotipo, ya que para ciertas aplicaciones, es más adecuada y hace parte del manual de marca, el cual se anexa al informe.



Propuesta final versión horizontal



Pasacalle con nuevo logo. Actividad Domingo Artesanal en Familia.  
Foto: Andrés Pérez Novoa.

La gran mayoría de artesanos mostraron interés en empezar a usar la nueva imagen del parque y hacerla oficial, de hecho en los eventos recientes que se han realizado, los artesanos han usado esta nueva imagen para promocionarlos.

### 3.2.10. Estrategias de Promoción.

Se priorizaron las siguientes temáticas, de acuerdo a las líneas generales establecidas en el proyecto - Ver anexo Plan de promoción:

- La Publicidad – Las relaciones Públicas, Identificación de los objetivos de la comunicación publicitaria.
- Las promociones de venta – El merchandising (Qué quiero proyectar) Plan de Mercadeo. Estrategia de producto -(Taller articulado con Imagen Corporativa)

- Identificación del Cliente (Clientes reales y potenciales)- Mapa de Actores Estratégicos
- Análisis del mercado. (Taller articulado con Liderazgo empresarial)
- Estrategias de Precio existentes. Factores para determinar los precios (La competencia, los costos, la oferta y la demanda, el perfil del cliente, tipo de producto y fuerzas del mercado)
- Estructura de costos y gastos –Punto de Equilibrio - Margen de contribución.
- Benchmarking – Concepto de Comercio Justo. Competencia y proveedores.

### **3.2.10.1 Cultura de servicio y atención al cliente.**

Se realizó el taller denominado “La Publicidad y las relaciones públicas: Identificación de los objetivos de la comunicación publicitaria”. Este Taller se articuló con el área de diseño, para enfocarlo hacia el tema de líneas de producto, que vienen desarrollando los artesanos junto a los diseñadores industriales. Se abordaron los conceptos de publicidad y relaciones públicas. También se construyó con el aporte de cada beneficiario, las competencias y cualidades de un emprendedor y se realizó una autoevaluación para ver qué competencias debe fortalecer cada uno.

Como inicio de la actividad, cada uno de los asistentes hizo una breve presentación de su negocio a través de un objeto que lo identificara, esto permitió que se rompiera el hielo y se lograra conocer las expectativas de ellos sobre el módulo. De este ejercicio se logró evidenciar que para ellos era la primera vez que tenían la oportunidad de asistir a un taller de emprendimiento. Posteriormente se abordaron los conceptos de publicidad y relaciones públicas. Este taller tuvo como propósito hacer comprender a los artesanos la importancia de definir estrategias de promoción a través de la publicidad para impulsar y dar a conocer su negocio.

Se pudo evidenciar que el 80% de los artesanos no utiliza ningún medio publicitario para atraer nuevos clientes o mercadear sus productos. En esta jornada se trabajó una metodología interactiva a través de la lluvia de ideas y la exposición de casos empresariales reales que les permitió identificarse para potenciar las estrategias publicitarias usadas en cada uno de los casos. También se construyó con el aporte de cada beneficiario las competencias y cualidades de un emprendedor y realizaron una autoevaluación para ver que competencias debía fortalecer cada uno. Los artesanos se sintieron cómodos durante el encuentro, pues les permitió darse cuenta de las cualidades que tienen como artesanos pero a su vez del reto que tienen de fortalecer sus competencias como empresarios.

### 3.2.10.2. Conocimiento del consumidor como estrategia para permanecer en el mercado.

Este taller, denominado “Las promociones de venta, el merchandising (qué quiero proyectar), plan de mercadeo, estrategia de producto”, se realizó en coordinación con la profesional de imagen corporativa, para validar los conceptos de publicidad que se vieron en el taller anterior, revisando material POP (point of purchase o punto de compra) y algunos criterios para usarlo como material promocional de sus negocios. Se les socializó el nuevo logo del Parque Artesanal como un referente e insumo para construir un plan promocional como colectivo de artesanos. Por último se trabajó la Matriz de Boston, la cual consiste en un método gráfico de análisis de cartera de negocios, utilizada generalmente para el análisis estratégico y la planificación corporativa, que debido a su estrecha relación con el marketing estratégico, se considera una herramienta muy útil para este propósito. Su finalidad es ayudar a definir enfoques para distintos negocios o unidades productivas, e identificar con claridad donde invertir, desinvertir o abandonar. El propósito con los artesanos era identificar por grupos la clasificación de sus productos de acuerdo a su rotación y rentabilidad:



Cultura de servicio / Conocimiento del consumidor. Fotografías: Andrés Pérez.

- a. Productos Estrellas:** Son los productos innovadores, los que están de moda y el mercado los pide, Son productos que pueden volverse muy rentables en la medida que logren ofrecer un gran valor agregado
- b. Productos Vaca:** Son los productos que mayor rentabilidad tienen en el negocio, son los que más venden y generalmente son los productos que caracterizan y posicionan un negocio. Se debe procurar contar siempre en el inventario con ellos.
- c. Productos Incógnita:** Son productos que no sabemos qué tan aceptados son por los clientes. Suelen tener poca rotación pero debemos tenerlos porque en algún momento llega el cliente para ellos. No tienen temporada definida para venderlos.
- d. Productos Perro:** Estos son los mal llamados productos “cañengo” llevan mucho tiempo en el inventario, en algún momento fueron productos estrella pero puede que hoy en el negocio me estén generando pérdida.

Con este ejercicio cada artesano tuvo la tarea de identificar el ciclo de vida de sus productos.

### **3.2.10.3. Negociación**

En este taller se abordó el tema de Educación Financiera para analizar su mercado y sus clientes potenciales. Se habló del ahorro, la inversión y sobre el manejo de la economía familiar, haciendo una diferencia importante de la economía de su negocio. Se contó con el acompañamiento y apoyo de Finamérica, con quienes se coordinó el taller de fuentes de financiación para microempresarios. Este taller tuvo como propósito entregar a los artesanos conceptos sobre el buen manejo del dinero y estrategias para ahorrar.



Fotografía: María Isabel Barón

El taller fue práctico y permitió la interacción constante con los beneficiarios en torno a sus sueños como personas y empresarios, de esta manera se logró concientizar sobre la importancia de la organización de los gastos del negocio y los familiares así como la separación de los mismos. Se pudo evidenciar que los artesanos mezclan las finanzas del negocio con las familiares y esto representa un riesgo como empresarios a la hora de pensar fortalecer y/o ampliar su empresa. Se realizó un ejercicio práctico con una guía que maneja Finamérica para identificar factores de riesgo en la administración de las finanzas.

### **3.2.10.4. Auditoría del servicio y atención al cliente.**

Se trabajó el tema de Estrategias de consecución de clientes a través de la construcción participativa de un mapa de actores del parque artesanal. El ejercicio fue muy interesante porque les permitió identificar todos los actores estratégicos que confluyen en el parque y de esta manera establecer el nivel de relación y corresponsabilidad con cada uno de estos actores. Esta actividad sirvió para que los artesanos vieran el gran número de posibilidades que tienen a su alrededor para consolidar redes que les permitan atraer nuevos clientes y fidelizar los actuales.

En la segunda parte de la jornada se evidenció la necesidad de incursionar con nuevos clientes como las empresas y se planteó la posibilidad de elaborar un portafolio de suvenires que sirva como cara de presentación y estrategia como grupo para gestionar ventas por volumen.

Al finalizar el taller se realizó un ejercicio de juego de roles denominado “Los invendibles” en donde se puso a prueba las habilidades comerciales de cada uno de los artesanos. La retroalimentación de este ejercicio permitió evidenciar que los artesanos tienen un alto potencial comercial que falta poner en práctica, sin embargo 2 de ellos tuvieron resistencia al ejercicio por pena, pero sus compañeros lograron vincularlos al ejercicio asignándoles un rol acorde a sus perfiles. Gracias a este ejercicio la mayoría de ellos logró darse cuenta de que deben organizar sus estrategias de comerciales para incrementar sus ventas.

### **3.2.10.5. Políticas de fijación de precios.**

El tema desarrollado fue “Análisis de Costos y Estructura de precios”. Este encuentro fue muy interesante porque se pudo evidenciar que los artesanos no tienen clara la diferencia entre los costos fijos y los variables. En este orden de ideas, con ejemplos reales se pudieron dar cuenta que sus costos eran altos en relación al precio final del producto que vienen manejando. Sin embargo, en este ejercicio no solo se tuvo en cuenta el tema de costos, sino también la competencia, aspecto que viene generando unas prácticas desleales entre ellos, solo por quitarse clientes. Esta perspectiva de competencia va a cambiar, en la medida en que todos entiendan que como Parque Artesanal deben trabajar en colectivo y generar acuerdos de precios competitivos de acuerdo a sus costos y gastos. Se trabajó también el concepto de Margen de Contribución, que les permitió identificar si con el precio establecido lograrían cubrir los costos variables y fijos y adicionalmente sus gastos administrativos.



Foto María Isabel Barón. 2015

Los artesanos se mostraron muy reflexivos con los ejercicios prácticos, ya que los ejercicios prácticos dieron muestra de que administrativamente tenían debilidades que estaban repercutiendo en sus ingresos.

Se manifestaron algunas quejas entorno a la problemática de convivencia en el parque, pues muchos de sus colegas han legitimado una dinámica de precio por competencia y no por costos, por cooperación o por valor agregado de sus productos, lo que muestra un claro riesgo de fracaso para algunos artesanos que carecen de capital de trabajo para invertir en economías de escala que minimicen costos.

### **3.2.10.6. . Punto de Equilibrio.**

Se trabajó el concepto de Punto de Equilibrio, donde los artesanos lograron identificar las ventas mínimas de su negocio para mantenerse y de esta manera establecer una meta clara mensual y diaria de ventas para generar utilidad. Este tema fue muy importante porque les dio herramientas de planeación en sus ventas y les permitió ver la importancia que tiene abrir sus negocios en un horario fijo, pues en la medida en que tienen clara la meta del día, entenderán que deben establecer estrategias para lograrla. Posteriormente se trabajó el concepto de comercio justo y un comparativo de valor agregado con sus competidores directos para identificar ventajas y desventajas de su competencia. La metodología fue a través de trabajo por grupos que permite el fortalecimiento de redes y relaciones entre ellos.

De acuerdo a lo conversado con los artesanos durante el taller se pudo establecer que la baja asistencia respondía a que muchos de los artesanos pensaban que se les iba a entregar materiales o dinero para fortalecer sus unidades productivas; sin embargo siempre se les aclaró en los talleres que para sacar adelante un negocio no solo se necesita dinero, sino organización y disciplina para administrar los recursos existentes de manera eficiente y eficaz.

Por último se trabajó y concertaron los criterios para establecer los precios de los productos de acuerdo a lo aprendido en los últimos encuentros. Algunos de los criterios fueron:

- El mercado
- La competencia
- Los Costos
- La ubicación
- La innovación
- Los clientes

- Materiales
- Margen de contribución



Fotografía: María Isabel Barón

### 3.2.10.7. Alianzas comerciales.

Se trabajó el concepto de comercio justo y un comparativo de valor agregado con sus competidores directos para identificar ventajas y desventajas de su competencia. Teniendo en cuenta la poca asistencia al taller anterior, se reforzó el ejercicio práctico para calcular el punto de equilibrio, con el apoyo de los artesanos que si asistieron al taller anterior. Luego se realizó en conjunto la concertación de las estrategias de promoción a implementar como colectivo y que son el insumo para el plan promocional a entregar al proyecto. Como estrategia, se definió lo siguiente:

- a. Crear un grupo de Facebook. El grupo manifestó que era una idea que tenían hace mucho tiempo, creándose así un perfil llamado “Artesanos de la Loma de la Cruz”, donde se publicó y divulgó un evento llamado “Domingo de Artesanías en Familia”, elaborado el 1° de Noviembre. También se han publicado fotos de los distintos negocios. El acuerdo es definir el administrador de este grupo, el cual debe ser un artesano líder que maneje muy bien esta herramienta.
- b. Señalización del parque (general e individual) Los negocios no tiene nomenclatura, lo que dificulta la ubicación de los negocios en el parque por parte de sus clientes.
- c. Cambio de Imagen: El nuevo logo aprobado por todos los artesanos, les permitirá generar un cambio de percepción por parte de la comunidad en general.
- d. Material POP: Este material ya lo han venido trabajando con el nuevo logo con apoyo de los diseñadores y la profesional de imagen Corporativa.
- e. Agenda Cultural: Los artesanos están trabajando en la construcción y concertación de una nueva agenda cultural para el parque y como muestra de ellos el 1° de Noviembre realizaron un evento con cuenteros, muestra artísticas y otras

actividades de tipo comunitario que fue muy bien recibida por los visitantes del parque.



Fotografías: María Isabel Barón



Pantallazo del grupo en Facebook

### 3.2.10.8. Asesorías individuales a los artesanos:

Por solicitud de los artesanos se brindaron asesorías individuales en los siguientes temas:

- a. Revisión de costos variables
- b. Apoyo en el cálculo del margen de contribución por producto y negocio en general.
- c. Asesoría en la Exhibición de sus productos
- d. Asociatividad y trabajo en redes o alianzas estratégicas entre ellos.
- e. Asesoría en aspectos administrativos, separación de las finanzas del negocio de las familiares.
- f. Revisión de Gastos administrativos.





Recorrido PALC. Locales cerrados, niveles 3 y 4, viernes 4 pm. Foto: Andrés Pérez

### **3.2.11. Desarrollo Humano**

En este tema transversal a todo el proceso, se trabajaron diversos temas como refuerzo a los diferentes temas tratados en el proyecto, a saber: descubriendo mis necesidades y motivaciones, autoconocimiento: iniciando el camino hacia mi desarrollo, autoestima: la llave que abre la puerta hacia el crecimiento personal, la autonomía y la autodeterminación, liderazgo y emprendimiento, comunicación asertiva: en conexión armónica con mi entorno, el diálogo: ejerciendo la tolerancia y el respeto, el manejo del conflicto: encontrando soluciones acertadas y asertivas, reconocimiento de derechos: rutas de atención.

#### **3.2.11.1. Descubriendo mis necesidades y motivaciones.**

En este taller se proyectó una presentación con el propósito de retomar algunos aspectos de la fase anterior: El primero fue el mapa de problemáticas, con el fin de darles a conocer a los artesanos que sus falencias se han tenido en cuenta para, a partir de estas, construir motivaciones que generen acciones hacia una transformación de paradigmas. El segundo aspecto que se mostró en la presentación fueron algunas de las frases que escribieron como parte del ejercicio de hacerle un poema al parque artesanal como si fuera una persona, las cuales daban cuenta del sentido de pertenencia que tienen hacia este espacio. Como tercer aspecto abordado, se volvió a los proyectos de vida que ya habían elaborado, recopilando sus motivaciones de vida y algunos de sus propósitos, para con esto dar paso a las ideas que plasmaron con relación al parque y su parte personal, las cuales son vitales para la transformación que pretenden. Se mostraron algunas fotos para recrear la presentación y apelar a la memoria como vehículo para construir un cambio significativo.



Fotografía: Carolina Yara.

### **3.2.11.2. Autoconocimiento: Iniciando el camino hacia mi desarrollo.**

En este taller, se inició con una actividad que consistía en sacar de una bolsa llena de papeles doblados, preguntas evaluativas sobre autoconocimiento y autorreflexión, sobre diferentes planos de la vida; las respuestas se fueron compartiendo entre todos. La dinámica buscaba además, promover el pensamiento crítico sobre varios aspectos, como su desempeño en el oficio, su disposición ante los asuntos de importancia, el saber priorizar, la diferencia entre ejercer la crítica constructiva y la destructiva; el conocer sus habilidades y potencialidades, así como las falencias y debilidades.

Seguido a lo anterior, se les entregó una serie de fotografías con relación a las preguntas de autoconocimiento, imágenes que condujeran a la reflexión sobre la realidad que se vive y a pensar en los derechos y deberes como guías imprescindibles para el proceder que deseen emprender. Esto como aspecto clave para contextualizarlos en la situación actual del país y cómo, por medio del pensamiento creativo y el trabajo en equipo, se pueden mejorar las crisis. Se les brindó un espacio para ultimar detalles con relación a la actividad en conmemoración a la semana nacional por la paz que llevaran a cabo el 12 de septiembre de 2015.

La segunda fase de este tema, se abordó con una evaluación del ejercicio previo que consistió en una actividad dominical de carácter simbólico, enmarcada en la semana por la paz y completamente autogestionada. La evaluación enfatizó en temas como la asistencia, debido a que es una de las mayores dificultades que se presentan en la ejecución del proyecto. Se evaluaron por medio de carteles que mostraban gráficos de barra, aspectos como la puntualidad, las ideas que aportaban, el compromiso, la buena actitud, el trabajo en equipo, el liderazgo, la capacidad de iniciativa, los productos artesanales que realizaron para obsequiar ese día, el mejor local decorado y organizado, el apoyo logístico, la creatividad, el uso de la identidad como pilar en la creación, investigación del tema, la

autonomía, la buena comunicación, la organización y planeación, entre otros aspectos que se socializaron con el fin de mostrar todas las ventajas que tienen como grupo perteneciente tradicionalmente a un hito urbano de la ciudad. Se resaltaron además los actores que estuvieron presentes.



Foto Alejandra Cárdenas. 2015

Posteriormente se hizo el ejercicio de “ponerse en los zapatos del otro”, el cual tuvo como objetivo trabajar el tema de la empatía, el cual se prioriza dentro de la parte formativa, para mejorar la comunicación entre las partes y fomentar el fortalecimiento de lazos de solidaridad. Se les reitera la importancia de asociarse de manera organizada y estratégica.

La jornada se cerró con la actividad de choque llamada “el lago de los miedos”, la cual consiste en visualizar en el suelo un rectángulo imaginario, de aproximadamente cinco metros por tres, en donde se depositan todos los miedos, dejarlos hundir en el agua, para después, por el extremo del lago, poder pasar a partir de una estrategia que como grupo deben desarrollar, debido a que solo hay tres hojas para poder atravesar el camino y sólo se puede pisar una vez sin sobrepasar con los pies el borde. El ejercicio enseña a dejar atrás los miedos, para en equipo y haciendo uso del pensamiento creativo, poder sobrellevar las dificultades.



Foto Alejandra Cárdenas. 2015

Se dejó la tarea de llevar a un invitado del parque artesanal que no esté asistiendo, realizar la agenda personal y traer acciones para un plan de acción para el parque, que

puedan desarrollar con ayuda de la administración, aspecto que es urgente para el empoderamiento de los actores en el espacio.

### **3.2.11.3. Autoestima / Autonomía y la autodeterminación.**

Como parte del proceso, para este taller se planteó un orden de trabajo más estricto, basado en la puntualidad, que se resaltó como aspecto a mejorar con el ejercicio evaluativo. La agenda inició con la actividad del autoestima llamada “Mis manos Crean”, la cual se desarrolló por parejas entre personas que no han socializado mucho en el parque; posteriormente se hizo la revisión de las tareas y se les entregó el formato para que consignen la agenda personal final. Luego se hizo un ejercicio de cartografía social del parque cuyo propósito fue hacer un reconocimiento del espacio y dibujar cómo podrían embellecerlo con las propuestas del plan de acción que se pueden llevar a cabo a corto y mediano plazo, estipulando fechas y marcando en el dibujo del parque lo que se podría realizar. La idea del ejercicio cartográfico, es lograr tras el empoderamiento, los otros dos autos, es decir, la Autonomía y la autodeterminación en los actores.



Foto Alejandra Cárdenas.2015

Se les acompañó en la terminación del ejercicio cartográfico que consistió en plasmar sobre el mapa que ya habían dibujado, todas las ideas que contemplaron dentro plan de acción. En este ejercicio se les sugirió ser claros, realistas y pensar de manera vinculativa con la comunidad como estrategia de apropiación del bioespacio que es el parque, reconociendo las potencialidades de cada uno y cada una, e ir perfilando responsabilidades y compromisos para la gestión.

### **3.2.11.4. Liderazgo y emprendimiento.**

Se realizó una actividad reflexiva sobre el camino de vida que cada uno eligió como emprendedor, enfocándolo hacia un conversatorio sobre el liderazgo, el cual contó con una reflexión realizada por uno de los líderes del grupo, el artesano Wilfredo Méndez, que consistió en unos pasos que según su determinación, conllevaban al empoderamiento de

varios procesos, teniendo como base el liderazgo de la propia vida. Posteriormente se hizo un círculo que abarcó todo el salón, para realizar un ejercicio neurolingüístico de programación sobre el liderazgo, la fuerza interna, la integralidad y el respeto por el otro, las cuales se iban repitiendo mientras se giraba en el sentido de las manecillas del reloj. Una vez culminado el ejercicio anterior, se organizaron de nuevo en la mesa alrededor del mapa que ya habían adelantado en el ejercicio cartográfico, para intervenirlo y pensar en organizar las ideas que les permitirán llevar a cabo el plan de acción.



Foto Alejandra Cárdenas.

#### **3.2.11.5. Comunicación Asertiva – En conexión armónica con mi entorno.**

En este taller se realizó una dinámica inicial sobre la confianza, la cual se desarrolló por parejas que iban rotando a medida que se les cambiaban las preguntas que debían compartir con sus compañeros. El propósito de estas “citas”, es construir narrativas que permitan el conocimiento de la otra persona (se orientaba a que la interacción se diera entre personas con las que casi no se relacionan, en esta parte fue importante conocer al grupo para reorganizarlos, en caso de que se resistieran a hablar con algunas personas) y con esto aumentar el grado de asertividad en la comunicación, partiendo de la empatía y el no tomarse nada personal, comprender que la otra persona tiene una realidad distinta. La actividad se hizo con las siguientes preguntas:

- ¿Qué es lo que más le disgusta?
- ¿Cuál ha sido el momento más triste en su vida?
- ¿Qué es lo que más ama?
- ¿Qué es lo que más le indisponen?
- ¿De qué sufre usted?
- ¿Qué es lo que más disfruta hacer?

Se hizo la socialización de la actividad, en donde se habló de la armonía de las relaciones, cómo equilibrar el entorno y las bases-propsósitos de la actividad.

Posteriormente se hizo un ejercicio de relajación que contribuye como aprendizaje en el control del enojo, en el momento en que se presente una discusión y demande soluciones asertivas para armonizar el entorno, el cual consistió en recoger las prácticas que cada participante utilizaba y ponerlas en práctica de manera rápida entre compañeros.

Finalmente se realizó la actividad evaluativa que tuvo las siguientes preguntas:

1. ¿Por qué es importante autoevaluarme?
2. ¿He cumplido con las tareas que me ha dejado la tallerista? Si es no ¿por qué?
3. Nombre cinco aspectos de un líder.
4. ¿Por qué cree usted que no tiene éxito en algunas cosas?

Se cierra el orden del día con varios: Terminar plan de acción, ultimar detalles para la primera actividad de recolección de fondos, que contempla el plan de acción.



Fotografía: Alejandra Cárdenas

Como resultados del taller se tuvieron los siguientes:

- Reconocimiento de que las demás personas tiene una realidad propia. No tomarse nada personal.
- La importancia del conocimiento de la otra persona como ser humano que tiene sentimientos y vivencias similares al resto del grupo.
- Construcción de narrativas que van afianzando los lazos y las posibles alianzas estratégicas entre gremios artesanales.
- Conocimiento acerca de formas que desde la sabiduría ancestral indígena hacen para la armonización con el entorno: tres participantes son indígenas y nos compartieron sobre plantas, palabras y círculos de la palabra y de organización.
- En la evaluación se vio que tienen una mala redacción, ortografía, cohesión y coherencia. Se lee mucho conformismo y falta de proyección, además de resistencia frente a los mecanismos que deben emplear para generar cambios. Se perciben temerosos con relación a decisiones que tome la administración y los afecte. Hay reconocimiento de problemáticas, pero no vislumbran formas de acción efectivas.

- Concretaron la primera actividad de recolección de fondos: Kermes, pulguero artesanal y bingo.



### 3.2.11.6. El Diálogo – Ejerciendo la Tolerancia y el Respeto.

El orden del día comenzó con la presentación del tema, incorporando una variable más en el tema del diálogo: la *escucha*, por tal motivo, se escoge a una de las asistentes para que lea la definición de “*Respeto*” con su origen etimológico y algunas recomendaciones importantes para ponerlo en práctica. Una vez la compañera leyó, se les preguntó a los otros por lo que acababan de escuchar. Posteriormente, debido a la falta de atención, se leyó de nuevo la definición de “*respeto*”, luego la definición de “*Tolerancia*”, con los mismos componentes que se abordaron del respeto, para con esto introducir a una dinámica de casos, mediante el énfasis en la importancia de ser buenos receptores a la hora de entablar un diálogo en cualquier condición que se presente.

La dinámica de casos se hizo sacando por parejas a algunos de los asistentes para que representaran una situación concreta, contextualizada en la realidad del parque, que se guio por la siguiente pregunta: ¿cómo decirle al otro que tiene un defecto y debe mejorarlo? Se cerró con la socialización de sensaciones y percepciones. Se finalizó con un espacio de diálogo sobre la primera actividad de recolección de fondos para el plan de acción, orientado al reconocimiento de falencias y recomendaciones a tener en cuenta, así como a la concreción de un cronograma.



Foto Alejandra Cárdenas

Se tuvieron los siguientes resultados:

- Reconocimiento de la importancia de escuchar (diferente a oír), a la otra persona.
- Reconocimiento de la importancia del respeto en nuestras relaciones, especialmente a la hora de dirigirnos a las demás personas.
- Descubrir que la tolerancia es soportar algunas situaciones, teniendo claro que el objetivo y meta que se tiene, es adquirir la capacidad para seguir adelante.
- Reacciones muy positivas al llevar la teoría a la realidad, con las nociones trabajadas. Pudieron hacer críticas constructivas. Se les orientó en la manera de hacerlo para no ser ofensivos.
- Ajustes en la actividad del plan de acción.

### **3.2.11.7. El manejo del conflicto- Encontrando soluciones acertadas y asertivas.**

Los artesanos planearon una obra de teatro que siguiera las indicaciones suministradas, la primera instrucción fue que representaran los conflictos que se viven en el parque, la segunda fue que se mostraran las soluciones que creen serían el estado ideal de las cosas. La presentaron en equipo y posteriormente hicieron una explicación de lo que quisieron mostrar.





Fotografías: Alejandra Cárdenas

Posteriormente se enumeraron del 1 al 2, para la conformación de dos grupos. A cada grupo se le dio una parte del reglamento interno para que lo leyeran y realicen una exposición para el otro grupo.



Fotografía: Alejandra Cárdenas

El taller arrojó los siguientes resultados:

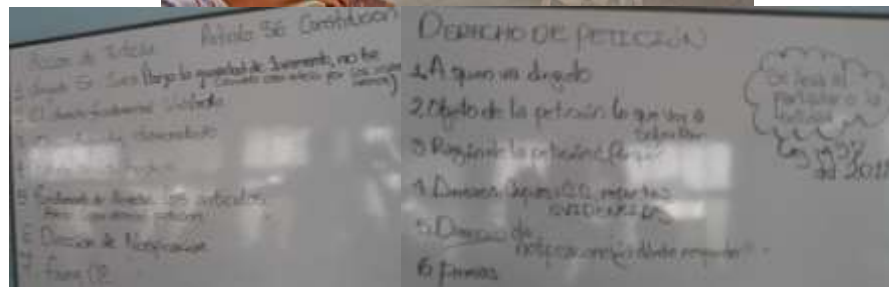
- Transformación de las problemáticas en posibilidades de mejoría y de aprendizaje.
- Una obra de teatro colectiva, que muestra la inconformidad con la administración, el problema de la competencia desleal, cómo se trata a los turistas, a la vez de mostrar cómo debería ser la situación.
- Dos exposiciones sobre el reglamento interno: críticas, propuestas, evaluaron el quehacer de cada uno y reconocieron que están fallando en varios puntos

#### **3.2.11.8. Reconocimiento de derechos - Rutas de atención.**

Se hizo una introducción basada en la idea de que, para poder hacer valer los derechos, deben tener el conocimiento de estos y se deben cumplir unos deberes. Se le dio paso al abogado Juan Carlos Ortega, invitado a la actividad, quien comenzó su intervención preguntando por las expectativas de la actividad y si se habían leído los documentos que

en días anteriores se les había entregado módulo por módulo. Socializaron el documento entregado, el cual contenía los derechos fundamentales de la constitución política de Colombia y una parte sobre las acciones de tutela.

Al terminar el tema de los derechos fundamentales, en el tablero se les hizo el esquema de cómo hacer un *derecho de petición*, en el ejercicio de reconocimiento de los derechos y en el caso de que no se les respetaran, ejemplificando con casos concretos del parque. Seguido a esto se les explicó cómo hacer una acción de tutela y también se resolvieron preguntas sobre casos concretos.



Fotos Alejandra Cárdenas

Se tuvieron los siguientes resultados:

- Comprensión de que hay unos deberes por cumplir, al igual que unos derechos fundamentales.
- Aprendieron a hacer un derecho de petición.
- Aprendieron a hacer una acción de tutela.
- Conocimiento de los derechos fundamentales: les entregamos un documento guía.
- Se resolvieron preguntas sobre casos concretos y cómo salir de esas situaciones.

### 3.2.11.9. Propuestas de los diferentes grupos de trabajo

#### Grupo 1

La loma de la cruz es un bien público dentro de la infraestructura cultural, recreativa y artesanal.

**Objeto:** Para el desarrollo cultural, artístico, productivo y comercial de los artesanos de Santiago de Cali.

**Misión:** Somos hacedores culturales, portadores de tradiciones, formadores de valores éticos, morales, sociales, humanos y espirituales, para la restauración del tejido social.

**Visión:** Empresa cultural con emprendimiento y sostenibilidad en el área turística, académica y líder en la región, en la industria cultura con imagen corporativa nacional e internacional; articulados con la agenda cultural, local e internacional.

**Perfiles**

Artesanal y folclórico, tradicional y pluricultural.

**Grupo 2**

**Misión**

El parque Artesanal Loma de la cruz, promueve la identidad cultural del valle del Cauca, la producción artesanal y la comercialización por los propios artesanos productores.

**Visión**

El PALC, será reconocido a nivel internacional por la calidad de sus productos, su identidad propia, y como escuela taller.

**Ahorro**

Crear y fortalecer el ahorro cooperativo para invertir en ferias y eventos.

**Debilidades**

**Estructura física:**

- señalética (falta de reconocimiento), falta de mantenimiento del parque, falta de servicio públicos (agua en los baños),

**Social:**

- Consumo de drogas, falta de respeto a la comunidad LGTBI.

**Administrativo:**

- Falta de informe del manejo de recursos (secretaría de cultura – asociación de artesanos del parque).
- Ausencia del funcionamiento de la administración, enviado por la secretaría de cultura en el parque; presencia de comercializadores no productores dentro del parque.
- Falta de aplicación del reglamento interno del parque (personas con más de un punto de venta).
- Falta de espacio para la escuela taller.

**Propuestas para la solución de las problemáticas del PALC**

**Estructura física:**

- Señalética: recorrido y reconocimiento de las diferentes actividades artesanales por niveles y por stand.

**Mantenimiento:**

- Realizar arreglos correspondientes a los techos, acceso para discapacitados en los diferentes niveles, así como una conexión entre cada nivel, creación de baños públicos en los niveles uno y dos; escaleras en medio de la cascada para el acceso al nivel uno, y aumentar sus ventas.
- Embellecimiento del parque, pinturas en los módulos, murales, rejas para impedir el acceso a los techos del tercer y cuarto nivel, y así impedir que se dañen los murales y se agrieten los techos.

**Social:**

- Creación de ruta eco turística, donde se reconozcan las diferentes especies de flora y fauna (policía ambiental colabora trayendo animales incautados)
- Siembra de árboles y flores con el nombre de cada especie según sea.
- Capacitación para los auxiliares del recorrido del parque, especies de fauna y flora, y oficios artesanales.
- Construir casas para las aves y materas con productos reutilizables o material recuperado, iluminación en lugares estratégicos para evitar el consumo de drogas y exhibicionismo público.
- Curso de seguridad para los artesanos y crear el frente de seguridad, pito y alarma.

**Administrativo:**

- Todos los artesanos deben estar asociados, asambleas para la socialización de los recursos que el gobierno envía al PALC.
- Asambleas por parte de la asociación para dar cuenta del manejo de los recursos y la gestión de la junta directiva.
- Administrador permanente, con presencia en el parque, con horario laboral y que se preocupe por el bienestar social de los artesanos, que tenga un salario razonable.
- Control interno frente a los comerciantes y no artesanos productores para que se maneje una ética laboral y así todos vendan.
- Junta directiva como veedora del reglamento interno en el parque.
- Cada artesano con un solo punto de venta (artesanos productor)
- Que se retome el proyecto de la escuela taller con el cual se creó la loma de la cruz, espacio físico adecuado.

**Grupo 3**

**Misión**

El PALC se ha reconocido como portador y difusor de identidad cultural a nivel regional y nacional. Rescatando e incentivando al sector artesanal, siendo un epicentro generador de empleo para el gremio artesanal, liderando y promoviendo el sector artesanal.

### **Visión**

Para el 2018 el PALC tiene que ser reconocido como un parque temático de gremios artesanales y turísticos.

### **Problemáticas**

Señalización

Proyecto de la cancha en la rotonda

Porcentaje de la comercialización

Mejorar los eventos familiares

Oferta cultural coherente con los productos (música folclórica)

Regulación en los precios

Baños

Vigilancia

Jardinería

Distribución de los puestos

Campaña de culturización para una sana convivencia

Rescatar las zonas olvidadas y vulneradas

### **Propuestas**

- Poner avisos con letras grandes, puestos con refuerzo ante la intemperie.
- Contactar de nuevo al arquitecto Uribe en Univalle
- Equidad entre los productos artesanales y los comercializados
- Integrar y capacitar a los cuenta chistes para que usen un lenguaje respetuoso con las personas.
- Eventos con música acorde con el espacio como folclor colombiano, música andina, clásica, jazz. También retomar la música permanente en los parlantes de cada puesto por MUSICAR
- Llegar a un acuerdo con todos los artesanos y todos los gremios.
- Poner agua en el parque teniendo en cuanto que todo ciudadano tiene derecho a los servicio básicos
- Veedurías de los ingresos del parque para con esto regularlos.
- Visualizar más al productor y regular más los puestos de cada artesano.
- Campaña de culturización para una sana convivencia
- Integrar a los vendedores de productos y comidas típicas de manera organizada y regulada, retomar el espacio de la rotonda el primer nivel como galería de arte donde estén integrados aristas del mismo parque.
- Retomar la escuela taller, labor social de los artesanos hacia toda la comunidad caleña.

- Bazar artesanal promocionado a todo el público
- Abrir los puestos puntualmente.

#### **Grupo 4**

##### **Administrativo:**

- Se requiere un administrador de empresas, permanente en el parque, con un plan de acción, y con énfasis en desarrollo cultural.
- Transparencia, participación e inclusión en los recursos del parque de los artesanos.
- Caracterización y censo de los habitantes dentro del parque artesanal Loma de la cruz.
- Cumplimiento del reglamento interno del parque tanto de los artesanos como de los visitantes.
- Presencia policial y de seguridad privada dentro del parque (grupo)
- Solicitar la caracterización del parque por medio de artesanías de Colombia, secretaria de cultura u otras instituciones.

##### **Estructural:**

- Mantenimiento, adecuación y construcción de los módulos que faltan.
- Mantenimiento, construcción, adecuación y conservación de los jardines del parque.
- Terminación del proyecto inicial del parque artesanal loma de la cruz.
- Construcción y mantenimiento de baños públicos dentro parque artesanal loma de la cruz.
- Construcción de señalética externa e interna.
- Elaboración de la carga turística PALC.

##### **Colectivo:**

- Tener un organismo de representación participativa, incluyendo a todos los habitantes del parque artesanal y la comunidad, Fundación de asociación o cooperativa.
- Talleres colectivos dentro del PALC que sean necesarios para los artesanos con la participación del 80% en adelante.
- Nombrar un grupo veedor de artesanos y vecinos del PALC.
- Capacitación permanente en los distintos oficios tanto para los artesanos como para la comunidad.
- Equidad de oportunidades de capitalización, eventos, talleres etc.

##### **Aportes unificados:**

- Es importante participar.

- En el PALC hay una descomposición en todos los sentidos, por lo cual debe existir una persona idónea al mando, que se proyecte en el PALC, con perfiles culturales y artísticos.
- Se debe retomar la Escuela Taller, remodelar los baños, organizarnos por sectores.
- No existe voluntad política por parte de la administración y de los artesanos, por lo que hay desconfianza entre las partes, para lo cual es necesario establecer compromisos fuertes y regulados por algún ente designado, como una veeduría. Se propone la conformación de veedurías con agentes neutros, como el Sena.
- Es vital mejorar la comunicación entre artesanos y la administración, para que exista respeto y sana convivencia.
- Estructurar la propuesta de visitas guiadas por parte de los colegios.
- Conservar el patrimonio arquitectónico del parque: esto se dijo debido a que se suprimió el restaurante del parque por la oficina que se está construyendo, cuando este hacía parte de la visión de hito cultural del espacio, y para la ciudad.
- Para poder llevar a cabo muchas de las propuestas, se requieren recursos, por lo que es necesario un plan de trabajo por grupos en donde se asignen responsabilidades.
- Se debe emprender un plan de trabajo en el área social, cultural y a nivel de la infraestructura también.
- Se deben hacer capacitaciones en diversos temas, educar.
- Realizar informes de gestión que sean divulgados a la población.
- Realizar alianzas estratégicas, con centros culturales y los mejores proveedores.
- Realización de eventos con su respectiva publicidad. Posicionar al parque con un público apto para la oferta cultural que se planea.
- Es vital el fortalecimiento de la parte jurídica y normativa en el parque, haciéndolo cumplir.

La última reunión para el restablecimiento del tejido social, tuvo como resultado la conformación de grupos con responsabilidades definidas y la idea de elaborar un plan de acción\* a seguir y gestionar, lo cual permitiría tener como resultados, el empoderamiento y liderazgo de manera democrática por parte de todos los artesanos que sigan la iniciativa, convocando a los demás a ser parte de la transformación y el mejoramiento del hito cultural y turístico de la ciudad, estableciendo alianzas estratégicas con instituciones y demás actores del sector:

1. Grupo de publicidad: John Castaño, Nestor Miller Lemos, María Elsy Ocampo y Enrique Varela.
2. Grupo de pintores: Hanna Amaya, Yasmin Romero, Jonathan Zuleta Osorio y Deybi Acosta.

3. Grupo de gestión cultural: Ángela Ñañez, Eddy Florez, Elizabeth Romero, Verónica Díaz y Wilfredo Méndez Ortiz.
4. Grupo de ecología y embellecimiento: Aura Luz Romero, Paula Andrea Valencia, Nestor Miller, Luz Edith, Luz Marina Ortiz, Jonathan Zuleta, Ernory Torres, Sandra Moya, y Cristian González Cometa.
5. Grupo de eventos sociales y relaciones públicas: Luz Edith Mesa y Mélida Gómez.
6. Grupo de recreación: Alicia Vidal, Mélida Gómez y Ernory Torres.
7. Grupo de proyectos: Eddy Florez, Jonh Castaño, Verónica Díaz, Flamedes Chirimia, María Elsy Ocampo y Enrique Varela.
8. Grupo de niños: María Lucila Peña, Virginia Moyano, Sandra Viviana Villegas y Luz Edith Mesa.
9. Grupo de señalización: Luis Maldonado, Libardo Victoria y Judith Rosero.
10. El grupo Veedor saldrá del representante que se elija de cada grupo, un miembro del Sena, un miembro de la administración y de los barrios aledaños, delimitando responsabilidades para cada miembro.

#### **3.2.11.10. El trabajo en equipo “Aprovechando la oportunidad para ganar más”**

El trabajo en equipo tiene sus falencias en la falta de enfocarse en el objetivo común en el que ya han trabajado (el fortalecimiento del parque artesanal Loma de la Cruz), debido a que se presentan conflictos entre compañeros y sus habilidades comunicativas son débiles.

El taller fue una actividad de confrontación y reconocimiento del otro en sus facultades, en decirle al compañero(a) de manera respetuosa lo que cree debe mejorar y en que planteen la posibilidad de realizar alianzas, lo cual se desarrolló basado en la dinámica de que, de uno en uno pasaran adelante, se sentaran frente a sus compañeros (as) y estos se dirigieran con sus comentarios y críticas constructivas, además de evaluar una posible alianza de innovación en productos.

Los resultados alcanzados:

- Entre algunos compañeros y compañeras no se conocían y no tenían nada que decirse.
- Hubo personas que tenían resistencia a ser confrontada y a recibir crítica de sus compañeros porque tenía prejuicios y se sentía atacada, para lo cual fue necesario hacer un ejercicio de escuchar en privado lo que ella creía que le iban a decir sus compañeros (as), y posteriormente, hacerla pasar a sentarse en frente de todos (as). El contraste entre lo que pensaban sus compañeros (as) y lo que ella pensaba fue bastante grande. La persona que se tomó como ejemplo ha presentado varias actitudes de rencor frente a



hechos pasados con las personas del parque, por lo que la confrontación le desagradaba. Después del taller la artesana mejoró la relación con varias personas del parque y ha dejado de hacer comentarios negativos enfocándose en los objetivos comunes. Su cambio ha sido positivo.

- Existe cariño entre compañeros que llegaron en los inicios del parque; Algunos compañeros establecieron alianzas para la innovación de sus productos artesanales.
- Construcción de la estrategia base para el plan de acción: campaña entre compañeros para contribuir con el cambio de actitud negativa en el trabajo en equipo, utilizando el diálogo y mostrando la importancia de tener un objetivo claro.
- Acta 01.
- Comentarios negativos por parte de algunos compañeros y compañeras que no fueron a la reunión, que no están de acuerdo con decisiones que se tomaron durante esta. Se les invita a participar, como en la introducción se les explicó.
- Propuesta económica y estructural de la Fundación Culata. Acuerdos para hacer un proyecto que apoye la gestión.

### **3.2.12. Participación en ferias artesanales**

El primero de noviembre se efectuó el Domingo Artesanal en Familia que tuvo buenos resultados económicos y contó con la participación del comité de artesanos emprendedores, con el apoyo de varios de sus compañeros, el presidente de la asociación de artesanos y las personas de la comunidad que ven este espacio como un evento que debe repetirse constantemente. El trabajo del comité de artesanos fue arduo y está en construcción, en el sentido de que aprenden a realizar el trabajo en equipo de manera asertiva y acertada, revisando errores y teniéndolos en cuenta para mejorarlos; lo anterior les ha servido de insumo para el trabajo que quieren emprender y así posicionarse como un grupo sólido que va generando credibilidad ante la comunidad y sus compañeros (as).



Volante



Se realizó la 2da Muestra Artesanal o feria artesanal y comercial del Parque Artesanal Loma de la Cruz en la totalidad (cuatro niveles), como una forma de fortalecer el parque y atraer público en la temporada navideña, siendo esta la estrategia de promoción más fuerte y sólida, para garantizar la sostenibilidad del lugar y su posicionamiento como destino turístico e hito histórico y arquitectónico por excelencia. Se decidió ampliar la feria de 20 artesanos a todo el parque artesanal, para generar un mayor impacto a fin de fortalecer la asistencia y afluencia de personas locales y visitantes o turistas.

Se plantearon algunas piezas promocionales entre las cuales se encuentra, un afiche, Eucoles ubicados en sitios de la ciudad, un plegable informativo el cual tendrá una pequeña reseña del proyecto y sus logros además del mapa turístico y los oficios por niveles que se pueden encontrar tanto en la feria como en el parque, cuyo fin fue promover la Muestra y dar a conocer y posicionar el nuevo Logotipo e identidad gráfica del parque a la ciudad y a los turistas. Esto será potenciado gracias a las actividades que

se realiza en la ciudad en el marco de la Feria de Cali y la gran afluencia de visitantes que suelen llegar por esta época.



Afiche



Eucol



Plegable



Se solicitaron 10 eucoles en la Secretaría de Cultura y Turismo, para gestionar los espacios, igualmente se cotizaron y solicitaron los afiches (1100) y los plegables (3000), para la difusión del evento, mediante su distribución en centros comerciales, centros culturales, bibliotecas e instituciones públicas y privadas.



Nivel 1ª

Nivel 1b

Nivel 2



Nivel 3

Nivel 4

La feria se realizó entre el 18 y el 30 de diciembre, enmarcada en la temporada navideña (18 al 24 de diciembre) y posteriormente en la temporada de la Feria de Cali (25 al 30 de diciembre), logrando posicionarse como un sitio de visita obligada tanto para turistas como para los habitantes de la ciudad. Se contó con la colaboración de la Secretaría de Cultura y Turismo y de los mismos artesanos, en una acción conjunta de alto impacto.

#### 4. CONCLUSIONES

- Es necesario tener claridad en la información que se le brinda a las regiones desde el nivel central de Artesanías de Colombia para dar respuesta a los entes departamentales, en caso de que no se firmen los convenios gestionados. Las modificaciones constantes sobre la ejecución de los recursos y la falta de directrices retrasó el proceso de firma de convenios y la gestión de otros documentos causando desgaste operativo.
- Para el Enlace regional y para los entes territoriales, reviste gran importancia el acceso a los resultados de la línea de base del sector artesanal del departamento o caracterización realizadas en el año 2014, información que es básica como diagnósticos y formulación de proyecto. La búsqueda y gestión de aliados institucionales, requiere manejar información concreta del sector artesanal del departamento o de municipios específicos.
- A pesar de la gestión para conseguir recursos y afianzar relaciones con los entes territoriales, el cambio de directrices, políticas y procesos desde Artesanías de Colombia, ocasiona inconvenientes a corto, mediano y largo plazo, lo cual perjudica la credibilidad en el territorio y el fortalecimiento del sector artesanal.
- Las presentaciones digitales realizadas por los asesores se realizó en portátiles personales, situación que no permite a los artesanos sacar mayor provecho de los talleres debido a la dificultad de ver bien; es ideal contar con un proyector o video beam del Laboratorio para las actividades de capacitación.
- Se logró la ejecución del proyecto Loma de la Cruz en todos sus componentes, desde el tema de desarrollo humano pasando por el desarrollo de propuestas formales de diseño para líneas de producto y el diseño de imagen gráfica hasta llegar al tema de gestión comercial con las ferias en el Parque Artesanal Loma de la Cruz y en el evento “Petronio Álvarez”, con asistencia promedio de 20 personas a las diferentes actividades y un total de 40 beneficiarios (la meta eran 71), generando continuidad entre las fase del proyecto para lograr procesos más sólidos y sostenibles.

- Se propone la apertura de la base de beneficiarios a otros artesanos de la ciudad, que puedan aspirar a ocupar locales en el Parque Artesanal Loma de la Cruz, entendiendo que los artesanos que se encuentran actualmente en el parque no tengan asignado un módulo de manera indefinida.
- Los artesanos del Parque dieron grandes pasos sobre la actitud de derrotismo que se diagnosticó al iniciar el proyecto, conformándose el grupo que se autodenominó “Artesanos Emprendedores del Parque Artesanal Loma de la Cruz”, quienes en unión con la junta directiva de la asociación de artesanos, han emprendido acciones positivas para el mejoramiento del parque, para gestionar actividades en beneficio del parque, con quienes se abrió la nueva página de Facebook del Parque Artesanal Loma de la Cruz, como parte de las estrategias de promoción implementadas por el área de emprendimiento y mercadeo. El grupo de artesanos emprendedores quedó muy motivado con los resultados obtenidos y comprobaron que es posible hacer autogestión, participando y empoderándose del parque artesanal.
- Los beneficiarios del Parque han aprendido progresivamente a dirigirse a los demás, con respeto y claridad. Sin embargo, no se hay progreso en la capacidad de escucha dado que tergiversan la información lo que sigue alimentando la crítica destructiva que ha sido uno de los mayores problemas del parque. Es un grupo que necesita reconocimiento y ser escuchado, mejorando su nivel técnico, para lo cual es importante un plan de incentivos.
- Se socializó y aprobó con un 92% de aceptación, el nuevo logo del Parque Artesanal Loma de la Cruz, el cual se envió a la Secretaría de Cultura y Turismo para su gestión y aprobación por resolución con el respectivo manual de identidad.
- Se organizó y planeó un evento por iniciativa de los artesanos, como muestra de su potencial y posibilidades de auto gestión, llamado “Domingo de Artesanías en Familia”. El grupo se motivó con los resultados de las dos actividades de recolección de fondos comprobando que el parque es autosostenible, siendo ellos mismos los responsables de la gestión, empoderándose de los procesos. Se les orientó hacia su sostenibilidad, con trabajo de motivación individual y de enfoque en la consecución de objetivos ya que aún prevalece el interés individual sobre las metas en equipo.

- El cuarto nivel del Parque Artesanal Loma de la Cruz, es el nivel más “muerto”, debido a la inasistencia de los artesanos y no exhibición de productos, la poca concurrencia de público por esta calle, y la inseguridad del lugar. El segundo nivel es el más activo y dinámico por lo que sería importante promover la producción de artesanías genuinas y de alta calidad en esta área. En todo el parque se detectaron únicamente alrededor de 50 locales abiertos y funcionando. Los artesanos se quejan del abandono en que se encuentra la infraestructura del parque Loma de la Cruz.
- La mayoría de los que no participaron se justificaron en que en esta fase no se les entregaron materiales y herramientas. Otros se han visto obligados a conseguir un empleo medio tiempo. Hay poca presencia de nuevas generaciones que estén aprendiendo los oficios y algunos de los artesanos ya presentan enfermedades y vejez.
- Los artesanos tienen productos muy similares, tanto en forma y color como en técnica, lo que ocasiona guerra de precios y monotonía en los diseños. Hay artesanos que manejan varias técnicas y oficios, con predominio de la tejeduría, sin especializarse en ninguna y por tanto sin desarrollar destrezas en ningún oficio o destacar algún producto. La bisutería es una categoría común y la mayoría de los artesanos ofrece este tipo de productos acompañados de suvenires, sandalias, vestuario; podría pensarse en ampliar las categorías en otros contextos como el doméstico, la oficina, el carro, etc. Algunos de los beneficiarios de las asesorías puntuales no practican oficios artesanales sino manualidades, que han desarrollado habilidades como pintura, modelado en masas sintéticas como porcelanocrón y trabajo en madera estilo country, entre otros. En contraste con lo anterior existen artesanos con excelente dominio de oficios como la joyería y el calado en totumo.
- Varios de los artesanos afirman que las sugerencias que se les hacen están orientadas a la calidad de los productos; no obstante el cliente no percibe esta cualidad y cuestiona la durabilidad de los productos. Una sugerencia general de los clientes a los artesanos, es la falta de productos en líneas masculinas. La mayoría de productos existentes son de género femenino. Dentro de la oferta de productos artesanales de la Loma de la Cruz encontramos algunos referentes de ciudad y colombianidad, sin embargo hay iconos de ciudad que se han manejado de forma

muy escasa o son desaprovechados como por ejemplo la caña de azúcar, la Ermita, las macetas, la estatua Sebastián de Belalcázar, El MIO, bocados típicos, La tertulia, la Loma de la Cruz, La Quinta, etc. Los referentes de ciudad son una temática demandada por los visitantes de la Loma. La mayoría de los artesanos expresa que los clientes sugieren más variedad de colores y combinaciones, observándose deficiencias en la aplicación del color.

- Existe mínima habilidad para el dibujo y poca disposición de la mayoría de los artesanos para realizar un buen proceso de diseño.
- Los artesanos en su mayoría no tienen un empaque definido para sus productos. Y pocos integran su marca como aplicación gráfica del empaque. Manifiestan no poder invertir en empaque porque es un gasto adicional pero están muy interesados en el tema pues es una sugerencia constante de sus clientes; Lograron identificar que existen opciones muy económicas de empaque. Varios artesanos elaboran sus propios empaques de forma manual y los cambian constantemente lo que no permite la generación de identidad y reconocimiento.
- La mayoría de artesanos reconoció que no maneja un sistema de exhibición o que la quieren mejorar pero el mal estado de los locales lo impide por filtraciones de agua (muchos no pagan los cánones de administración). Exhiben todos sus productos al mismo tiempo y aunque reconocen que renovar tiene incidencia positiva en el cliente, muchos son renuentes a hacerlo.
- El tema de souvenir, llama la atención de los artesanos, pues es un producto de alta demanda en el parque artesanal Loma de La Cruz, no obstante los artesanos están interesados en elaborar nuevas propuestas, algunos se sienten inseguros de elaborar productos de líneas diferentes a las que manejan usualmente.
- Los tiempos contractuales de algunos profesionales llegaron a su fin sin que se pudiera resolver oportunamente los temas con los beneficiarios. El tema de comercialización y mercadeo tuvo gran interés para los artesanos por no manejar estrategias de precio adecuadas, por lo que se sugiere implementarlo para la totalidad del proyecto en una posible fase futura.
- El trabajo articulado e interdisciplinario fortaleció las actividades con los beneficiarios. Las capacitaciones personalizadas y los talleres con ejercicios prácticos y vivenciales, tuvieron buena aceptación entre los artesanos. El 90% de los artesanos que participaron activamente en los talleres, reconocieron la



importancia del componente de emprendimiento en esta fase del proyecto y no esperaron ninguna retribución en especie o monetaria por asistir. Para una próxima fase, se propone trabajar el tema de emprendimiento y empresarismo bajo una metodología de asesorías individuales.

- El 50% de los artesanos tienen resistencia al cambio, lo que limita la implementación efectiva de los conceptos vistos, pues creen que como vienen manejando su negocio lo hacen bien y que para hacer cualquier cambio es indispensable el factor económico, pese a las distintas alternativas que se les presentó.
- El tiempo establecido para la ejecución de proyectos con todos sus componentes es muy corto, impidiendo que se pueda abordar de manera satisfactoria módulos como Emprendimiento, teniendo en cuenta que muchos artesanos no cuentan con las competencias financieras necesarias para utilizar bien sus recursos.

## 5. LIMITACIONES Y DIFICULTADES.

- El Laboratorio cuenta con una red inalámbrica deficiente, que se cae constantemente generando retrasos e inconvenientes a la hora de revisar correos o contestar los mismos.
- La comunicación con los artesanos de otros municipios que se atienden desde el Laboratorio, especialmente en cuanto al seguimiento para la producción, por ejemplo Buenaventura, es muy difícil y a veces no es posible realizar un adecuado seguimiento. Se carece de un celular para el contacto con los artesanos, debiendo asumir este gasto el enlace regional o la monitora a través de sus líneas personales. Lo mismo sucede con la papelería para informes y funcionamiento de oficina igual que las impresiones que se requieran desde el Laboratorio.
- En ocasiones desde Bogotá se hacen requerimientos para embalaje de productos para su envío posterior sin destinar recursos para cubrir los costos, debiendo asumírselos los contratistas del Laboratorio.
- Hacia el fin del año, se dificulta aún más la realización de actividades con los artesanos, por la temporada decembrina; los artesanos producen para el fin de año. Para el desarrollo de producto, los artesanos manifiestan no contar con recursos suficientes para explorar nuevos materiales y diseños.
- En el Parque Artesanal Loma de la Cruz muchos locales permanecen cerrados, algunos abren después de las 4 p.m. y otros solo los fines de semana. Son atendidos por personas diferentes a los artesanos a los que se les asignó el espacio. Se evidenció que en algunos casos un artesano ocupa o utiliza más de un local. Los artesanos del Parque Loma de la Cruz viven en conflicto permanente y no hay armonía en su trabajo. Existe una condición de impuntualidad inherente a la población.
- La baja calidad de productos en cuanto a diseño y materiales, evidencia que la mayoría de personas con local en la Loma de la Cruz no son artesanos sino que son

productores de arte manual. Las propuestas de diseño se deben amoldar al nivel de los artesanos, sin que pueda haber una verdadera mejora para la producción de objetos artesanales. Se debe sacar a los artesanos de su zona de confort a fin de generar un proceso verdaderamente formativo y de mejora en su diseño. Los pocos artesanos que hay tienen buena técnica pero manifestaron desinterés en participar en el proyecto.

- A nivel general, el grupo de artesanos del Parque Loma de la Cruz, tiene deficiencias en formación en lecto-escritura, informática y redes sociales para la gestión.
- La Secretaría de Cultura y Turismo en comité técnico, no aprobó los cambios solicitados en vista de la baja asistencia que persiste en los talleres, ni en la ampliación de la base de beneficiarios, ni en el número de artesanos, lo cual resultó complicado frente a los hallazgos en cuanto a la atención y apertura de los locales y que algunos artesanos manejan varios locales, evidencia de que no hay 71 artesanos en el parque artesanal Loma de la Cruz.
- Los artesanos no se sienten respaldados por sus líderes y plantean que los perfiles que tienen no son gerenciales, es decir no se comprometen a buscar soluciones para las problemáticas del parque.
- No se detectó innovación en el trabajo artesanal y existe resistencia al cambio y temor por innovar debido al riesgo que implica producir cosas nuevas y explorar nuevos materiales. La mayoría de artesanos quiere desarrollar productos de tamaño pequeño porque teme que los costos de producción se eleven demasiado y no encuentren público para esos productos.



## 6. ANEXOS

## 6.1. Anexo Beneficiarios proyecto Parque Artesanal Loma de la Cruz

No.	Nombre	Análisis de producto	Oficio	Materiales / técnicas	Intervención	Observaciones	Asistencias	Local	Artesano	Producto / souvenir / ayuda
1	Luz Dary Parra	Negras con totumo, miniaturas.	Modelado	Porcelanicon, totumo, semillas huevos piedras	Souvenir	Buen acabado, buen manejo del color	2	1	no	Souvenir
2	Carmen Velasquez	Gorros, mochilas, bufandas, zapatos	Tejeduría	Hilo crochet, macrame, tejido irlandés y tunesino	Producto nuevo (Combinaciones con cuero)	Buenos acabados, buena técnica	4	6	si	Linea
3	Eddy Flores	Marimba xilofono, pandereta étnica	Carpintería ebanistería	Madera, fibras naturales, cuero, guadua	Rediseño (estructura, exploración de materiales)	Malos acabados, uso de materiales sintéticos	2	3 y 4	si	Linea
4	Flamedes	Collares, Pulseras, Aretes	Tejido mostacilla	Mostacilla	Producto Nuevo	Buena técnica		9	si	Linea
5	Aura Luz Romero	Manillas, carpetas, bolsos.	Tejeduría	Hilo macrame, crochet, 2 agujas, piolas	Producto Nuevo	Buena técnica, buenos acabados, trabajos inconclusos	1	Modulo 3	si	linea
6	David Acosta	Pinturas, trabajo con plátano	Pintura	Acrílico sobre lienzo, mdf o lona leona, serigrafía	Producto nuevo (pinturas grandes)	Buen manejo del color, Buen acabado	2	29 y 30	si (aerografía)	Linea / souvenir
7	Maria Judith	Bolsos, vestidos, blusas, gorros, bufandas	Tejeduría	Hilo crochet, dos agujas, cabuya	Producto nuevo, Rediseño bolso grande	Buenos acabados, buena técnica	4	95	si	linea
8	Rocio	Aretes, Pulseras, Collares, decoración de sombreros	Tejeduría	Mostacilla, crochet, macrame	Producto nuevo (Linea para Hombre)	Buenos acabados, buena técnica	2	96	si	linea
9	Melida Gomez	Correas, bisutería, muñecas	Tejeduría	Totumo, macrame, pirograbado	Producto nuevo (tejido + totumo)	Buenos acabados, buena técnica	3	99	si	linea
10	William V	Correas, hamacas, chinchorros	Tejeduría	Totumo, macrame, pirograbado	Producto nuevo (hamaca, chinchorro)	Buenos acabados, buena técnica	3	99	si	linea
11	Hernory	Sandalias	Trabajo del cuero	cuero, macrame, grabado y pintura de cuero	Producto nuevo (accesorios)	Buenos acabados, buena técnica	4	102	si	linea
12	Mauricio Arenas	Pulsera, bolsos, collares	Tejeduría	Telar egipcio, piedras, macrame	Producto nuevo (telar con cuero)	Buenos acabados, buena técnica	4	81	si	linea
13	Dora Nelly Burbano	Moviles, Obejtos de decoración	Pintura	fique aglomerado	Souvenir	Buenos acabados, buena técnica, manda a cortar las piezas, ensambla y pinta	3	77	no	souvenir / ayuda
14	Jazmin	Accesorios, pintura sobre textil	Tejeduría / Pintura	Hilo macrame, crochet	Mejorar acabados	Buenos acabados, buena técnica	3	72	no	souvenir / ayuda
15	Elbert	Sandalias, textiles	Aerografía	Macrame, crochet, aerografía sobre cuero y textil	Mejorar acabados	Buen acabado, buen manejo del color, manda a cortar el cuero, ensambla y pinta	1	72	no	souvenir / ayuda
16	Veronica Diaz	Accesorios	Joyería Tejeduría	Macrame, filigrana con soldadura, alambrismo	Producto Nuevo (accesorios, flores, pajaros, filigrana + macrame + piedras)	Buenos acabados, buena técnica, mal uso del color	3	48	si	Linea
17	Yonathan Zuleta	Accesorios	Joyería	Macrame, filigrana con soldadura, alambrismo	Producto nuevo (piedras)	Buenos acabados, buena técnica, mal uso del color	4	48	si	Linea

No.	Nombre	Análisis de producto	Oficio	Materiales / técnicas	Intervención	Observaciones	Asistencias	Local	Artesano	Producto / souvenir / ayuda
18	Jose Holmes	Bolsos, correas, portacelular	Trabajo del cuero	cuero, macrame, grabado y pintura de cuero	Producto nuevo (incursionar con nuevos materiales)	Buenos acabados (Fotos Facebook), variedad de formas en sus productos	2	N/A	si	Linea
19	Luz Edith Mesa	Aretes, pulseras, bordados	Tejeduría/Joyería	Coco, bronce, totumo, crochet, macrame, alambriismo, telar egipcio	Producto Nuevo (coco)	EL fuerte es el trabajo del coco, buenos acabados, buena técnica, buen uso del color	3	48	si	Linea
20	Nestor Miller Lemos	Aretes, pulseras	Tejeduría/Joyería	Coco, bronce, totumo, crochet, macrame, alambriismo, telar egipcio	Producto Nuevo (guadua, joyería, filigrana)	Buenos acabados, buena técnica	3	48	si	Linea
21	Luz Marina Ortiz	Aretes, collares	Trabajo del cuero	Cuero, macrame, semillas	Souvenir	Buenos acabados, pocos productos propios en el local	3	47 y 51	no	Souvenir
22	Maria Elsy Ocampo	Blusas, gorras	Confección	macrame, punto de cruz	Mejorar acabados	Buenos acabados, pocos productos propios en el local	3	47 y 51	no	Ayuda
23	Ana Yulieth Sarria	Imanes, Balcones, Ventanas	Carpintería ebanistería	madera, aglomerados	Souvenir	Da la impresión de que compra, ensambla y pinta (arte manual)	2		no	Souvenir
24	Wilfredo	Calados en bronce	Joyería	Bronce	Producto nuevo				si	Linea
25	Fernando	Joyas en plata	Joyería		Producto nuevo				si	Linea
26	Señor	Bisutería	Arte manual Enhebrado	Collares, Pulseras	Mejorar acabados				no	Ayuda
27	Enrique Varela	Balcones, souvenirs	Arte manual	Madera, pintura, porcelanico	Prodctor nuevo				si	Linea
28	Hanna	Agendas, Libretas	Pintura	Acilico, oleos	Souvenir	Buenos acabados, buenas composiciones, buen uso del color			no	Souvenir
29	Cristian	Lamparas, Espejos, Bebederos	Reciclaje	Vidrio, vitrales	Producto Nuevo (Jarra de vidrio)	Novedoso, malos acabados, buen uso del color		12	si	Linea
30										

No de Local	Nivel	Nombre del Artesano	R	Asiste a talleres?	Razón?	Realizo el sondeo	Cerrados	Desocupado	Atiende otra persona	Recibió Socialización ?	Identidad?	Qué cambiaría?	Cual Logo Prefiere?
Local 1 - Modulo 1	Nivel 1	Luz Dary Parra	1	Si	N/A	Si				Si	Si	Nada	3
Local 2 - Modulo 1	Nivel 1	María Lucila Peña	1	No	Tiempo	Si				Si	Si	Nada	1
Local 3 - Modulo 1	Nivel 1	Eddy Flores	2			Si				Si	Si	Color	2
Local 4- Modulo 1	Nivel 1	Eddy Flores	2										
Local 5- Modulo 1	Nivel 1	Carmen Velázquez	2	Si	N/A	Si				Si	Si	Color	1
Local 6- Modulo 1	Nivel 1	Carmen Velázquez	2										
Local 7- Modulo 2	Nivel 1	Gloria Muñoz	1			Si				Si	Si	Nada	2
Local 8- Modulo 2	Nivel 1	Sandra Moya	1	Si	N/A	Si				Si	Si	Nada	2
Local 9- Modulo 2	Nivel 1	José Flamedes Chirimía	1			Si				Si	Si	Letra	2
Local 10- Modulo 2	Nivel 1	Desocupado	10					x					
Local 11- Modulo 1	Nivel 1	Desocupado	10					x					
Local 12- Modulo 1	Nivel 1	Cristhian González	1			Si				Si	Si	Nada	1
Local 13 - Modulo 3	Nivel 1	Aura Luz Romero	5	Si	N/A	Si				Si	Si	Cruz	3
Local 14 - Modulo 3	Nivel 1	Aura Luz Romero	5										
Local 15 - Modulo 3	Nivel 1	Aura Luz Romero	5										
Local 16 - Modulo 3	Nivel 1	Aura Luz Romero	5										

No de Local	Nivel	Nombre del Artesano	R	Asiste a talleres?	Razón?	Realizo el sondeo	Cerrados	Desocupado	Atiende otra persona	Recibió Socialización ?	Identidad?	Qué cambiaría?	Cual Logo Prefiere?
Local 17 - Modulo 3	Nivel 1	Aura Luz Romero	5										
Local 18 - Modulo 3	Nivel 1	Juan Carlos Cobo	1			No			x				
Local 19 - Modulo 4	Nivel 1	Desocupado	10					x					
Local 20 - Modulo 4	Nivel 1	Desocupado	10					x					
Local 21 - Modulo 4	Nivel 1	Desocupado	10					x					
Local 22 - Modulo 4	Nivel 1	Desocupado	10					x					
Local 23 - Modulo 4	Nivel 1	Desocupado	10					x					
Local 24 - Modulo 4	Nivel 1	Desocupado	10					x					
Local 25 - Modulo 5	Nivel 1	Solange Vanegas	2	No	Tiempo	Si				Si	Si	Nada	1
Local 26 - Modulo 5	Nivel 1	Solange Vanegas	2										
Local 27 - Mo	Nivel 1	Gustavo Ordoñez				No	x						
Local 28 - Mo	Nivel 1	Gustavo Ordoñez					x						
Local 29 - Modulo 5	Nivel 1	Deiby Acosta	2	Si	N/A	Si				Si	Si	Nada	2
Local 30 - Modulo 5	Nivel 1	Deiby Acosta	2	Si	N/A								
Local 31 - Modulo 6	Nivel 1	Oficinas	6	N/A									
Local 32 - Modulo 6	Nivel 1	Oficinas	6	N/A									
Local 33 - Modulo 6	Nivel 1	Oficinas	6	N/A									



No de Local	Nivel	Nombre del Artesano	R	Asiste a talleres?	Razón?	Realizo el sondeo	Cerrados	Desocupado	Atiende otra persona	Recibió Socialización ?	Identidad?	Qué cambiaría?	Cual Logo Prefiere?
Local 34 - Modulo 6	Nivel 1	Oficinas	6	N/A									
Local 35 - Modulo 6	Nivel 1	Oficinas	6	N/A									
Local 36 - Modulo 6	Nivel 1	Oficinas	6	N/A									
Local 37 - Modulo 7	Nivel 1	Luis Maldonado	4	Si	N/A				x				
Local 38 - Modulo 7	Nivel 1	Luis Maldonado	4	Si	N/A				x				
Local 39 - Modulo 7	Nivel 1	Luis Maldonado	4	Si	N/A				x				
Local 40 - Modulo 7	Nivel 1	Luis Maldonado	4	Si	N/A				x				
Local 41 - Modulo 8	Nivel 1	Asociación	4	N/A	N/A								
Local 42 - Modulo 8	Nivel 1	Asociación	4	N/A	N/A								
Local 43 - Modulo 8	Nivel 1	Asociación	4	N/A	N/A								
Local 44 - Modulo 8	Nivel 1	Asociación	4	N/A	N/A								
Local 45	Nivel 2	Enrique Varela	3	Si	N/A	Si				Si	Si	Nada	2
Local 46	Nivel 2	Enrique Varela	3	Si	N/A	Si							
Local 47	Nivel 2	María Elsy Ocampo	2	Si	N/A	Si				Si	Si	Nada	2
Local 48	Nivel 2	Luz Edith Mesa - Verónica Díaz	1	Si	N/A	Si				Si	Si	Cruz	2
Local 49	Nivel 2	Oscar Arce	1	No	Tiempo	Si				Si	No	Arquitectura	0
Local 50	Nivel 2	Eduardo Díaz	1	Si	N/A	Si				Si	No	Color	0
Local 51	Nivel 2	María Elsy Ocampo	2	SI	N/A	Si							
Local 52	Nivel 2	Enrique Varela	3	Si	N/A	Si							

No de Local	Nivel	Nombre del Artesano	R	Asiste a talleres?	Razón?	Realizo el sondeo	Cerrados	Desocupado	Atiende otra persona	Recibió Socialización ?	Identidad?	Qué cambiaría?	Cual Logo Prefiere?
Local 53	Nivel 2	Martha Lucia Valderrama				Si	x						
Local 54	Nivel 2	Cecilia Ipaz				No	x						
Local 53	Nivel 2	Martha Lucia Valderrama	2							Si	Si	Color	1
Local 54	Nivel 2	Cecilia Ipaz	2							Si	No	Color	2
Local 55	Nivel 2	Humberto Molina	3	No	Tiempo	Si			x				
Local 56	Nivel 2	Alvaro Crespo				No	x						
Local 57	Nivel 2	Carmen Alicia Vidal	1			Si				Si	Si	Nada	2
Local 58	Nivel 2	Nelcy Yáñez	1	No	Desinteres	Si				Si	Si	Color	3
Local 59	Nivel 2	William Ramírez	2			Si							
Local 60	Nivel 2	William Ramírez	1										
Local 61	Nivel 2	Ana Sarria	1	Si	N/A	Si				Si	Si	Nada	2
Local 62	Nivel 2	Leider Fernando Ruiz	1	No	Desinteres	Si				Si	Si	Nada	1
Local 63	Nivel 2	Martha Isabel Castaño	1	No	Salud	Si				Si	Si	Nada	2
Local 64	Nivel 2	Liliana Freyre	1	No	Desinteres	No			x				
Local 65	Nivel 2	Hanna Amaya	1			Si				Si	Si	Cruz	2
Local 66	Nivel 2	William Ramírez	2	No	Tiempo	Si				Si	Si	Cruz	1
Local 67	Nivel 2	Amanda Ibarra	1			Si				Si	Si	Nada	2
Local 68	Nivel 2	Libardo Victoria	1			Si				Si	Si	Cruz	3
Local 69	Nivel 2	Luis Mueces	2	No	Desinteres	Si				Si	Si	Color	2
Local 70	Nivel 2	Luis Mueces	2										
Local 71	Nivel 2	Ana Bolaños	1	No	Salud	No			x	Si	Si	Color	3
Local 72	Nivel 2	Ana Cecilia Ocoro	1			Si				Si	Si	Nada	1
Local 71A	Nivel 3	Paula Valencia	1	No	Tiempo	Si				Si	Si	Cruz	2
Local 72A	Nivel 3	Yasmin Romero	1	Si	N/A	Si							
Local 73	Nivel 3	Desocupado	10					x					
Local 74	Nivel 3	Javier Reina	1			Si				Si	Si	Cruz	1
Local 75	Nivel 3	Jesús Emilio Salazar	1			Si				Si	Si	Cruz	2

No de Local	Nivel	Nombre del Artesano	R	Asiste a talleres?	Razón?	Realizo el sondeo	Cerrados	Desocupado	Atiende otra persona	Recibió Socialización ?	Identidad?	Qué cambiaría?	Cual Logo Prefiere?
Local 76	Nivel 3						x	x					
Local 77	Nivel 3	Dora Nelly Burbano –	1			Si				Si	Si	Cruz	2
Local 78	Nivel 3	Luz Ismenia Cuastunual					x						
Local 78	Nivel 3	Luz Ismenia Cuastunual	2	No	Desintereses					Si	Si	Nada	1
Local 79	Nivel 3	Ángela Yáñez	1	No	Tiempo	Si				Si	No	Cruz	0
Local 80	Nivel 3	Sandra Yuli Gómez	1			Si				Si	Si	Nada	2
Local 81	Nivel 3	Mauricio Arenas	1	Si	N/A	Si				Si	Si	Nada	1
Local 82	Nivel 3	José de Jesús Toro	1	No	No sabía	Si				Si	Si	Nada	1
Local 83	Nivel 3	German Toro	1	No	Tiempo	Si				Si	Si	Nada	1
Local 84	Nivel 3	Henry Muñoz				No	x						
Local 85	Nivel 3	Nelly Gasca					x						
Local 85	Nivel 3	José Alexander Toro	2										
Local 86	Nivel 3	José Alexander Toro	2	No	Tiempo	Si				Si	Si	Nada	2
Local 87	Nivel 3	Luis Toro	1	No	Tiempo	Si				Si	Si	Color	3
Local 88	Nivel 4	Cesar Valencia	2	No	Salud	Si				Si	Si	Nada	1
Local 89	Nivel 4	Cesar Valencia	2			Si				Si	Si	Nada	3
Local 90	Nivel 4	Gloria Velázquez	2			Si				Si	Si	Nada	1
Local 91	Nivel 4	Gloria Velázquez	2			Si							
Local 92	Nivel 4	Diego Fernando Herrera				No	x						
Local 93	Nivel 4	Merly Falla Henao				No	x						
Local 94	Nivel 4	John Castaño				No	x						
Local 95	Nivel 4	María Judith Roseron	1	Si	N/A	Si				Si	Si	Nada	1
Local 96	Nivel 4	Rocio Sánchez	1	Si	N/A	Si				Si	Si	Nada	2
Local 97	Nivel 4	Humberto Molina				Si	x						
Local 97	Nivel 4	Humberto Molina	3	No	Tiempo					Si	Si	Nada	3
Local 98	Nivel 4	Cabildo Indigena Nasa	1										
Local 99	Nivel 4	Melida Gómez	1	Si	N/A	Si				Si	Si	Nada	2
Local 100	Nivel 4	Manuel Maquilón	1	No	No sabía	Si				Si	Si	Nada	2

No de Local	Nivel	Nombre del Artesano	R	Asiste a talleres?	Razón?	Realizo el sondeo	Cerrados	Desocupado	Atiende otra persona	Recibió Socialización ?	Identidad?	Qué cambiaría?	Cual Logo Prefiere?
Local 101	Nivel 4	Desocupado	10					x					
Local 102	Nivel 4	Hernory Torres	1	Si	N/A	Si				Si	Si	Nada	1
Local 103	Nivel 4	Wilfredo Méndez	1			Si							

6.3. Anexo Mapa Social del parque Loma de la Cruz



# Taller 1

## **Identificación del producto artesanal**

Proyecto: Fortalecimiento Parque  
Artesanal Loma de la Cruz

Fase 2

## Contenido.

- Contextualización.
- Identificación del producto artesanal.
- Caracterización de productos artesanales (Que hay?)
- Que se puede hacer? (Nuevas aplicaciones)
- Como Hacerlo? (Proceso de diseño)

# De Donde Nacen Los Objetos?





# De Donde Nacen Los Objetos?



El arte y el diseño eran elementos funcionales, divorciados de fines estéticos.

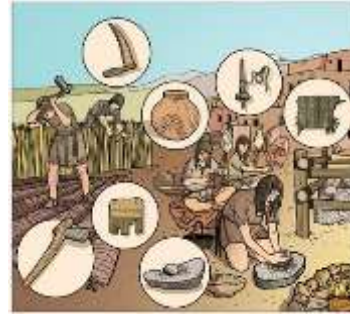
- Alimentación
- Refugio
- Abrigo



## Cacería



## Agricultura



## Carpintería y orfebrería



# La prehistoria - Origen de los objetos



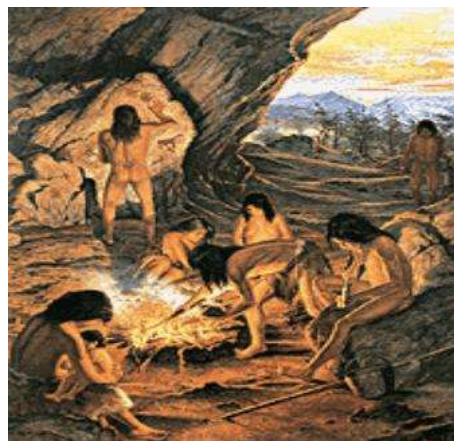
Abrigo:

- Tejeduría
- Trabajo de cuero



Refugio:

- Mejoras en Objetos.
- Mejora técnicas y oficios.



"Los **productos artesanales** son los producidos por **artesanos**, ya sea **totalmente a mano**, o con la ayuda de **herramientas manuales** o incluso de **medios mecánicos**, siempre que la contribución manual directa del **artesano** siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando **materias primas** procedentes de **recursos sostenibles**. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus **características distintivas**, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, **funcionales, tradicionales, simbólicas** y significativas religiosa y socialmente." Definición del producto artesanal propuesta por la Unesco.

"Los **productos artesanales** son los producidos por **artesanos**, ya sea **totalmente a mano**, o con la ayuda de **herramientas manuales** o incluso de **medios mecánicos**, siempre que la contribución manual directa del **artesano** siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando **materias primas** procedentes de **recursos sostenibles**. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus **características distintivas**, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, **funcionales, tradicionales, simbólicas** y significativas religiosa y socialmente." Definición del producto artesanal propuesta por la Unesco.

# Diferencia entre artesanía y manualidad

<b>ARTESANIA</b>	<b>ARTE MANUAL</b>
<b>Prima la identidad y el manejo de la técnica, no el material</b>	<b>No es simbolo de identidad.</b>
<b>Se deben resaltar la aplicación de los oficios artesanales antes que la manufactura</b>	<b>Se evidencia la manufactura. No se domina un oficio completo, sino la ejecución de alguna técnica básica.</b>
<b>Utilización de materiales naturales renovables ó industriales bajo una filosofía de Eco diseño.</b>	<b>Emplea materiales nobles o sintéticos indistintamente.</b>
<b>Investigación y Exploración en técnica y del material</b>	<b>No hay apropiación de las nuevas técnicas aprendidas, limitando las posibilidades creativas.</b>
<b>Investigación y Exploración en Diseño</b>	<b>Surge de procesos de formación dirigida, que implica repetición por imitación, sin innovación.</b>

*Que es Diseño?*

R / Proceso previo de configuración mental,  
en busca de una solución.

=

Proyectar una Solución.

*Como?*



1. Definición del Problema.



2. Investigación.

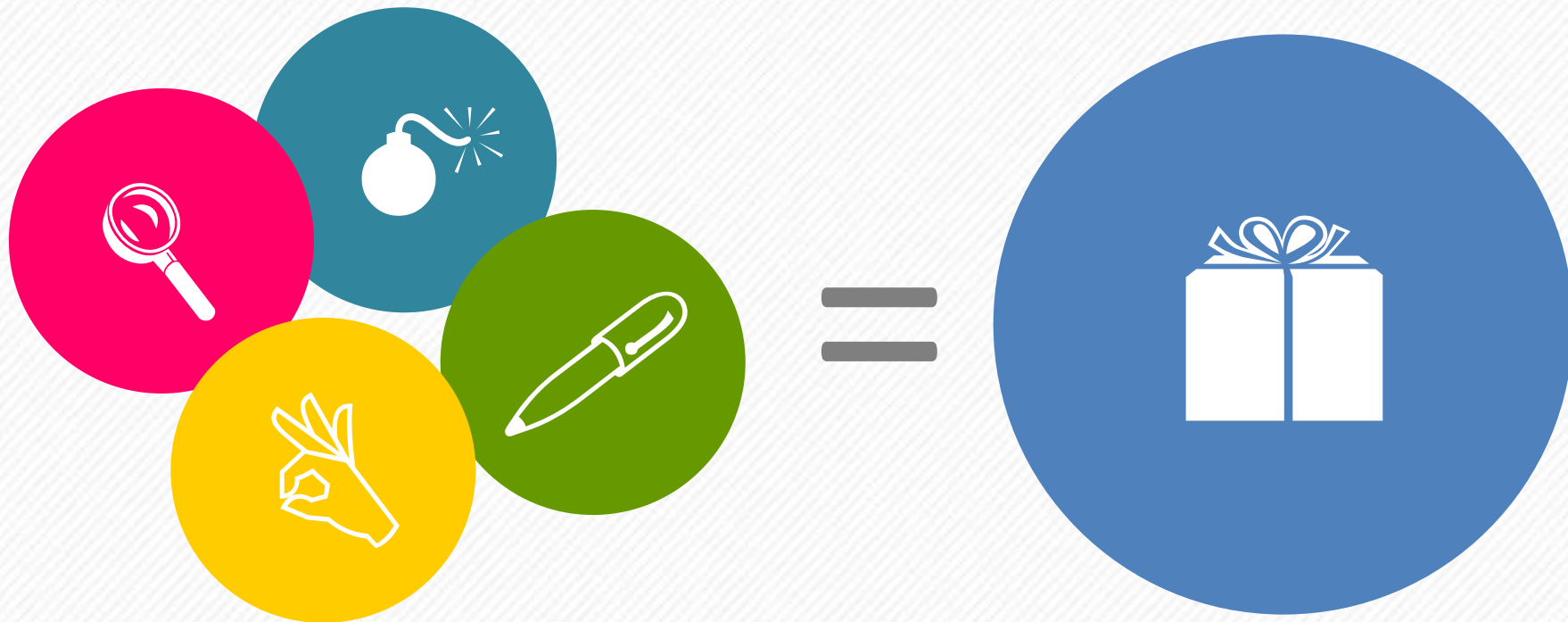


3. Desarrollo del Concepto.



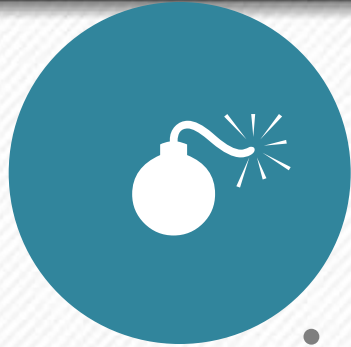
4. Bocetos, prototipos.





Proceso de Diseño

Un Producto!!

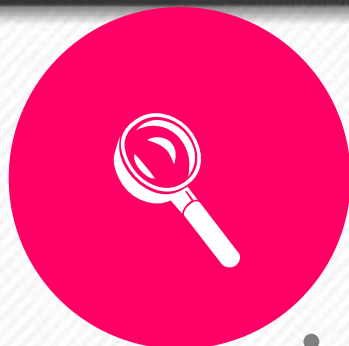


## Definición del Problema.

- Definición del problema o necesidad .
- Especificar requerimientos y expectativas.
- Cuestionar:  
cual es el problema?  
a quien o a qué afecta?  
como afecta?

### **EJEMPLO:**

*“Crear artículos femeninos que tengan temas naturales”*



## Investigación.

- Búsqueda de información.  
QUE HAY? Que? Como? Cuando? Para qué? Para Quien?  
Donde? Con que? Por que?
- Búsqueda de referentes.
- Collage de información.

### EJEMPLO:

Que? *Accesorios femeninos.*

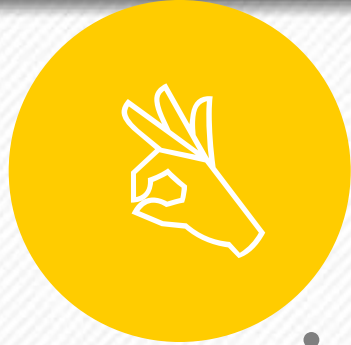
Para quien? *Las mujeres cargan muchas*

Por que? *cosas.*

Como? *Con mis habilidades.*

Con que? *Gusto por lo natural.*





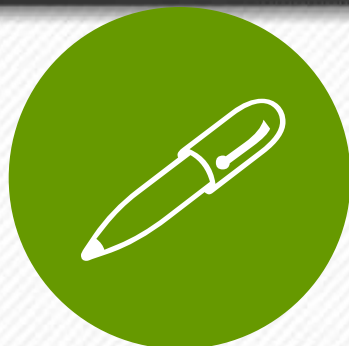
## Desarrollo del Concepto.

- Se utiliza la información recopilada.
- Se define la esencia del objeto.
- Se define QUE se va a comunicar o transmitir.
- Surge la “IDEA CREATIVA”, que es el COMO.
- El concepto no tiene discusión.

### **EJEMPLO:**

Concepto: “Manual, Natural y Moderno”

Idea Creativa: “El abanico del pavo real”

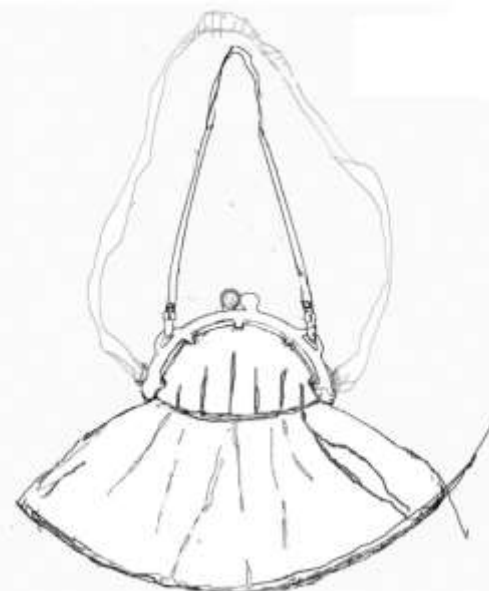
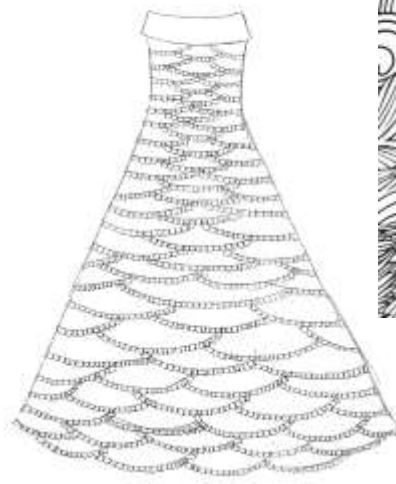


## Bocetos + Prototipos.

Paso 4

- Trasladar las ideas al papel.
- Experimentar con las ideas seleccionadas.
- Pruebas y ajustes.

### EJEMPLO:





## Producción.

- El modelo de producto listo para ser reproducido.

**EJEMPLO:**



# Evaluación del Proceso de Diseño



**Problema:** “Crear artículos femeninos que tengan temas naturales”



**Investigación:**



**Concepto:** “Manual, Natural y Moderno”  
**Idea Creativa:** “El abanico del pavo real”



**Bocetos + Prototipos:**















# Aplicaciones Artesanales















REFERENTE TOMADO DE  
LA CULTURA NARIÑO  
DISCO ROTATORIO





## TALLER No. 1

### ***Identificación del producto Artesanal y aplicaciones potenciales.***

Para el desarrollo del presente taller se plantea una serie de temas y actividades conjuntas que buscan interiorizar el conocimiento en aspectos de diseño, en los artesanos participantes; se plantea desarrollar las temáticas conceptuales a través de dinámicas que involucren la activa participación de los asistentes, por medio de juegos, tertulias, y ejercicios prácticos, además se entregará una síntesis impresa de los conceptos más relevantes de cada tema.

#### **Temática a tratar:**

1. Contextualización:
  - Historia de los objetos (Necesidades, Funcion), origen de primeros artesanos y su evolución.
  - Identificación del producto artesanal: breve charla sobre lo que es artesanía y arte manual. OPCIONAL
2. Que hay en la Loma? : Caracterización por líneas de los actuales productos que producen los artesanos de la loma de la Cruz.
3. Que se puede hacer? : Aplicaciones novedosas de la artesanía en diferentes campos.
4. Cómo hacerlo? : Instrucción teórico-práctica de los procesos de diseño, generación de conceptos de diseño.

#### **Metodología:**

1. La primera temática se abordará por medio de una breve exposición por parte de los diseñadores en la que se hablara de la historia de los objetos y su evolución a lo largo de la historia, se hará principalmente énfasis en el papel que juega el artesano dentro de producción de los productos. Se enfatizará en las características de la artesanía vs. el arte manual, permitiendo la participación de los asistentes.

##### Material de apoyo:

Diapositivas digitales o impresas

##### Objetivos:

Reforzar los conceptos vistos en la fase 1 del proyecto e integración de nuevos conceptos.

Los artesanos identificarán las diferencias entre arte manual y artesanía.

Reconocer el papel del artesano en la actualidad, sus compromisos y responsabilidades con la historia.

Tiempo estimado: 50 minutos

2. Por medio de un formato impreso los artesanos deberán llenar los espacios en blanco del mismo, donde se identifica al artesano, se especifican sus oficios, sus productos y se indaga sobre los interrogantes que formulan los visitantes de la Loma de la Cruz.

##### Material de apoyo:

Formatos impresos, lapiceros.

##### Objetivos:

Diligenciamiento de dicho formato (caracterización de los productos)

Reconocer conceptos desarrollados en el la actividad 1, dentro del proceso de concepción de sus objetos.

Cuestionar y promover mejoras en su producto estrella actual.

Tiempo estimado: 30 minutos

Descanso: 15 minutos

3. Por medio de una presentación digital en lo posible o impresa en su defecto, se mostrará a los artesanos diferentes aplicaciones de la artesanía en la actualidad, el objetivo de esta actividad es escoger ejemplos muy novedosos para ampliar la visión de los artesanos sobre sus propios oficios. Hacer cuadros comparativos entre la evolución de los oficios aplicados en la artesanía (el Antes vs. el AHORA)

Material de apoyo:

Diapositivas digitales o impresas

Actividad: Debate

Tiempo estimado: 30 minutos

4. Exposición teórica sobre el proceso de diseño, permitiendo que los artesanos identifiquen sus procesos personales hasta ahora desarrollados. Identificación de conceptos de diseño por medio de ejemplos prácticos y participativos.

Material de apoyo:

Bitácoras o papel, Tablero, papelógrafo o papel en pliegos, marcadores.

Actividad: Ejercicio rápido de diseño: plantear en grupos de trabajo, un diseño innovador donde se identifiquen los conceptos desarrollados en clase (métodos de diseño), donde se integren diferentes tipos de oficios, el grupo debe sustentar al final del ejercicio y habrá una mesa redonda para discutir acerca de los diseños. (viabilidad, función, materiales,

Tiempo estimado: 50 minutos

NOTAS:

- Opción 1: Iniciar con el diligenciamiento del formato para dar tiempo a que lleguen los artesanos para evitar retrasarnos en el cronograma, luego seguir con el punto 4 y dejar el punto 3 al final, estos cambios serían para garantizar la permanencia de la mayoría de los artesanos en los temas importantes, ya que al principio y al final siempre hay poquitos.
- Labores de los diseñadores:
  - Escoger imágenes de artesanía y arte manual
  - Hacer formato para diligenciar
  - Buscar imágenes de artesanías novedosas o aplicaciones artesanales modernas o diferentes a lo trabajado en la loma
  - Sintetizar el proceso de diseño para que sea comprensible para los artesanos.

## Taller 2

# Diseño por referentes y aplicaciones del Color

Proyecto: Fortalecimiento Parque  
Artesanal Loma de la Cruz  
Fase 2

## Que es un Referente?

- Un punto de partida
- Una inspiración
- Un modelo o patrón

## Clases de referentes

- Referente Geográfico
- Referente Cultural
- Referente Ancestral
- Referente Formal
- Referente de Técnica



**Referente Geográfico:** Se toma como punto de partida la realidad física. Se dibuja el exterior.

- Formas de la naturaleza
- Iconos geográficos
- Animales



## Referente Geográfico:



**Referente Cultural:** Se toma como punto de partida las expresiones culturales, las tradiciones.

- Eventos y ferias.
- Personajes representativos.
- Mitos, leyendas, Religión.





Máscara ceremonial,  
Cametsa Biya, Visión  
Arte, Sibundoy,  
Putumayo.



Coyongos portaclips ¡Vuelven los coyongos desde el río Magdalena!  
Inspirados en una danza del Carnaval, del río, que está en peligro de desaparecer. Por la conservación de nuestro patrimonio natural y cultural, ¡adapta un Coyongo!



Cocas carnavaleras ¡El Carnaval se nos sube a la cabeza! #Alaorden  
Cocas artesanales inspiradas en el #Descabezado y el Carnaval de  
Barranquilla. Sujeto a disponibilidad. Detalles Tipo Producto, Artesanía  
Diseño Caribe para Turismo, Juegos, Expresión, Fiestas...

## Referente Cultural:



**Referente Ancestral:** Se tiene en cuenta el acervo cultural de una comunidad. Se investiga su iconografía y técnicas



## Referente Ancestral:



**Referente Formal:** Se toma como punto de partida formas particulares.





## Referente Formal:



## Referente de técnica:

Se tiene en cuenta una técnica en particular, para nuevas aplicaciones o nuevos materiales.



- Cestería, Tejeduría

## Referente de técnica:

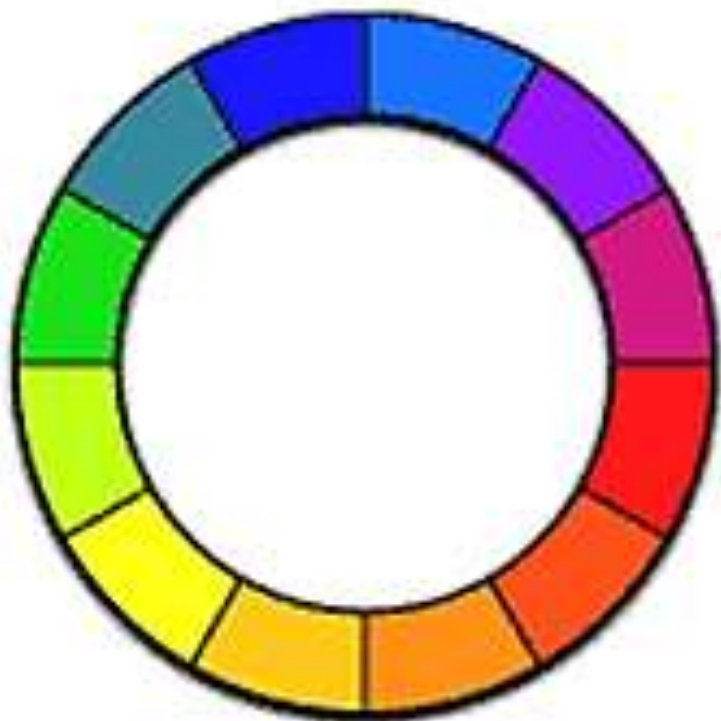




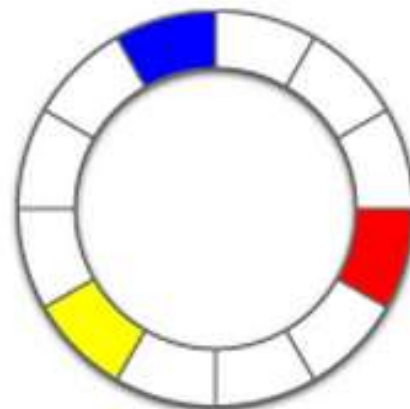
## Referencias: Grupos sociales, características del consumidor.

- Punketos
- Hipsters
- Rastas
- Niños
- Adultos
- Indígenas
- Rockeros
- Personas laboran en oficina
- Emos
- Extranjeros
- Ecologistas
- Estudiantes
- Ancianos
- LGBTI
- Afrocolombianos

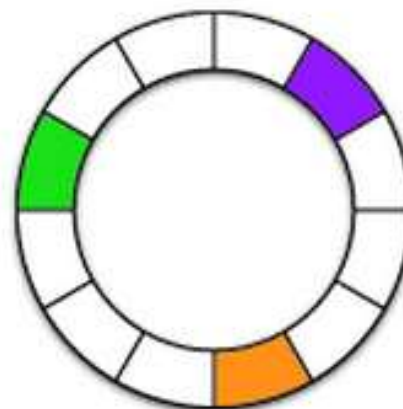




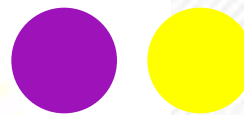
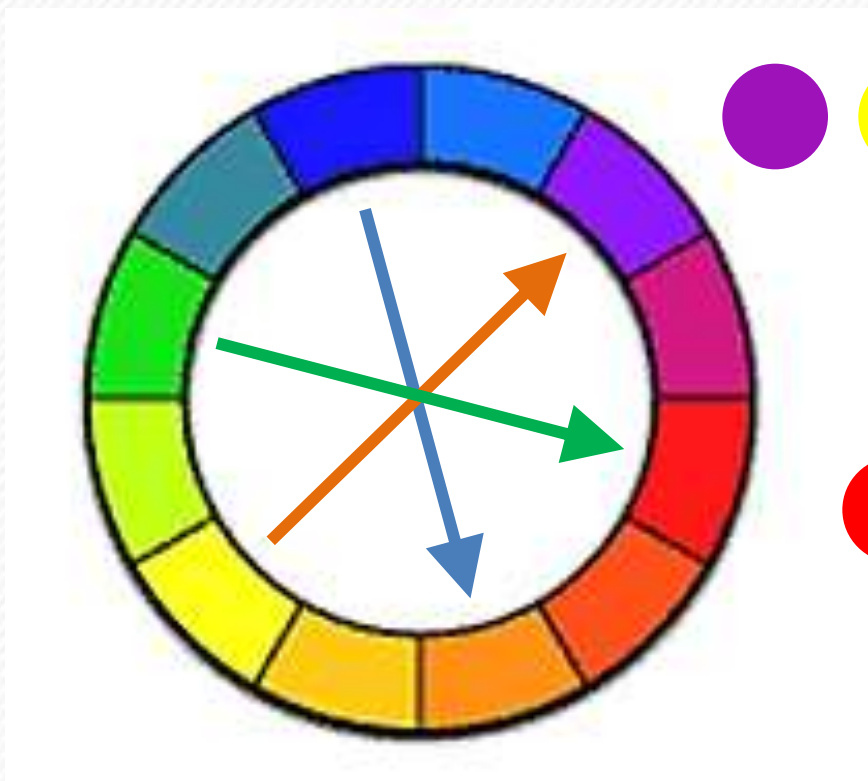
## Colores Primarios



## Colores Secundarios



## Colores Opuestos



## Colores Neutros

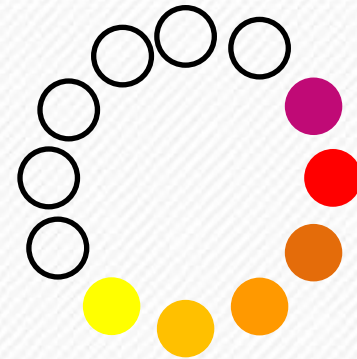
Marrones



Grises

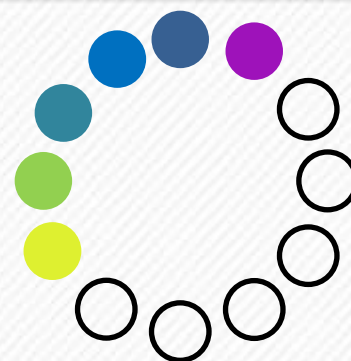






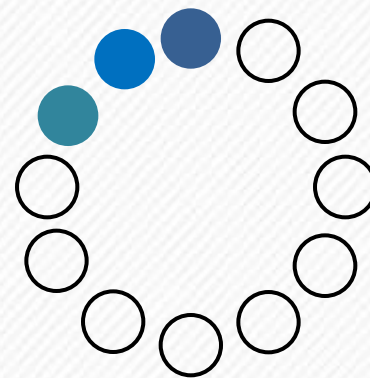
Cálidos





Fríos

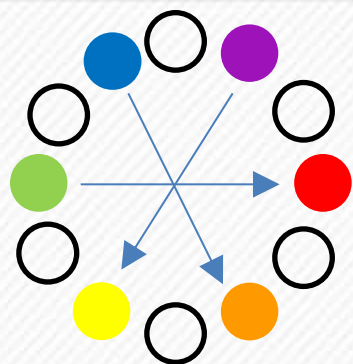




Monocromático



# Esquemas de Color



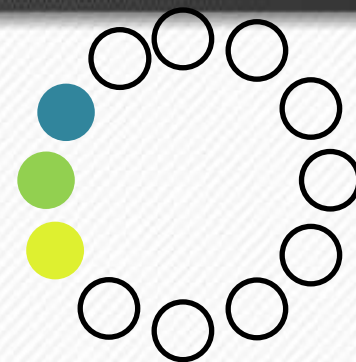
Complementario



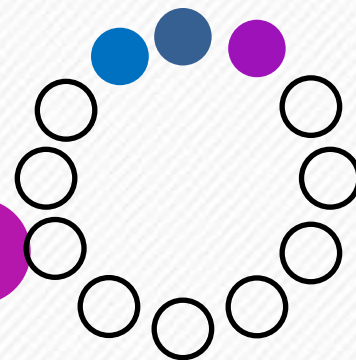
# Esquemas de Color

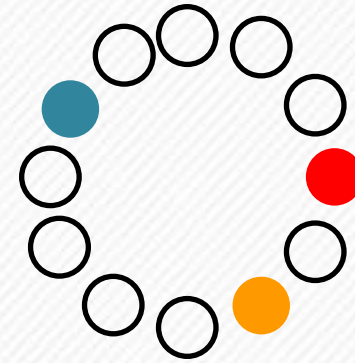


Análogo



Análogo



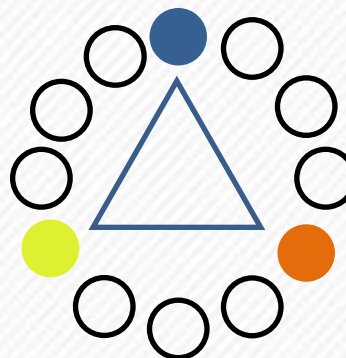
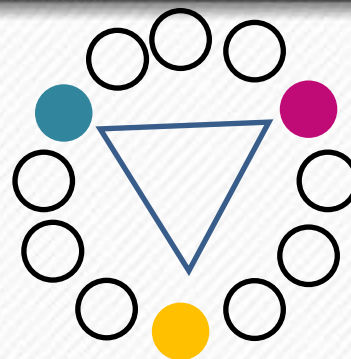


Complementario dividido





Triaxial



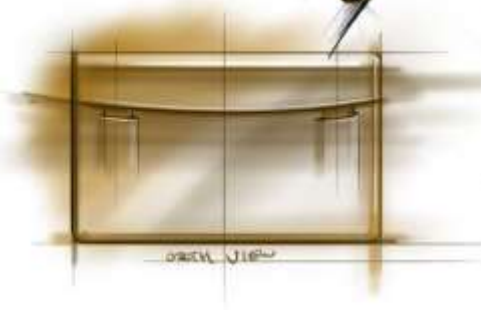
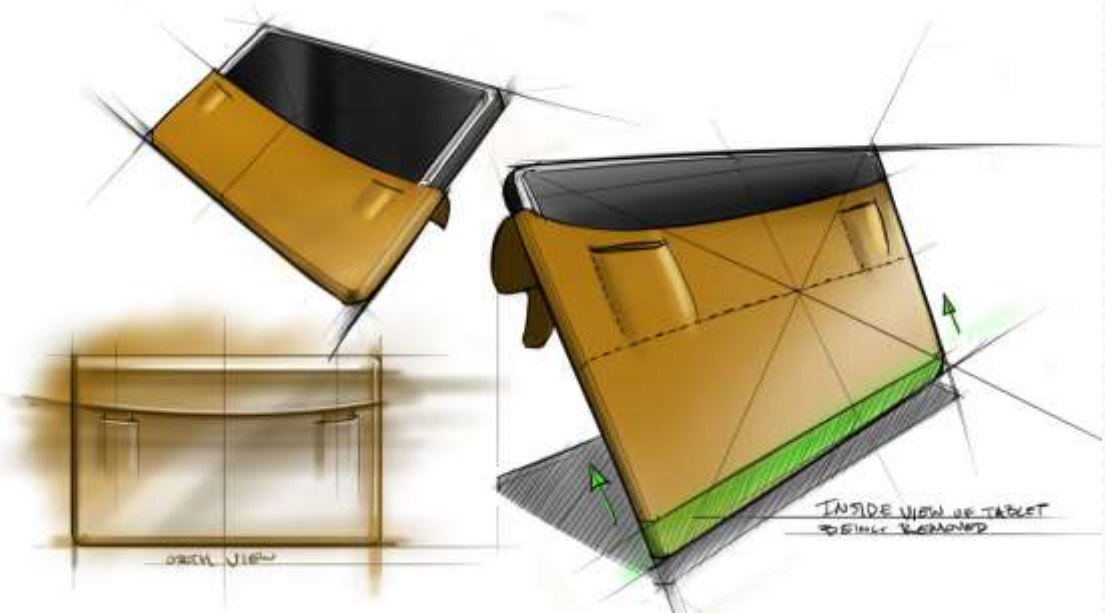
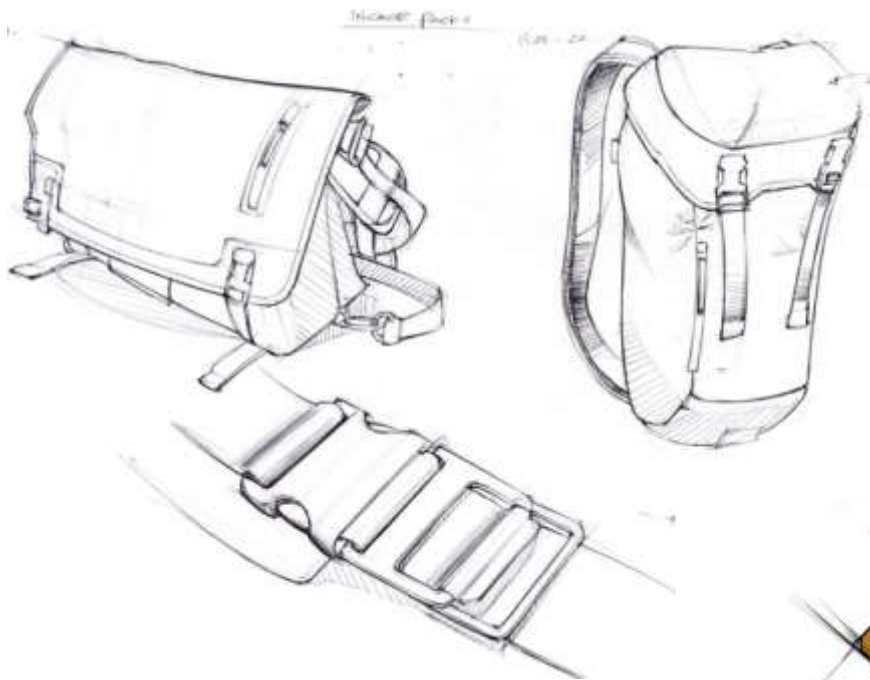
# Esquemas de Color



Moderado







## TALLER No. 2

### *Diseño por referentes y Aplicaciones del Color*

El contenido del taller 2 es un complemento a las temáticas tratadas en el taller 1, donde se pretende concluir temas referentes a fundamentos de diseño y desarrollo de procesos creativos. La dinámica del presente taller será por medio de exposición de los diseñadores, participación de los artesanos y ejercicios prácticos donde se aplicará lo aprendido.

#### **Temática a tratar:**

1. Diseño por referentes
2. Procesos creativos
3. Conceptos de aplicación del color
4. Aplicaciones novedosas de la artesanía OPCIONAL

#### **Metodología:**

1. Se mostrará a los artesanos por medio de una exposición, como el diseño por referentes un es buen punto de partida para lograr una identidad, ya que este es uno de los problemas que presenta la comunidad de artesanos de la loma de la Cruz: "Falta de identidad tanto colectiva como individual".

Material de apoyo: Diapositivas digitales

Objetivos: Interiorizar en los artesanos la importancia de desarrollar productos con una fuerte identidad cultural, para que por medio de estos ellos puedan ser reconocidos como centro artesanal.

Tiempo estimado: 30 minutos

2. Retomando los conceptos del punto anterior se desarrollará un ejercicio práctico, donde los artesanos podrán aprender a generar ideas y conceptos de forma creativa en torno a referentes específicos. En esta actividad se aplicarán técnicas de desarrollo de la creatividad.

Material de apoyo: Papel en pliegos, marcadores, papel carta.

Objetivos: enseñar a los artesanos algunos procesos creativos para la diversificación en el diseño de los productos que ofrecen. Reforzar el tema de identidad, forzandolos a generar conceptos que los identifiquen como colectividad.

Tiempo estimado: 30 minutos.

3. Se enseñarán conceptos básicos de aplicación del color por medio de un ejercicio práctico donde ellos mismo irán construyendo el círculo cromático, e irán reconociendo los diferentes esquemas de color y sus respectivas relaciones. como complemento se identificaran colores en relación a los tipos de consumidores, la psicología del color y naturaleza de los objetos, mediante ejemplos y participación activa de los artesanos.

Material de apoyo: Formato de círculo cromático, papeles de colores, cinta adhesiva.

Objetivos: Enseñar a los artesanos como hacer combinaciones balanceadas de color, de acuerdo al producto que elaboran, su función y su comprador.

Tiempo estimado: 40 minutos

4. Con una exposición digital mostrar a los artesanos aplicaciones de los conceptos estudiados en este taller: Diseño por referentes y aplicaciones de color.

Material de apoyo: Diapositivas digitales

Objetivos: apropiación del conocimiento

Tiempo estimado: 20 minutos

#### NOTAS

- Este último punto puede ser opcional, pues por falta de tiempo de pronto no alcanzamos a desarrollarlo, otra opción es presentarlos al final de cada exposición de forma muy rápida, la intención es mostrar la aplicación de los conceptos.

## Taller 3

# El empaque y aplicaciones graficas de la marca

Proyecto: Fortalecimiento Parque  
Artesanal Loma de la Cruz

Fase 2

## Definición:

*“El empaque es el **contenedor** de un producto, diseñado y producido para **protegerlo** y/o **preservarlo** adecuadamente durante su transporte, almacenamiento y entrega al cliente final; pero además, también es muy útil para **promocionar y diferenciar el producto, comunicar** la información de la etiqueta y brindarle un plus al cliente.”*

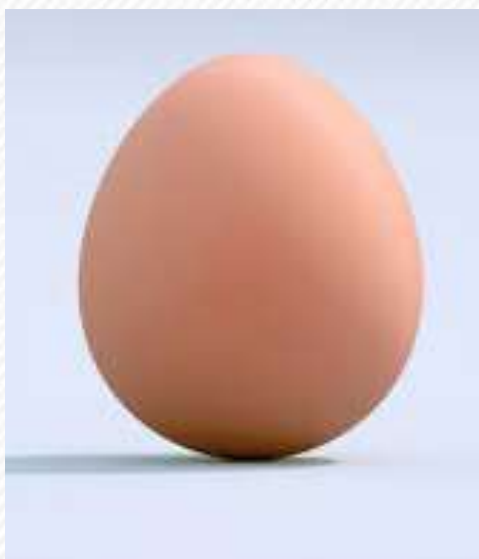
## Objetivos del empaque

- Contener una cantidad determinada de producto
- Conservar las características del producto
- Proteger de los agentes externos
- Promover la venta del producto
- Proporcionar valor agregado
- Comunicar aspectos del producto
- Facilitar el almacenamiento

## Funciones del empaque

### 1. Protección

posibles daños físicos, mecánicos, químicos, térmicos, comerciales.



### 2. Comercialización

ayudar en la promoción y venta, diferenciación de la competencia, facilitar la exhibición.



### 3. Función Social

Comunicar aspectos del producto, Generar identidad.



## Clases del empaque

Primario



Secundario



Terciario





## Fibras Naturales



## Fibras Naturales





## Manualidad



## Manualidad





## Manualidad





Empaque exhibidor







# Aplicaciones graficas de la marca































## Características del Embalaje

- Aislar
- Inmovilizar
- Amortiguar
















# Embalaje y Transporte

EMPRESA	TIEMPO	PRECIO	Paq. Pequeño	Paq. Grande	Internacional
	●	● ●	● ●	● ●	● ● ●
	● ● ●	●	● ●	●	●
	● ● ●	● ●	● ●	● ●	N / A
	●	● ● ●	● ●	● ●	N / A
	● ● ●	●	● ●	●	●
	● ● ●	●	●	● ● ●	●
	●	● ● ●	●	● ● ●	N / A

● ● ● MUY FAVORABLE    ● ● FAVORABLE    ● REGULAR



## TALLER No. 3

### *El empaque y aplicaciones gráficas de la marca*

En este taller se enseñarán conceptos básicos sobre el empaque como elemento fundamental en la presentación comercial de un producto, además se mostrarán diferentes aplicaciones gráficas de la marca y el impacto de incluirla en el empaque como elemento diferenciador, coadyuvando de esta en manera en la construcción de identidad como unidades artesanales productivas.

#### **Temáticas a tratar:**

1. Conceptos de empaque
2. El empaque en el contexto artesanal
3. Aplicaciones de imagen corporativa
4. Embalaje y transporte

#### **Metodología:**

1. Para esta primera temática se realizará una exposición por parte de los diseñadores industriales, quienes explicarán a los artesanos conceptos como: las funciones del empaque, sus características básicas, clases de empaque, entre otros. Se hará énfasis en la importancia de este elemento como parte integral de la presentación comercial de un producto.

Material de apoyo: Diapositivas digitales

Objetivos: Demostrar a los artesanos que el empaque puede ser un vendedor silencioso que ayude a promocionar sus productos.

Tiempo estimado: 40 minutos

2. En este punto se mostrará a los asistentes diferentes opciones de empaque dentro de los alcances de esta comunidad en particular, con el fin de darles ideas aplicables a sus diferentes productos. Para reforzar este tema se hará una dinámica donde los artesanos deberán bocetar una propuesta de empaque.

Material de apoyo: Diapositivas digitales, colores, papel.

Objetivos: Interiorizar el conocimiento adquirido, llevando a la práctica los conceptos estudiados

Tiempo estimado: 20 minutos

3. Esta tema consiste en mostrar con diapositivas, posibles aplicaciones de la imagen corporativa sobre diferentes opciones de empaque, por medio de etiquetas, stickers, impresiones, etc.

Material de apoyo: Diapositivas digitales

Objetivos: Vincular los talleres de diseño gráfico y diseño industrial del proyecto, para mostrar a los artesanos la integralidad y aplicabilidad del conocimiento suministrado

Tiempo estimado: 20 minutos

4. Para terminar, se hará la diferenciación entre empaque y embalaje, mostrándoles la importancia de reconocer la necesidad de un adecuado embalaje de sus productos para atender demandas de mercados externos; en este punto se realizará una actividad donde los artesanos deberán embalar algunos artículos, para luego ser evaluados por los diseñadores, detectar aciertos y falencias.

Material de apoyo: Cartón, plástico, cinta, objetos para empacar, bisturí

Objetivos: Poner en práctica los conceptos aprendidos.

Tiempo estimado: 40 minutos

Taller 4

***El empaque y Definición del  
Sistema de Presentación  
Comercial***

Proyecto: Fortalecimiento Parque  
Artesanal Loma de la Cruz

Fase 2

## Que es?

Es un método con el cual se construyen volúmenes a partir de figuras geométricas y sus variaciones.

Mediante pliegues, cortes, grafado, pegues y ensambles por posición.





## Definición:

La **geometría** ( Geo 'tierra', *metría*, 'medida') es una rama de la [matemática que](#) se ocupa del estudio de las propiedades de las [figuras](#) en el plano o el [espacio](#).

Es la base teórica de la [geometría descriptiva](#) o del [dibujo técnico](#).

La geometría es una de las ciencias más antiguas. Inicialmente está constituida en un cuerpo de conocimientos prácticos en relación con las longitudes, áreas y volúmenes

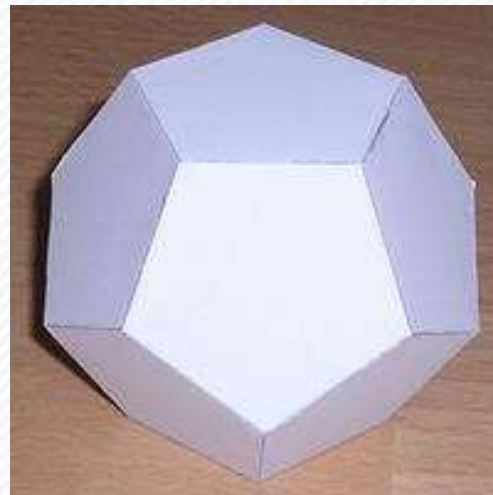
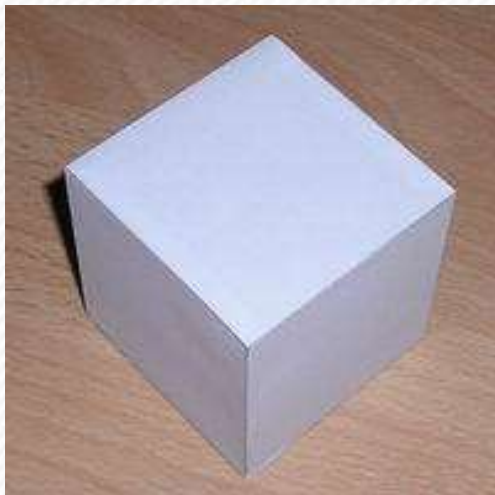
## Definición:

Un **poliedro** es un cuerpo geométrico cuyas caras son planas y encierran un volumen finito.

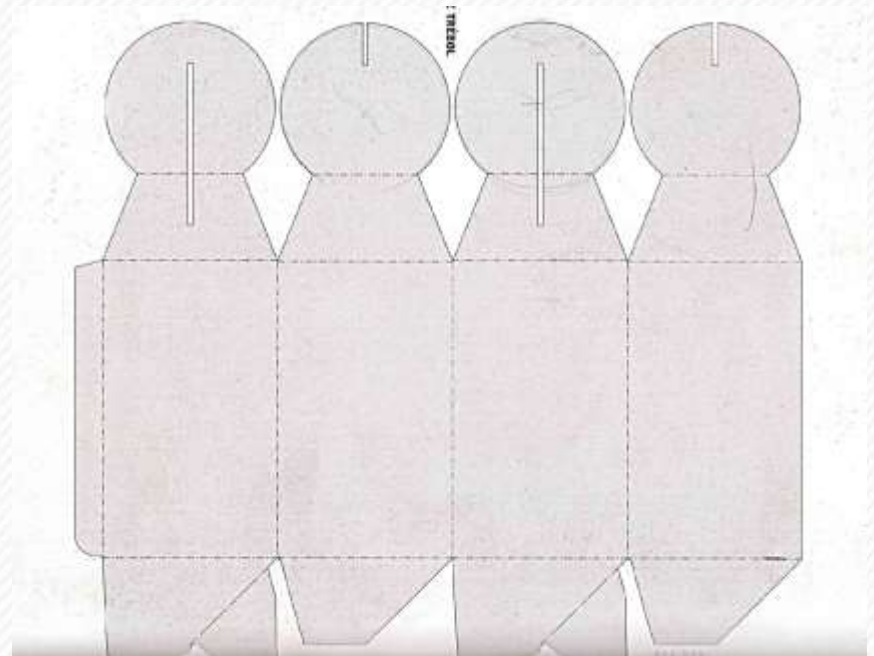
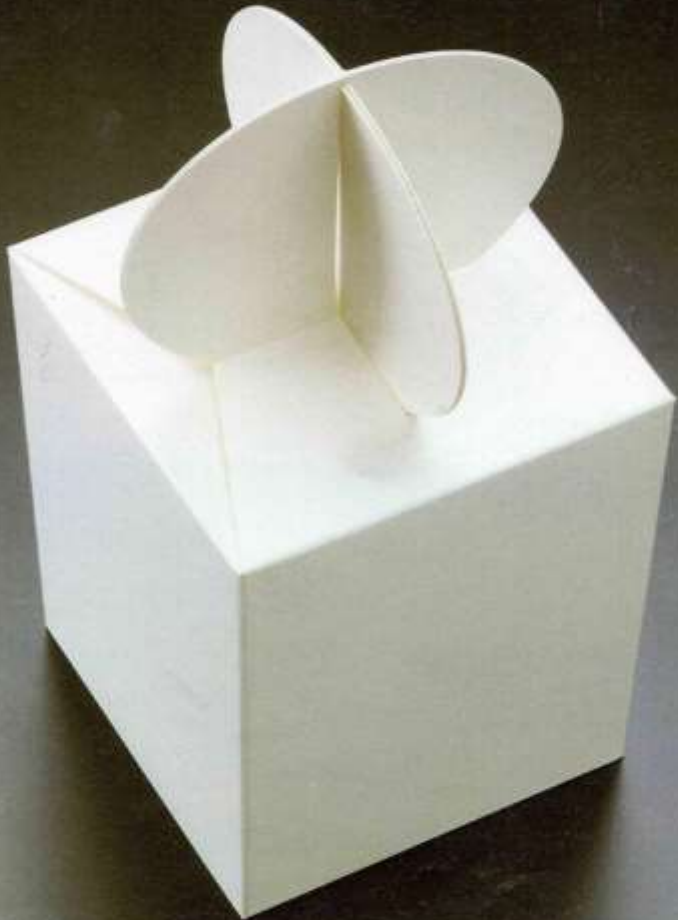
Nombre	Número de caras
<a href="#">tetraedro</a>	4
<a href="#">pentaedro</a>	5
<a href="#">hexaedro</a>	6
heptaedro	7
<a href="#">octaedro</a> u <a href="#">octoedro</a>	8

Nombre	Número de caras
eneaedro	9
decaedro	10
endecaedro	11
dodecaedro	12
tridecaedro	13

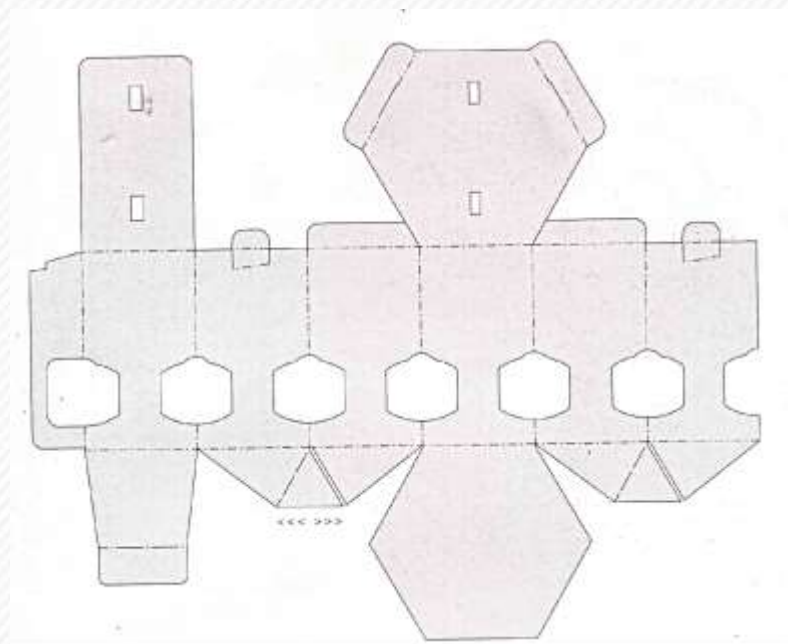
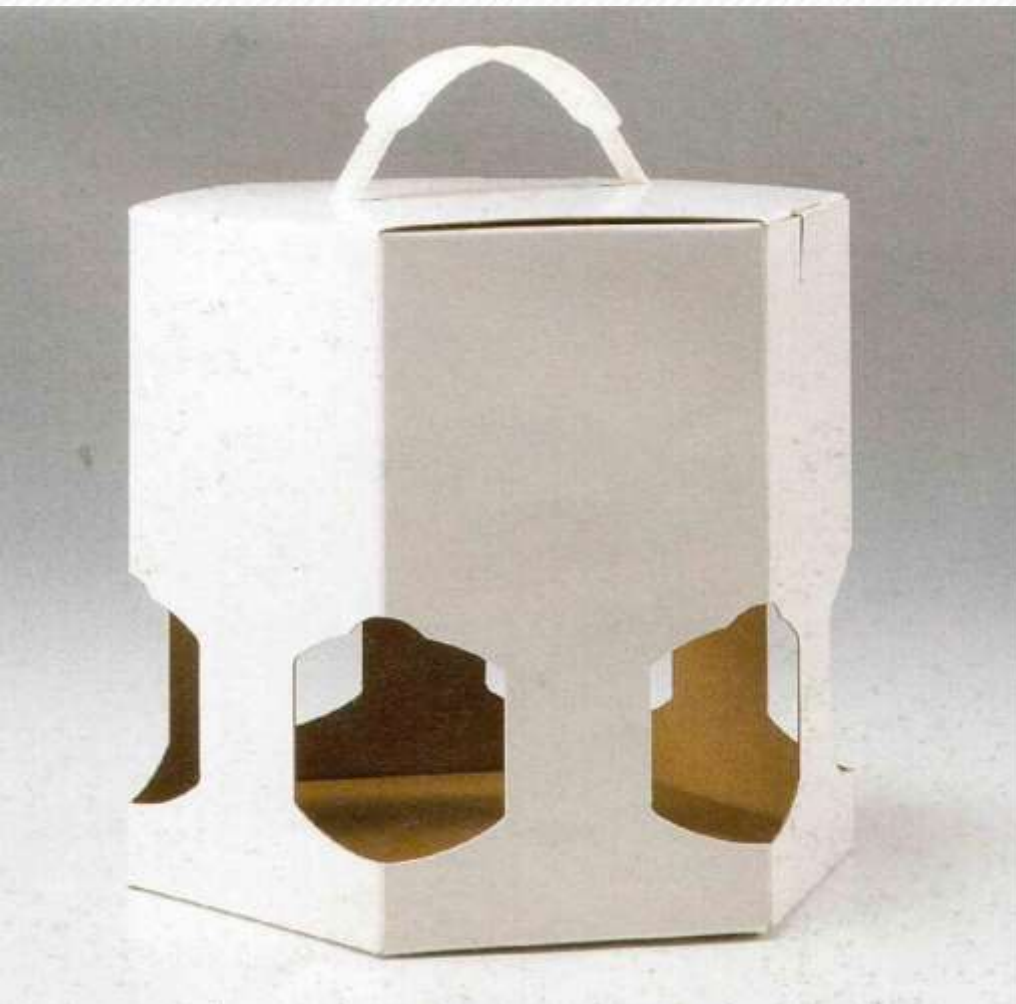
Nombre	Número de caras
chiliedro	1000
miriedro	10000
decemiriedro	100000
hectamiriedro	1000000
apeiroedro	$\infty$



# Empaques por desarrollos



# Empaques por desarrollos





Ejemplo teselado: Teselación del remolino de Eric Gjerde



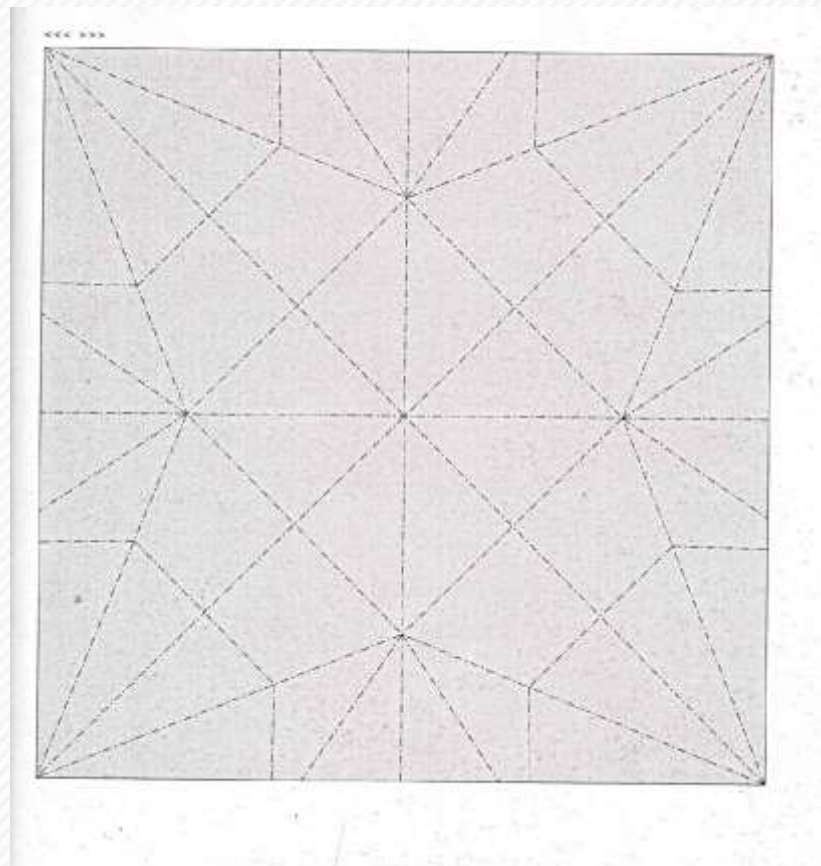
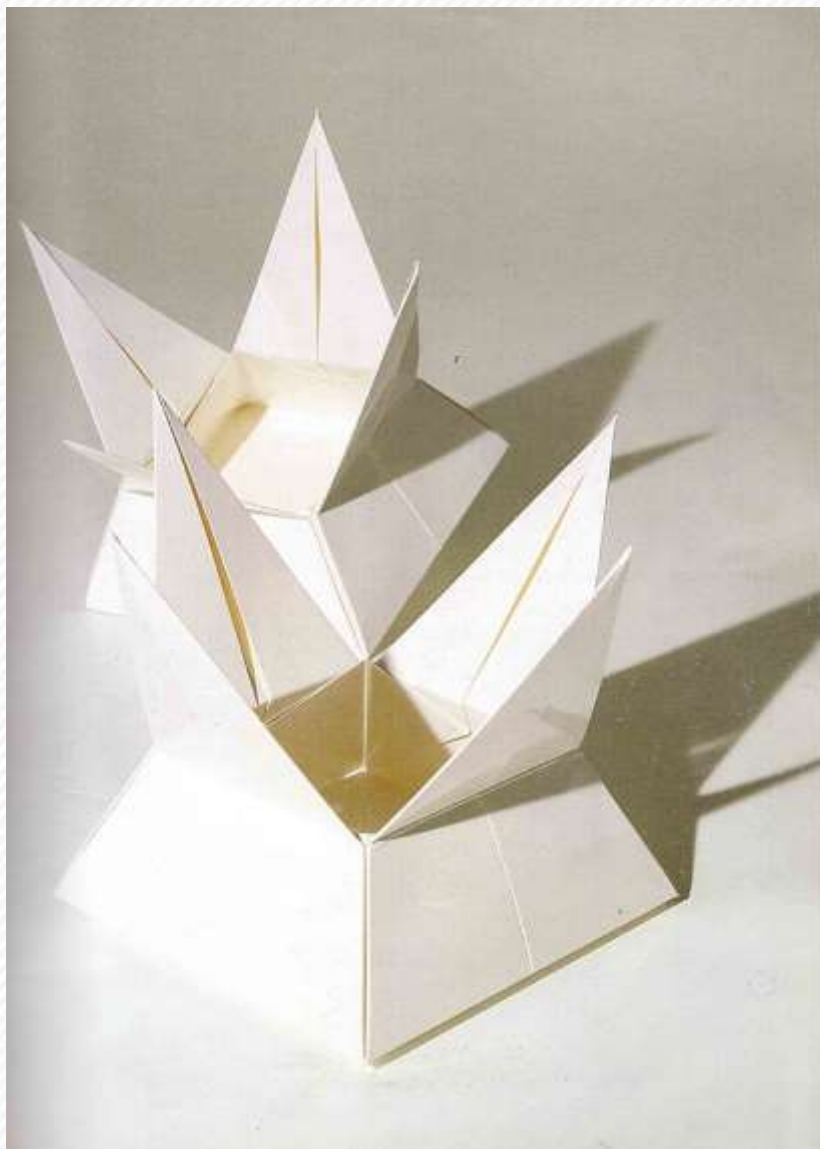
Ejemplo plegado en húmedo: Toro



Ejemplo de origami modular: Esfera



Ejemplo origami de acción: Sapo saltarín









## Definición

Un empaque-exhibidor y surtidor autosostenible permite transportar el producto contenido desde el fabricante hasta los puntos de venta; dicho empaque autosostenible tiene la peculiaridad de contener y exhibir el producto, y desde donde el consumidor final puede tomarlo en el momento de la adquisición.



Protege el producto, auto portante, pero debe permanecer abierto para apreciar el producto.



Auto portante, se aprecia el producto por completo pero no brinda las condiciones necesarias para su protección.



Protege el producto, autoportante, permite visualizar completamente el producto sin estar expuesto al exterior.



## Bisutería

- Fondo Blanco
- Cuellos y Lamina acanalada



## Bisutería

### • Madera

































## TALLER No. 4

### ***El empaque y Definición del Sistema de Presentación Comercial***

En este taller se desarrollarán temas complementarios al taller anterior, resaltado la necesidad de construir conceptos de empaques coherentes con el tipo de producto elaborado por los artesanos. Como tema principal se abordarán los empaques por medio de desarrollos y se mostrará también como el origami puede ser otra técnica para elaborara empaques.

Por otra parte se empezará a tratar el tema de exhibición como herramienta comercial, se hará una primera introducción del tema donde se les mostrará a los artesanos como por medio de una buena exhibición se genera identidad y atractivo comercial.

#### **Temáticas a tratar:**

1. Proceso de diseño del EMPAQUE, (DESARROLLOS)
2. El empaque como sistema de exhibición.
3. El prototipado como herramienta de evaluación (Actividad)
4. Exhibidores y contenedores de productos.

#### **Metodología:**

1. Para esta primera temática se realizará una exposición por parte de los diseñadores industriales, quienes explicarán a los artesanos como realizar el proceso de diseño de empaques, mediante el análisis físico de los productos (Dimensiones, propiedades físicas de los materiales, fragilidad, entre otros).

Se definirá que es un “DESARROLLO”, y cómo se diseña a partir de las necesidades del artesano y sus productos.

Material de apoyo: Diapositivas digitales

Objetivos: Que los artesanos estén en capacidad de reconocer las propiedades físicas de sus productos y a partir de ahí, mediante procesos de diseño puedan desarrollar un empaque adecuado, integrando conceptos de diseño, referentes, imagen corporativa y exhibición.

Tiempo estimado: 40 minutos

2. En este punto se mostrará a los asistentes diferentes opciones de empaque especializados en exhibición. Se expondrán sus ventajas y promoviendo la participación de los asistentes por medio de una actividad grupal, se desarrollará un proceso de diseño de empaque que cumpla con todos los requisitos para la adecuada protección de un producto artesanal.

Material de apoyo: Diapositivas digitales, colores, papel.

Objetivos: Interiorizar el conocimiento adquirido, llevando a la práctica los conceptos estudiados. Incluyendo el tema de “DESARROLLOS”

Tiempo estimado: 40 minutos

3. El desarrollo de este tema consiste en realizar una actividad donde los artesanos puedan experimentar la elaboración de empaques mediante

DESARROLLOS, los diseñadores repartirán entre los asistentes diferentes desarrollos de empaque, cada uno de los artesanos debe armarlos y modificarlos de manera libre y personal, aplicando los conceptos vistos anteriormente, agregando identidad corporativa, colores, etiquetas y exhibición.

Posteriormente se hará una mesa redonda para evaluar los resultados y hacer un retroalimentación por parte de los diseñadores a cargo.

Material de apoyo: Tijeras, colores, copias de desarrollos.

Objetivos: Mediante esta actividad los artesanos evidenciarán como es el proceso de diseño del empaque y aplicaran los conceptos adquiridos en el taller. Dentro de los procesos de diseño que desarrollen se darán cuenta del papel que juega el prototipado como método evaluativo de sus productos y nuevas propuestas.

Tiempo estimado: 30 minutos

4. Esta actividad se desarrollará mediante una exposición por parte de los diseñadores industriales, donde se explicarán las diferentes herramientas de exhibición de productos y la explicación de metodologías aplicadas a los contenedores de los mismos, bajo el desarrollo del concepto decorativo y funcional del local.

Taller 5  
***Presentación Comercial  
de un Producto***

Proyecto: Fortalecimiento Parque  
Artesanal Loma de la Cruz  
Fase 2





*“El establecimiento no es simplemente un lugar donde se encuentra el producto que se busca y que satisface determinadas necesidades, es también el lugar donde se encuentran ideas sobre la organización material de la vida, el lugar capaz de aportar transformaciones a la misma, el enclave que ayuda a través de sugerencias y tentaciones, a vivir mejor. En resumen, es el lugar donde se adquieren satisfacciones siempre nuevas” (Saint-Criqc y Bruel, 1975).*

## El Merchandising

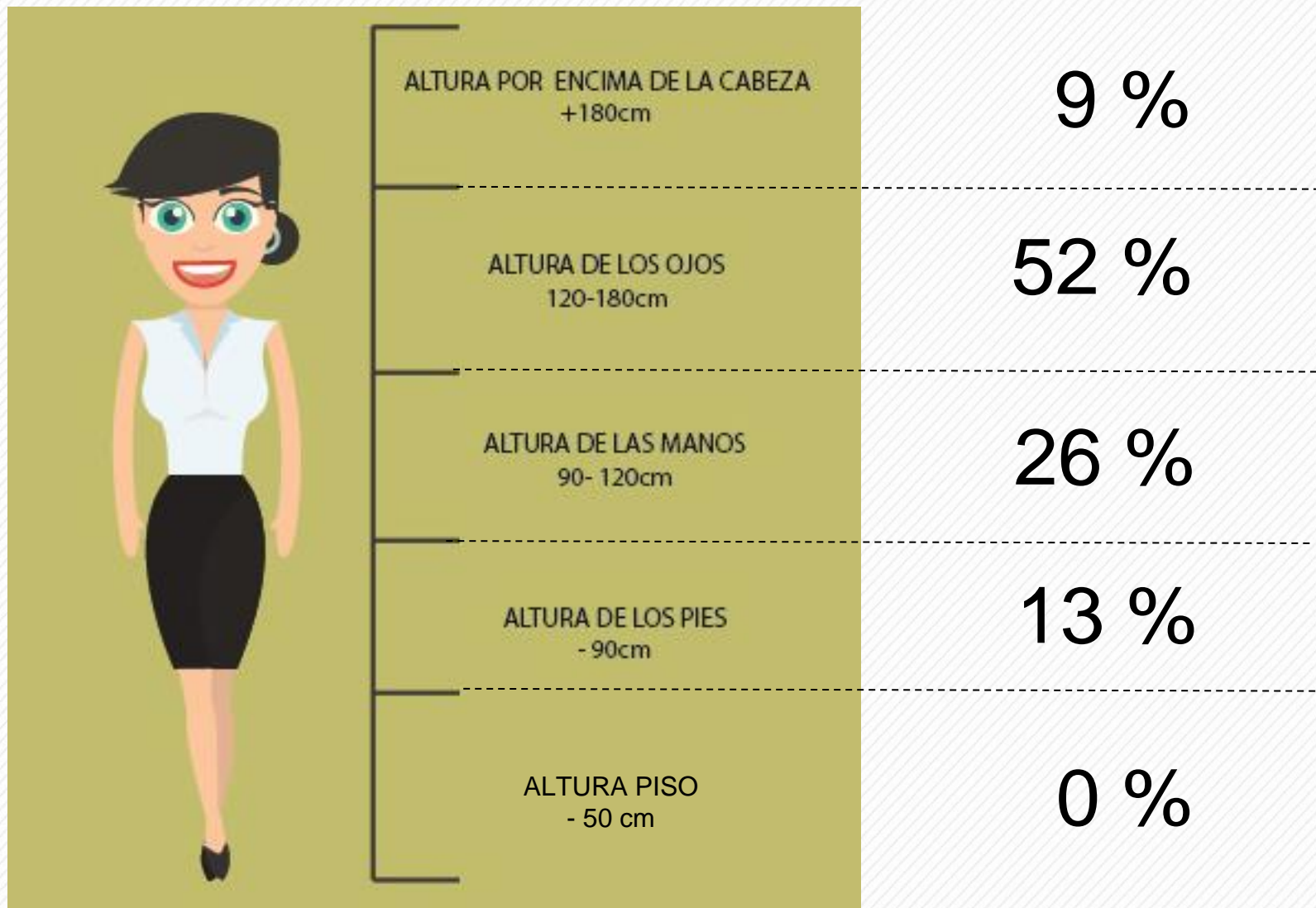
¿Que es?	Modalidad de comunicación persuasiva
¿Quien lo realiza y/o impulsa?	Fabricantes y/o distribuidores
¿A quien va dirigido?	A los clientes (compradores / distribuidores)
¿Cuando surge?	Con el autoservicio
¿Donde se realiza?	En el punto de venta
¿Cual es su objetivo?	Maximizar la rentabilidad a través de la satisfacción de los clientes.
¿Porque?	El fabricante pretende vender mas productos. El distribuidor busca la máximo la rentabilidad del PV. El cliente busca calidad, precio, servicio, información.

# Objetivos de una Exhibición Comercial



- ✓ Organizar y disponer el producto.
- ✓ Generar el deseo de entrar al establecimiento.
- ✓ Lograr la decisión de compra en el punto de venta.
- ✓ Aumentar la demanda del producto.
- ✓ Crear necesidad para el cliente.
- ✓ Lograr una imagen de la empresa para diferenciarse de la competencia.





# Estrategias de Exhibición

Izquierda

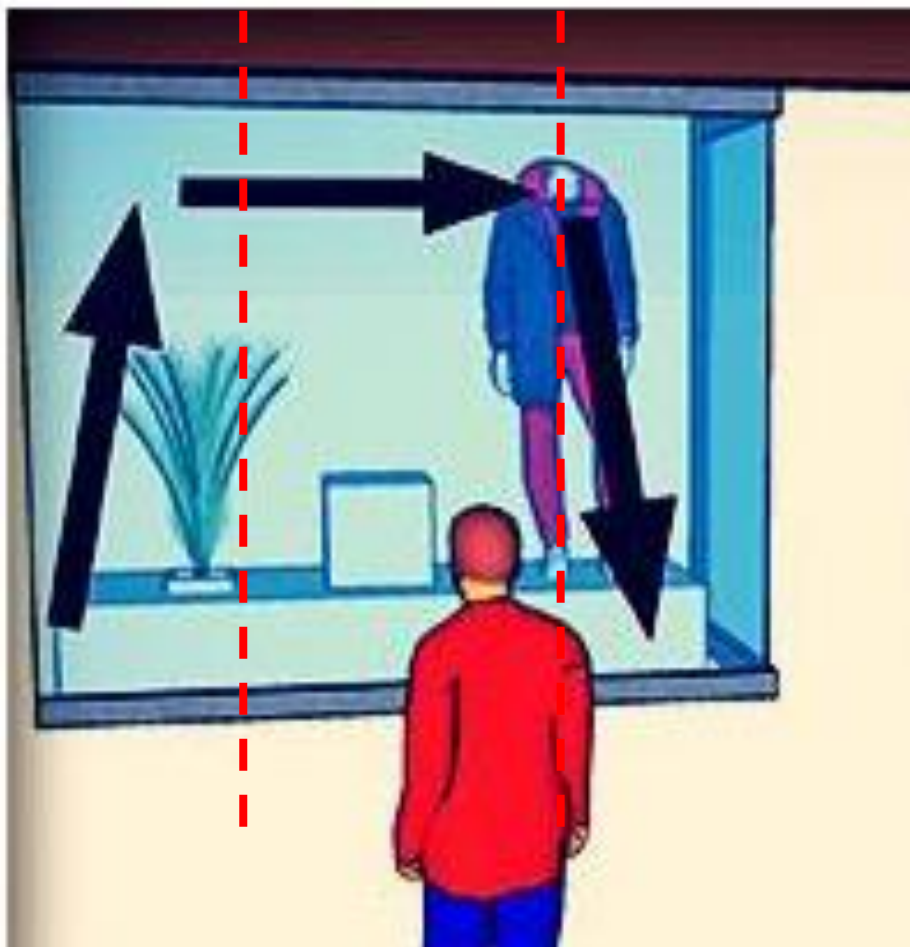
28 %

Centro

47 %

Derecha

25 %



## Objetivos Básicos de Escaparate (Formula AIDA)

Atención + Interés + Deseo + Acción

El escaparate debe llamar la atención del público sobre otras posibles distracciones.

Hay métodos para captarlo como artículos en movimiento de grandes dimensiones.

Se consigue provocar con fondos de luces y de colores que embellecen los artículos.

Consiste en que el cliente potencial entre en la tienda para preguntar por un producto del escaparate y lo compre.











## TALLER ROMPECABEZAS





ARTES  
**ANTONIO LOPEZ**  
MALAGA



# Taller 5

## ***Presentación Comercial de un Producto***

Proyecto: Fortalecimiento Parque  
Artesanal Loma de la Cruz  
Fase 2





*“El establecimiento no es simplemente un lugar donde se encuentra el producto que se busca y que satisface determinadas necesidades, es también el lugar donde se encuentran ideas sobre la organización material de la vida, el lugar capaz de aportar transformaciones a la misma, el enclave que ayuda a través de sugerencias y tentaciones, a vivir mejor. En resumen, es el lugar donde se adquieren satisfacciones siempre nuevas” (Saint-Criq y Bruel, 1975).*

## El Merchandising

¿Que es?	Modalidad de comunicación persuasiva
¿Quien lo realiza y/o impulsa?	Fabricantes y/o distribuidores
¿A quien va dirigido?	A los clientes (compradores / distribuidores)
¿Cuando surge?	Con el autoservicio
¿Donde se realiza?	En el punto de venta
¿Cual es su objetivo?	Maximizar la rentabilidad a través de la satisfacción de los clientes.
¿Porque?	El fabricante pretende vender mas productos. El distribuidor busca la máximo la rentabilidad del PV. El cliente busca calidad, precio, servicio, información.

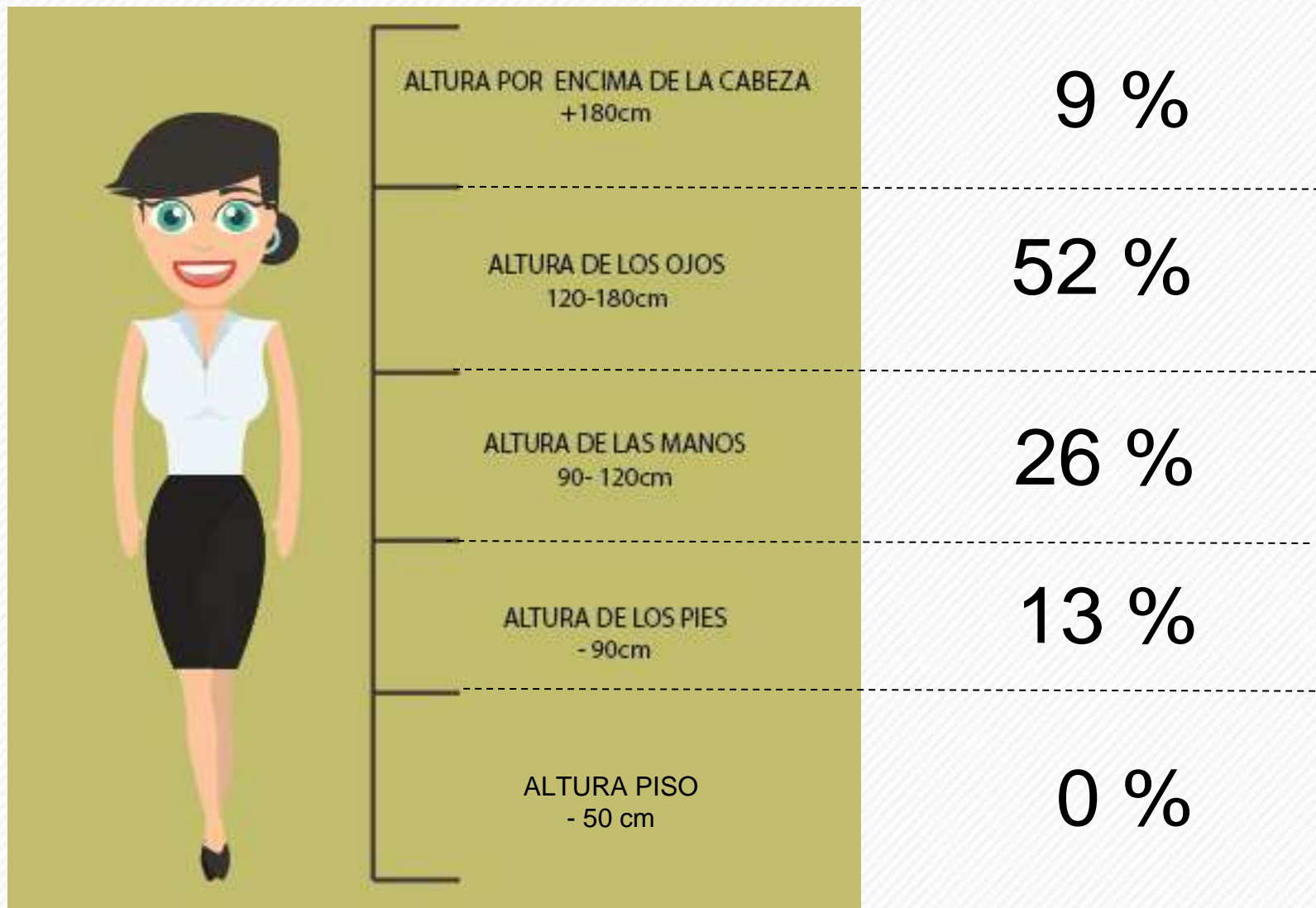
# Objetivos de una Exhibición Comercial



- ✓ Organizar y disponer el producto.
- ✓ Generar el deseo de entrar al establecimiento.
- ✓ Lograr la decisión de compra en el punto de venta.
- ✓ Aumentar la demanda del producto.
- ✓ Crear necesidad para el cliente.
- ✓ Lograr una imagen de la empresa para diferenciarse de la competencia.

1. *Coherencia y orden.*
2. *Transmitir información.*
3. *Atraer – seducir.*
4. *Persuadir – Sugestionar.*
5. *Impactar.*
6. *Relacionar.*
7. *Exhibir.*
8. *Renovar.*





# Estrategias de Exhibición

Izquierda

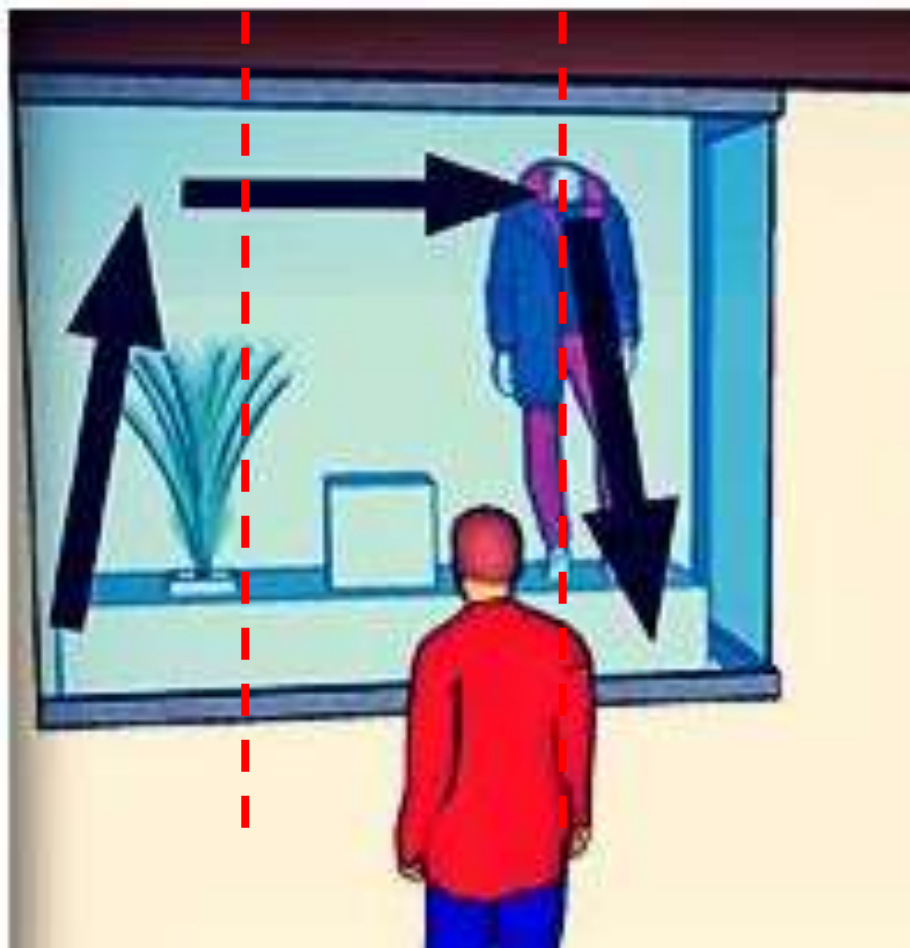
28 %

Centro

47 %

Derecha

25 %



## Objetivos Básicos de Escaparate (Formula AIDA)

Atención + Interés + Deseo + Acción

El escaparate debe llamar la atención del público sobre otras posibles distracciones.

Hay métodos para captarlo como artículos en movimiento de grandes dimensiones.

Se consigue provocar con fondos de luces y de colores que embellecen los artículos.

Consiste en que el cliente potencial entre en la tienda para preguntar por un producto del escaparate y lo compre.











## TALLER ROMPECABEZAS





ARTESANAS  
ANTONIO LOPEZ  
MALAGA



## TALLER No. 5

### ***Presentación Comercial de un Producto***

En este taller se tratará a fondo el tema de presentación comercial del producto en el punto de venta, se hará énfasis en que el producto debe transmitir un mensaje claro, pero también elementos como el empaque, la exhibición, el espacio y ambientación, deben apoyar de forma conjunta dicho mensaje, convirtiéndose estos elementos en vendedores silencios. Se enseñaran cuáles deben ser los objetivos de una exhibición comercial, los requisitos que debe cumplir y se mostraran algunas estrategias organizacionales en el momento de armar una exhibición, llámese este punto de venta o stand.

Adicionalmente a este tema se evaluará la actividad dejada en el taller anterior, donde los artesanos debían intervenir un empaque construido a partir de un desarrollo, para luego compartir su proyecto con el resto del grupo y recibir la retroalimentación de los diseñadores

#### **Temáticas a tratar:**

1. Conceptos básicos de Presentación comercial.
2. Estrategias de Merchandising.
3. Ejemplos de exhibiciones comerciales acertadas.
4. Evaluación de la actividad práctica del taller 4.

#### **Metodología:**

1. Por medio de una presentación digital se explicará a los artesanos las funciones, los objetivos y los requerimientos de una buena exhibición comercial. Se les enseñara la importancia de atender estos espacios con el mismo esmero que realizan sus productos, para que continúen el proceso de construcción de identidad siendo coherentes entre el producto, la imagen corporativa y el espacio comercial.

Material de apoyo: Diapositivas digitales.

Objetivos: Enseñar a los artesanos que el espacio donde exhiben sus productos puede ser una herramienta muy útil en el proceso de venta. Pues la mayoría de ellos no ha prestado atención a este espacio.

Tiempo estimado: 30 minutos

2. Se enseñarán estrategias en la ubicación de los productos respecto al cuerpo humano y respecto al espacio del local, explicándoles que existen zonas de mayor interés para el observador que pueden ser aprovechadas por el artesano para lograr estimular el proceso de venta.

Material de apoyo: Diapositivas digitales.

Objetivos: Dar herramientas de conocimiento a los artesanos para que puedan distribuir más acertadamente los productos dentro de sus locales.

Tiempo estimado: 30 minutos.

3. Se mostraran varios ejemplos de exhibiciones acertadas para mostrar la aplicación del conocimiento entregado y como lo pueden llevar acabo en sus locales.

Material de apoyo: Diapositivas digitales.

Objetivos: Mostrar la aplicación de los conceptos estudiados

Tiempo estimado: 20 minutos

4. Inicialmente los artesanos deberán exponer de forma breve los proyectos realizados, los diseñadores harán aportes a estos proyectos con el fin de enriquecer las propuestas de diseño de empaque.

Material de apoyo: Empaques realizados por los artesanos

Objetivos: Al compartir cada artesano su proyecto, el grupo fortalece su conocimiento pues puede tener a disposición más de 20 propuestas de empaques diferentes, pudiendo identificar cual puede ser el adecuado para sus productos.

Tiempo estimado: 40 minutos



# Taller 6

# Souvenir

Proyecto: Fortalecimiento Parque  
Artesanal Loma de la Cruz  
Fase 2

## SOUVENIR

*Objeto característico de un lugar que sirve como recuerdo de un viaje a ese lugar.*

*Se trata de aquello que se adquiere en un sitio a modo de **recuerdo**, como un testimonio de que dicho lugar fue visitado.*

- *Debe comunicar identidad.*
- *Debe tener un significado cultural.*
- *Demuestra regionalismos.*
- Es realizado por medio de oficios artesanales.
- Transmite la memoria colectiva de cada región.

# Souvenir por personajes



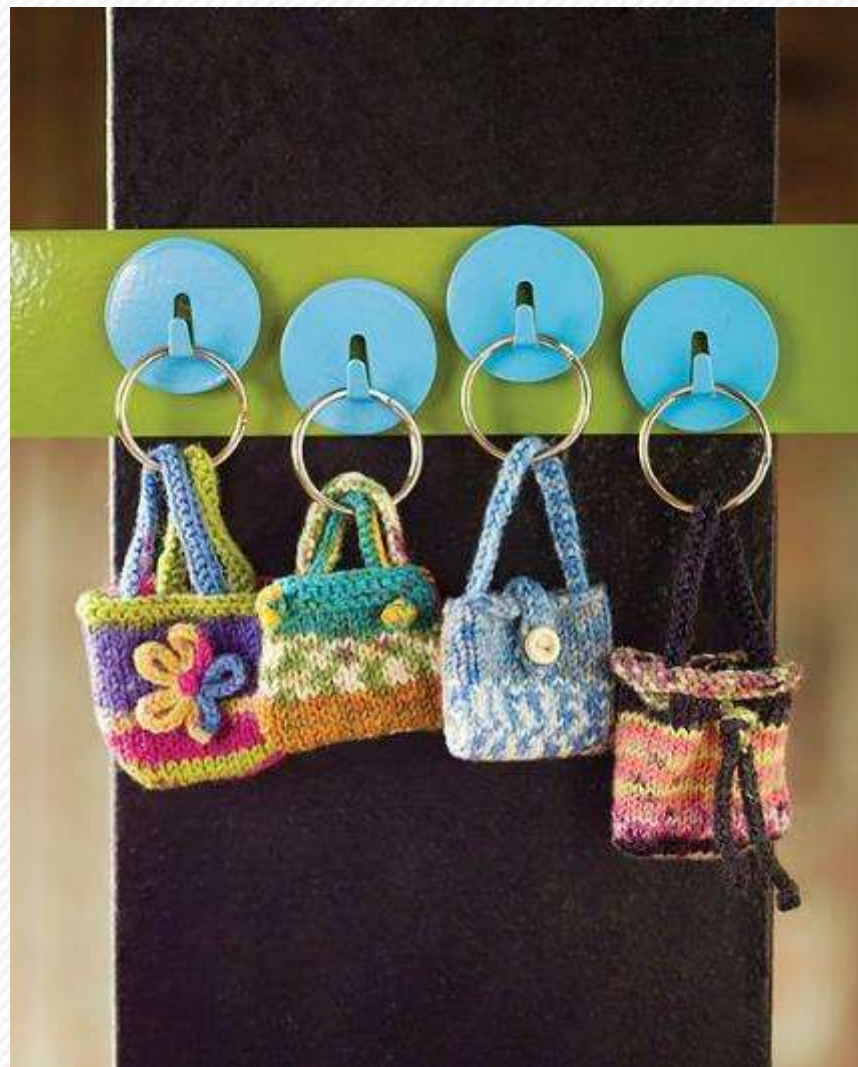
# Souvenir por personajes





# Souvenir por concepto grafico











# Souvenir otros conceptos











7.3. Modelo Matriz de Souvenir

Matriz de evaluación	Objeto	Funcional		funciones			Solución funcion					Evaluacion
		Si	No	1		1						
				2		2						
				3		1						
						2						
						1						
						2						
	Componentes Que necesito?	No.	Nombre	Formas basicas por componente								
		1										
		2										
		3										
		4										
		5										
		otros			opciones 1	opciones 2	opciones 3	opciones 4	opciones 5			
	Materiales	No.	Material 1	Material 2								
	1											
	2											
	3											
	4											
	5											
	Otros											
Logo, info, sello	1		OPCIONES, Desarrollo									
	2											
	3											
	4											
	5											
	otros											

Paleta de colores	Opcion 1	Opcion 2	Opcion 3

Referentes	Opc
1	
2	
3	

Tamaño Producto	
Alto	
Ancho	
Profundidad	
Diámetro	

Maquinas / herramientas	Proceso
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Permite reciclaje	
si	no

Ventajas / innovacion

Nombre:	
Cedula	Telefono



## 6.10. Anexo Plan de Promoción y Estrategias

### PROPUESTA PLAN DE PROMOCIÓN Y ESTRATEGIAS DE PRECIO PARQUE ARTESANAL LOMA DE LA CRUZ MÓDULO DE EMPRENDIMIENTO 2015

#### 1. *Análisis de situación*

El parque artesanal Loma de la Cruz es un lugar emblemático de la ciudad de Cali. Historia del parque: Fue inaugurado el 12 de Julio de 1.990 después de tres años de construcción y se realizó la obra gracias a los aportes en un sesenta por ciento de Artesanías de Colombia, un treinta por ciento del Municipio de Cali y un diez por ciento de la empresa privada de la ciudad.

El 24 de Junio de 2003 la Administración Central expide el Decreto 0269 mediante el cual mantiene la administración del Parque Artesanal Loma de la Cruz en La Secretaria de Cultura y Turismo municipal y le delega la competencia para adelantar el proceso contractual necesario. Por último se expide el Decreto 0230 de Abril 19 de 2005, por medio del cual se ratifica a la Secretaria de Cultura y Turismo de Cali, como ente gubernamental encargado de la Administración del Parque Artesanal, de manera autónoma para tomar las decisiones que mejor convengan. Actualmente en el parque se encuentran alrededor de 50 artesanos con distintos oficios de gran valor ancestral para los caleños y visitantes del parque.

Aproximadamente hace unos 10 años, era un lugar muy transitado y visitado por jóvenes y familias enteras, pues no solo se disfrutaba de un amplio portafolio de productos artesanales sino también de una interesante agenda cultural como cuenteros, bailarines, grupos musicales, teatro entre otros.

Actualmente el parque tiene una preocupación y es la disminución de clientes y visitantes, lo cual a concepto de los artesanos se debe a:

- Una problemática de convivencia, con una serie de grupos o tribus urbanas que mantienen con comportamientos que son molestos para artesanos y visitantes, afectando así la dinámica social y ambiental del Parque.
- Los artesanos no cumplen con el horario establecido para abrir y cerrar sus negocios.
- En muchos casos la exhibición de sus productos no es ordenada y llamativa.

- Pocos locales cuentan con un aviso que le de un nombre a cada uno, como parte de su identidad corporativa.
- Los locales no tienen numeración.
- El parque no cuentan con vías de acceso demarcadas, ni acceso para personas con dificultades motrices.
- El parque no tiene un mapa de ubicación para los visitantes
- No cuentan con un portafolio impreso de sus productos.
- Existen problemas de convivencia entre los mismos artesanos.

#### Ubicación del parque

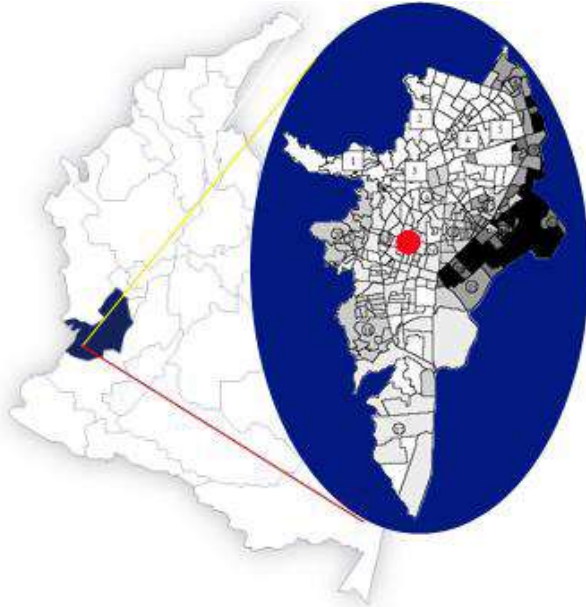


Imagen: Informe 2010, Ricardo A. de los Rios Arellano

## 2. Misión y Visión actual

Según un informe de diagnóstico empresarial elaborado por la Secretaría de Cultura y Turismo de la Alcaldía de Cali en el año 2010, la misión y visión del Parque es:

### **MISION:**

El parque Artesanal Loma de la Cruz es un espacio de la ciudad de Cali para la difusión del Arte Popular, encuentro familiar, que reúne un grupo de artesanos que cada día reproduce sus raíces en objetos artísticos, decorativos, utilitarios y recreativos. Con esta

actividad cultural, contribuyen a elevar el nivel de vida de nuestros artesanos y genera empleo para la comunidad circunvecina.

**VISIÓN:**

Ser un sitio conocido a nivel nacional e internacional, manteniendo a través del oficio artesanal la identidad de los Caleños que nace en la pluriculturalidad y pluriétnicidad de sus habitantes

Se recomienda actualizar la Misión en términos de lo que proyecta el parque y quiere ofrecer hoy a sus actuales clientes y que pueda ser concertada con los artesanos, al igual que la visión, la cual debe plantear una meta a corto, mediano o largo plazo, como un ejercicio mínimo de planeación que se convierta en la carta de navegación común.

**3. Segmentación de la población objetivo**

Los artesanos durante el proceso formativo identificaron los siguientes clientes:

- **Clientes actuales:**

Jóvenes universitarios entre los 17 y 25 años.

Extranjeros de todas las edades con la necesidad de comprar algún producto emblemático de la ciudad. Familias que visitan el parque los fines de semana.

Las personas que compran artesanías se caracterizan por ser multiculturales y/o interesadas en el arte, son principalmente jóvenes que buscan identificarse con lo que usan, como también personas conocedoras del arte y amas de casa que buscan en ciertos objetos, brindarle un hermoso ambiente decorativo a sus hogares.

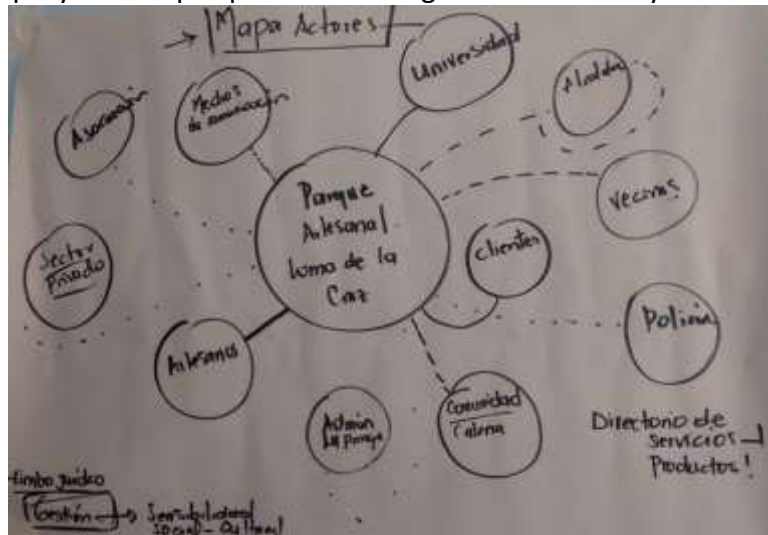
- **Clientes potenciales:**

Familias, personas de la tercera edad, empresas privadas y el sector público.

- **Actores estratégicos:**

Durante el proceso formativo en los talleres con los artesanos, se logró construir en consenso, el siguiente mapa de actores, que les servirá como una herramienta de planeación de sus estrategias de venta, pues el mapa orienta sobre cómo están las relaciones actuales del parque con los distintos actores estratégicos, que son base fundamental para el funcionamiento del mismo.

Como conclusión de este ejercicio, se evidenció que han venido descuidando la relación que tienen con actores como la academia, los vecinos, el sector privado, la misma asociación de artesanos y la Alcaldía, pasando por alto la importancia que cada uno de ellos tiene para proyectar el parque como un lugar emblemático y turístico de la ciudad.



Fotografía: María Isabel Barón

También se logró realizar un análisis DOFA, en conjunto consignando lo siguiente:

#### DEBILIDADES:

- ✓ Mercadeo y ventas.
- ✓ Producción.
- ✓ Diseño, Imagen Corporativa.
- ✓ Empaque.
- ✓ Manejo regular de los aspectos administrativos de la empresa.
- ✓ Falta de Organización del sector.
- ✓ Individualismo y rivalidad entre los artesanos.
- ✓ Desarticulación entre los artesanos y la administración del parque.
- ✓ Falta de compromiso con sus responsabilidades como miembros del parque (Pago cuota de administración y horarios de atención al público).
- ✓ Resistencia al cambio y al trabajo en equipo.
- ✓ Falta de visión comercial.

#### OPORTUNIDADES

- ✓ Potencial turístico y crecimiento poblacional de la ciudad

- ✓ Gran demanda del producto artesanal Colombiano en el mercado nacional e internacional.
- ✓ Buena calidad de productos artesanales.
- ✓ Entidades dispuestas a capacitar y acompañar procesos.
- ✓ Entidades públicas y privadas dispuestas a capacitarlos en temas de manejo de sus finanzas.
- ✓ Diversidad de oficios y productos

#### **FORTALEZAS**

- ✓ Ubicación estratégica del parque
- ✓ Reconocimiento del sector por parte de los clientes y los caleños en general.
- ✓ Calidad de sus productos
- ✓ Competencias de tipo artístico y cultural
- ✓ Diversidad de técnicas y oficios para todos los gustos en el sector.
- ✓ Asociación de los artesanos legalmente constituida

#### **AMENAZAS**

- Productos Chinos
- Competencia desleal.
- Desconocimiento de los procedimientos para comercialización de los productos.
- Desconocimiento en cuanto al costeo de productos
- Informalidad del sector.
- Problemas de convivencia por presencia de grupos con malos comportamientos en el parque.
- Subvaloración del trabajo artesanal
- Poco uso del espacio público destinado para eventos artísticos que sirvan como estrategia de promoción del parque
- Rivalidad entre los artesanos del mismo sector.
- Falta de innovación en sus productos y exhibiciones

#### **4. *Objetivos del Plan de Promoción***

1. Mejorar la imagen visual del parque artesanal.
2. Posicionar el parque por su variedad de productos artesanales.
3. Visibilizar los productos y las actividades del parque por distintos medios de comunicación de manera permanente.

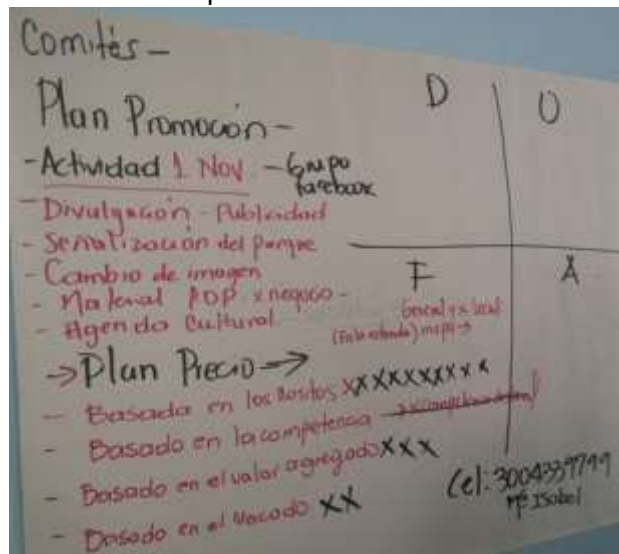
Estos objetivos son medibles e inciden en cada segmento objetivo sobre los tres estados básicos del receptor de la comunicación:

- Objetivos cognitivos: Llamar la atención, informar y recordar. Notoriedad.
- Objetivos afectivos: Aumentar el interés y mejorar actitudes.
- Objetivos comportamentales: Persuadir para atraer y para lograr fidelidad de los clientes.

### 5. Instrumentos de promoción

Después de haber abordado las temáticas de estrategias de promoción con el grupo de Artesanos durante los talleres, se pudo establecer que existe una necesidad muy sentida de cambiar la mala imagen que se tiene del parque por parte de los caleños, esto debido a los motivos planteados al inicio del documento, lo que ha incidido de manera muy negativa en las ventas de los artesanos y la seguridad de los visitantes.

Este plan propone combinar diversos instrumentos, que no impliquen un costo alto y que logre el impacto deseado en todos los segmentos objetivo, transmitiendo un único posicionamiento y mejoramiento de la imagen. Por otro lado, que sea una herramienta útil para todos los artesanos del Parque.



Fotografía: María Isabel Barón.

Algunos instrumentos concertados en el taller fueron:

- Uso del nuevo logo en material promocional (tarjetas, volantes, empaques, etiquetas, camisetas etc.).
- Técnicas de merchandising para la exhibición.
- Creación de un Grupo de Facebook por parte de los artesanos, que les permita como colectivo administrar el contenido de dicho grupo.
- Concertación de una agenda cultural con apoyo de la Secretaría de Cultura y Turismo.
- Eventos como Jornada por la Paz, Mingas, Domingo Artesanal en Familia, entre otros.
- Señalización del parque (mapa de ubicación de los negocios por niveles, señales de zonas de evacuación, zonas libres de humo etc.)
- Avisos con numeración de los locales.
- Realizar un portafolio con los souvenirs que ofertan cada uno de los artesanos.
- Feria Artesanal.

## **6. Tiempo y recursos**

La mayoría de las estrategias planteadas podrán ser implementadas en el corto tiempo, de hecho durante esta fase del proyecto, se realizaron dos eventos en los que todo se ha hecho con recursos gestionados por los mismos artesanos, quienes han mostrado compromiso e interés en sacar adelante estas ideas. Por otra parte, el grupo de Facebook ya está creado y lo administrará una artesana líder, quien se encargará de publicar fotos de eventos y de los productos que ofertan cada uno de los artesanos. Se llama “Artesanos Loma de la Cruz, Cali”:

<https://www.facebook.com/groups/598770296930268/?fref=ts>

Como estrategias de mediano plazo está la señalización del parque de manera general, representado en un mapa del parque con la identificación en niveles y números de los locales y su respectivo oficio o tipo de productos, a fin de que los visitantes tengan una visión más amplia y quieran recorrerlo en su totalidad y por otro lado, la ubicación de letreros que informen de manera oportuna a los visitantes y clientes, de acuerdo a la reglamentación de salud ocupacional y prevención de riesgos.

Se propone gestionar recursos para diseñar e imprimir el mapa general del parque, con la debida señalización y numeración de los locales, al igual que los letreros que deben instalar por reglamentación y prevención de riesgos.

ESQUEMA DISTRIBUCIÓN DE LOCALES NIVEL 2 II 03/2007 PARQUE ARTESANAL LOMA DE LA CRUZ CALI-COLOMBIA	
45	45. Enrique Varela
46 52	46. Enrique Varela
47 51	47. María Eloy Ocampo
48 50	48. María Villalobos
49	49. Monica Bocja
	50. Eduardo Diaz
	51. María Eloy Ocampo
	52. Enrique Varela
53	53. Mario Villaverde
54 58	54. Cecilia de Anaz
55 57	55. Humberto Molina
56	56. Lucia Maria
	57. Alicia Vidal
	58. Nela Navez (Angela Navez)
59	59. William Ramirez
60 66	60. William Ramirez
61 65	61. María Lizarbe
62 64	62. Loyder Fernando Ruiz
63	63. Oscar Bernal
	64. Oscar Bernal
	65. Stella Lizarbe
	66. William Ramirez
67	67. María Eugenia Gomez
68 72	68. Dolly Riascos
69 71	69. Luis Mueses
70	70. Luis Mueses
	71. Ana Judith Bolaños
	72. Ana Cecilia Ocaña

Imagen: documento "Análisis del mercado artesanal "loma de la cruz"  
Secretaría de turismo de Santiago de Cali. Febrero 2008.

Este esquema sirve como ejemplo para el Mapa del Parque.

En cuanto a las demás estrategias, es clara la muestra de compromiso por parte de los artesanos, quienes con sus propias gestiones y con actividades colectivas, sacaron adelante dos eventos muy importantes en solo dos meses, dando muestra de su interés, potencial y capacidad de gestión.

Como última estrategia y no menos importante, se planteó aprovechar la feria artesanal que se realizará en diciembre con apoyo del proyecto, como un espacio dinámico que les permite poner a prueba lo aprendido en los espacios de formación del proyecto y sus habilidades comerciales como artesanos- empresarios.

## 7. Seguimiento

Es importante seguir la efectividad e impacto de las iniciativas de promoción planteadas para asegurar que la comunicación sea clara, consistente y efectiva. En caso de ser posible, porque el alcance del proyecto no lo permite, convendría definir

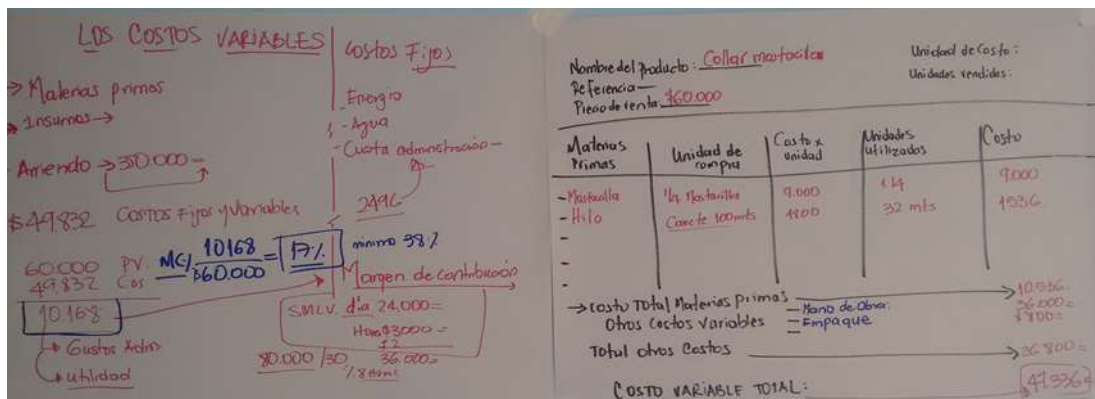


los mecanismos formales e informales para evaluar el impacto de las estrategias de promoción por parte de los mismos artesanos y así garantizar el avance y los resultados esperados en este plan.

## ESTRATEGIAS DE PRECIOS

A continuación se ponen en conocimiento las 4 estrategias que se concertaron con los artesanos para determinar sus precios de acuerdo también a lo aprendidos en los módulos de Estructura de costos, punto de equilibrio y análisis de la competencia.

1. Estrategia de precio basada en los costos: Se pudo establecer que un 70% de los artesanos no tiene claro el costo de producción de sus productos, lo que les hizo entender que en algunos casos, por estar pendientes solo de la competencia, estaban casi que regalando sus productos; por lo tanto esta estrategia se puso como la número 1 a implementar con el fin de revisar costeo de los productos. Para implementar esta estrategia se trabajó con los artesanos los siguientes pasos:
  - a. Identificación de los costos Fijos y Variables
  - b. Elaboración Hoja de cálculo de Costos Variables (costos de producción)



Fotografía: María Isabel Barón.

- c. **Cálculo del margen de contribución de los productos**: El margen de contribución es la diferencia entre su costo variable y su precio de venta. Y el margen de contribución de la empresa es la diferencia entre el total de los costos variables y el total de las ventas. Es muy importante reconocer que el costo variable indica lo que me queda para cubrir los gastos y costos fijos y la utilidad. Se Calcula en pesos y en porcentaje así:

- En pesos



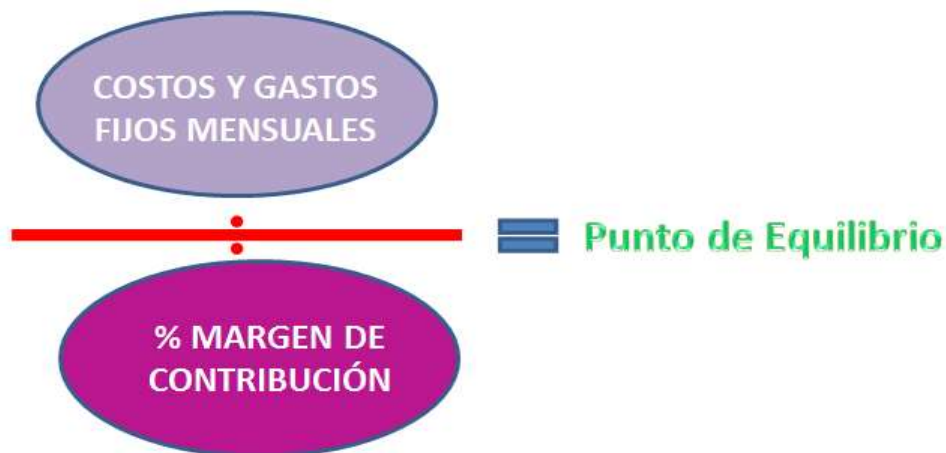
- En porcentaje



El margen de contribución mínimo recomendable está ente el 30 – 38%.

Nota: En este punto el artesano contará con información valiosa para analizar el precio que actualmente está manejando y tomar decisiones a cerca de cambiarlo o mantenerlo como está.

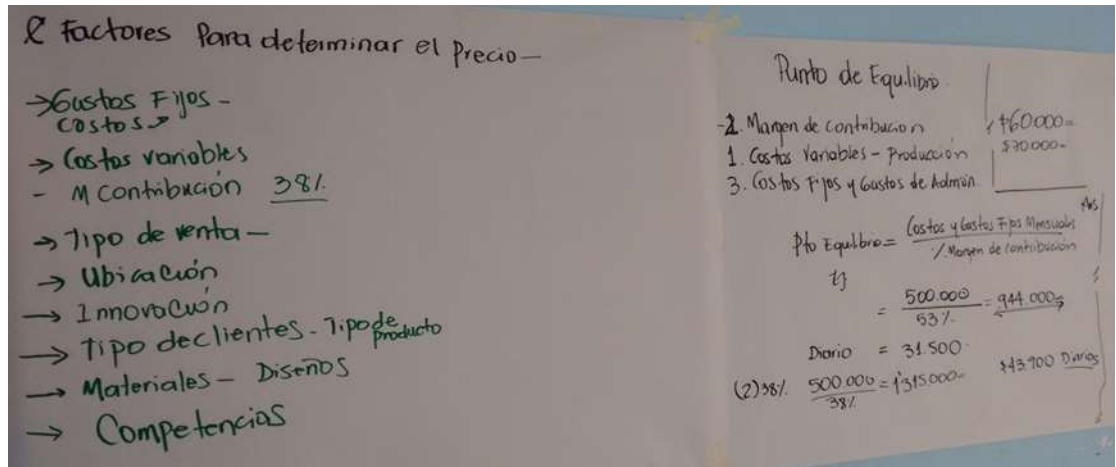
- d. Sumar todos los costos Fijos y los gastos administrativos del negocio.
- e. Calculo del punto de equilibrio: Una vez hallado el margen de contribución y el total de los costos y gastos administrativos se procede a calcular el punto de equilibrio que indicará el volumen de ventas necesario para sostener el negocio sin ganar ni perder, es decir el mínimo de ingresos para empezar a generar utilidades.



- f. Determinación del precio: Una vez el artesano halla calculado todos estos elementos podrá proceder a determinar su precio según los costos y según su nivel de punto de equilibrio.
2. Estrategia Basada en la competencia: La mayoría de los precios de los productos de los artesanos está basada en la competencia, lo que es importante siempre y cuando esto no vaya en detrimento de la sostenibilidad financiera del negocio: sin embargo genera preocupación que muchos de los artesanos venden sus productos casi al costo, porque la competencia maneja los mismos productos. Este panorama hace un llamado a trabajar en temas de innovación y valor agregado, de esta manera la dinámica de competencia entre ellos no se convierte en un motivo de discordia que incrementa las dificultades en la convivencia y trabajo en equipo. Se les sugirió asociarse en el tema de compra de insumos a proveedores para minimizar costos y por otro lado trabajar fuerte el tema de innovación en diseños y técnicas, para lograr ventajas competitivas.
  3. Estrategia de precio basada en el Valor agregado: Aquí se trabaja lo que se mencionó en la estrategia anterior como recomendación y para esto se hizo énfasis en la capacidad de adaptación al cambio, interés de capacitarse y acceder a las nuevas tecnologías como herramientas para obtener ideas de mejorar procesos, estilos, diseños y calidad. En la medida en que cada uno se esfuerce por mejorar en estos aspectos, ganarán como parque, ya que no tendrán que pelear sus clientes, sino que estos responderán a los distintos gustos estilos e intereses, para fidelizarlos al satisfacer sus necesidades con creatividad.

4. Estrategias de precio basada en el mercado: Como empresarios, tienen el reto de estar bien informados en cuanto a moda, tendencias, técnicas, estilos, materiales, nuevas tecnologías etc. Los factores externos son muy valiosos a la hora de crear y generar eficiencia en los procesos productivos, por lo tanto se concertó que algunos productos estarán bajo esta estrategia para determinar su precio.

**Tiempos:** Estas estrategias se empezaron a implementar por parte de algunos artesanos y el impacto de las mismas solo se verá reflejado en el mediano plazo, por esta razón es importante darle continuidad a este ejercicio en una próxima fase, de manera individual, para validar y orientar la puesta en marcha de cada estrategia, de acuerdo al objetivo que tenga cada artesano en su negocio.



Factores para determinar el precio

- Gastos Fijos - Costos
- Costos variables
- M Contribución 38%
- Tipo de venta
- Ubicación
- Innovación
- Tipo de clientes - Tipo de producto
- Materiales - Diseños
- Competencias

Punto de Equilibrio

2. Margen de contribución +160.000 =  
 1. Costos Variables - Producción 500.000 =  
 3. Costos fijos y Gastos de Admón.

$$\text{Pto Equilibrio} = \frac{\text{Costos y Gastos Fijos Mensuales}}{\text{Margen de contribución}}$$

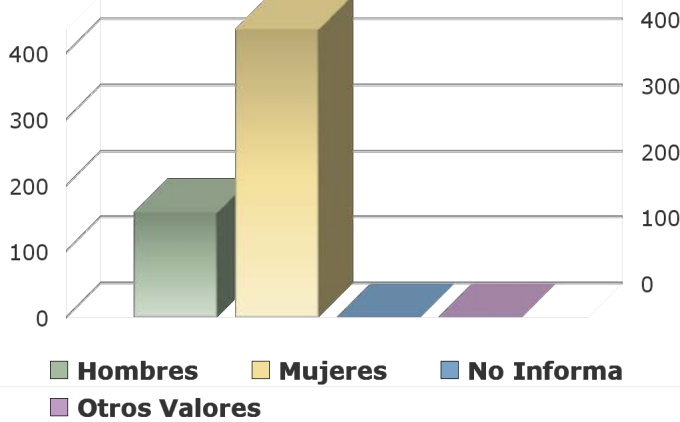
$$= \frac{500.000}{53\%} = 944.000$$

Diario = 31.500

(2) 38%  $\frac{500.000}{38\%} = 1.315.000$  43.700 Días

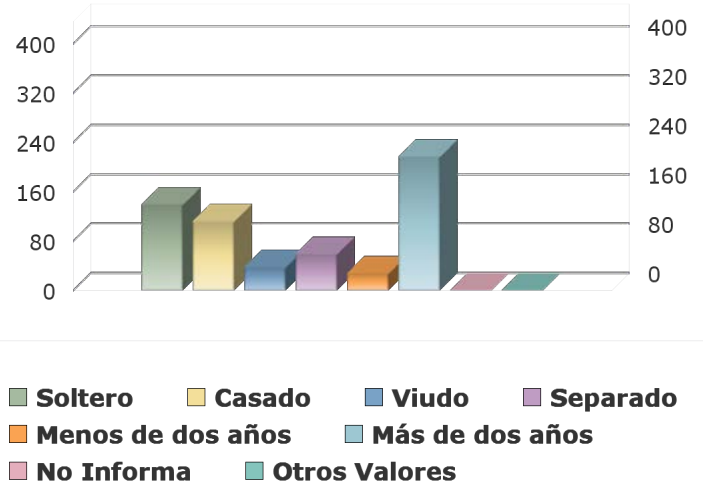
Fotografía: María Isabel Barón.

**Género**



Hombres	159	26.68%
Mujeres	437	73.32%
No Informa		
Otros Valores		
<b>Total</b>	<b>596</b>	

**Estado Civil**

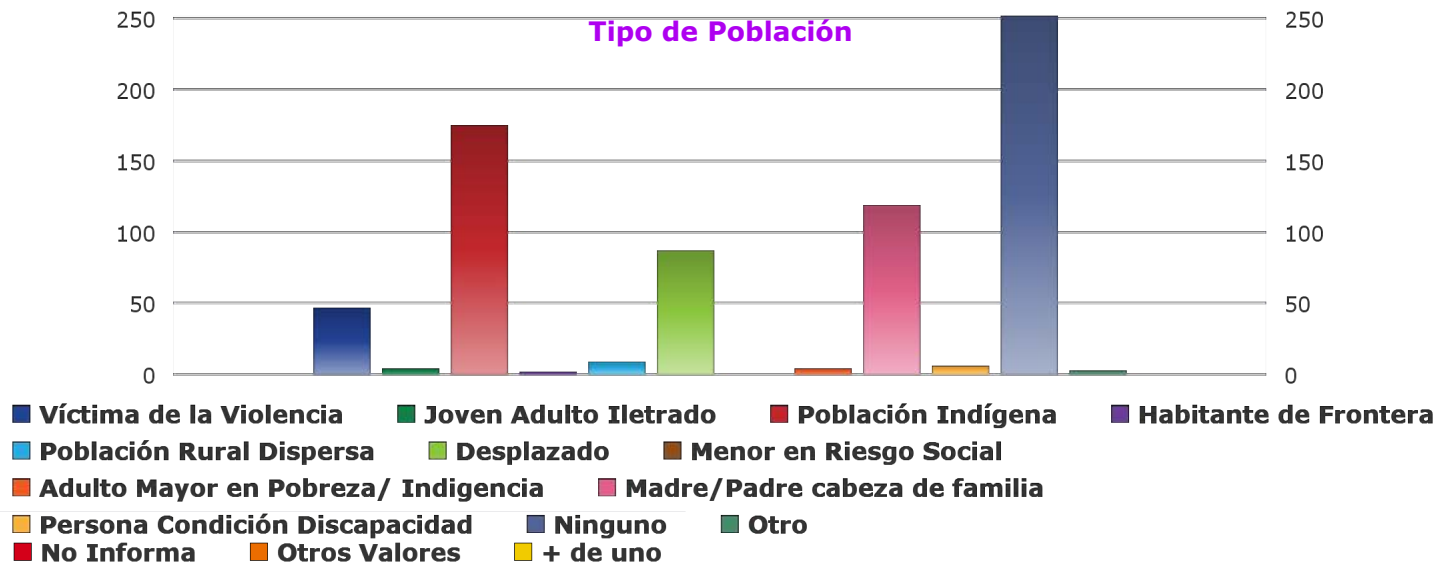


Soltero(a)	140	23.49%
Casado(a)	113	18.96%
Viudo(a)	38	6.38%
Separado(a) o Divorciado(a)	60	10.07%
Vive en pareja < de dos años	28	4.70%
Vive en pareja > de dos años	217	36.41%
No Informa		
Otros Valores		

**Documento de Identidad**

Cédula de Extranjería (CE)		
Cédula de Ciudadanía (CC)	589	98.83%
Tarjeta de Identidad (TI)	2	0.34%
No Único de Identificación (NUI)	4	0.67%
Menor sin Identificación (MsI)		
Adulto sin Identificación (AsI)	1	0.17%
No Informa		
Otros Valores		

**Tipo de Población**

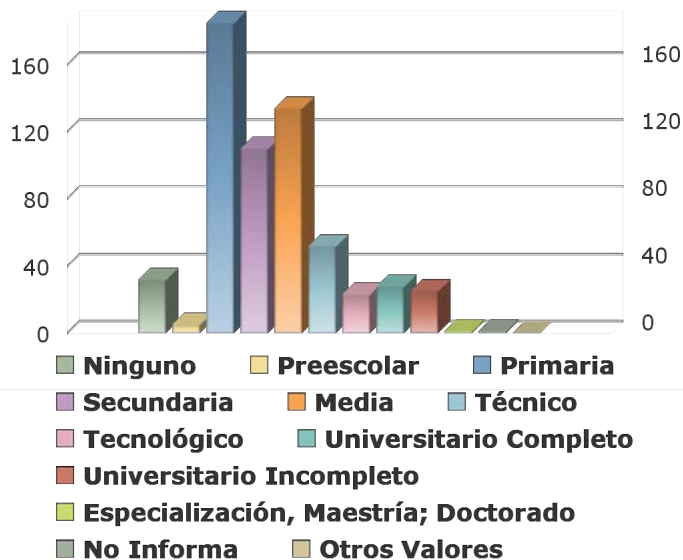


Víctima de la Violencia	47	6.64%	Madre/ Padre cabeza de Familia	119	16.81%
Joven Adulto Ilettrado	4	0.56%	Discapacitado	6	0.85%
Población Indígena	175	24.72%	Ninguno	252	35.59%
Habitante de Frontera	2	0.28%	Otro	3	0.42%
Población Rural Dispersa	9	1.27%	No Informa		
Desplazado	87	12.29%	Otros Valores		
Menor en Riesgo Social			Más de una respuesta	76	10.73%
Adulto Mayor Pobreza/ Indigencia	4	0.56%			

## Zona

Urbano	416	69.80%
Rural	127	21.31%
Resguardo Indígena	52	8.72%
Zona de Reserva Campesina		
Territorio Comunitario	1	0.17%
Kumpanias y Comunidad		
Palenque		
No Informa		
Otros Valores		

## Nivel de Estudios



Ninguno	32	5.37%
Preescolar	5	0.84%
Primaria	185	31.04%
Secundaria	110	18.46%
Media	134	22.48%
Técnico	52	8.72%
Tecnológico	23	3.86%
Universitaria Completa	28	4.70%
Universitaria Incompleta	25	4.19%
Especialización, Maestría, Doctorado	1	0.17%
No Informa	1	0.17%
Otros Valores		

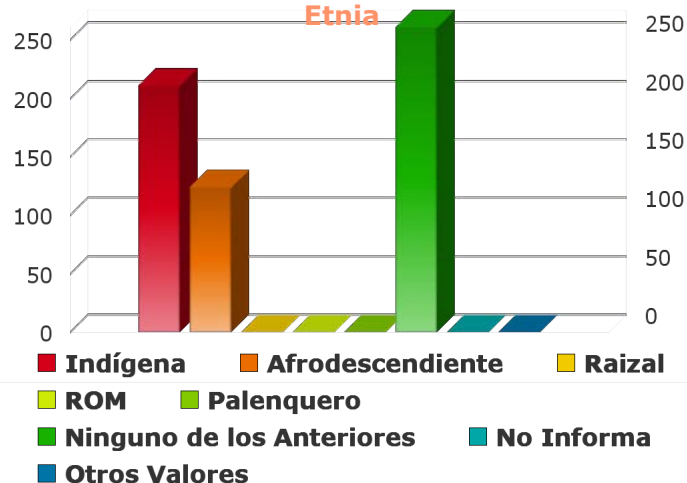
## ¿Afiliado a alguna entidad de seguridad social

Sí	565	94.80%
No	30	5.03%
No Informa	1	0.17%
Otros Valores		

## Régimen al cual está afiliado

Contributivo	217	36.41%
Subsidiado	340	57.05%
Especial o de Excepción	7	1.17%
No sabe No Informa	32	5.37%
Otros Valores		

## Etnia



Indígena	211	35.40%
Afrodescendiente	124	20.81%
Raizal		
Rom (gitano)		
Palenquero		
Ninguno de los Anteriores	261	43.79%
No Informa		
Otros Valores		

## ¿Sabe leer y escribir?

Sí	560	93.96%
No	36	6.04%
No Informa		
Otros Valores		

## Actividad Económica Actual



Elabora Productos Artesanales	493	67.72%
Elabora Productos Arte Manual	165	22.66%
Produce Materias Primas	11	1.51%
Comercializador Materias Primas		
Comercializador Producto Final	57	7.83%
No Informa	1	0.14%
Otros Valores	1	0.14%
Más de una respuesta	113	15.52%

**¿Se ocupaba en otra labor antes de dedicarse a la actividad artesanal?**

Sí	360	60.40%
No	235	39.43%
NS/NR	1	0.17%
Otros Valores		

**Como aprendió el oficio de mayor antigüedad**

Autodidacta	96	16.11%
De un familiar	262	43.96%
En otro taller	42	7.05%
De otro(s) artesano(s)	90	15.10%
Capacitación Institución	74	12.42%
Proyectos de Promoción de Act. Art.	3	0.50%
Proyecto o Programa de política pub	6	1.01%
Profesional en carreras afines	3	0.50%
Otra Opción	17	2.85%
No Informa	3	0.50%
Otros Valores		

**Aspectos para el reconocimiento del oficio**

Años de Experiencia	124	12.40%
Conocimiento y dominio del oficio	101	10.10%
La enseñanza o transmisión del oficio	84	8.40%
La calidad del trabajo	95	9.50%
La tradición familiar	39	3.90%
La conservación cultural	36	3.60%
El tipo de producto elaborado	57	5.70%
Rol o labor que desempeña en el taller	24	2.40%
Otra Opción	6	0.60%
No Informa	410	41.00%
Otros Valores		
Más de una respuesta	129	12.90%

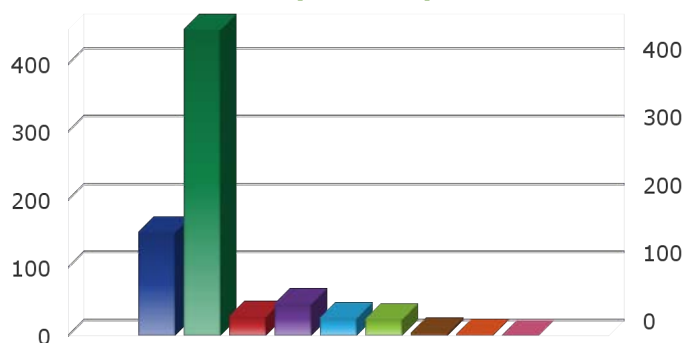
**Calificación es otorgada / reconocida por**

Su familia	62	8.97%
Artesanos	72	10.42%
Artesanías de Colombia	11	1.59%
Los clientes o compradores	114	16.50%
Otros	22	3.18%
No Informa	410	59.33%
Otros Valores		
Más de una respuesta	67	9.70%

**Vinculación**

Trabajador Independiente	447	75.00%
Empleado Formal	6	1.01%
Empleado Informal	60	10.07%
Trabajador Familiar	17	2.85%
Miembro/ Socio Taller Comunitario	3	0.50%
Miembro/Socio Organización Comunit.	22	3.69%
Microempresario	26	4.36%
Otro	13	2.18%
No INforma	2	0.34%
Otros Valores		

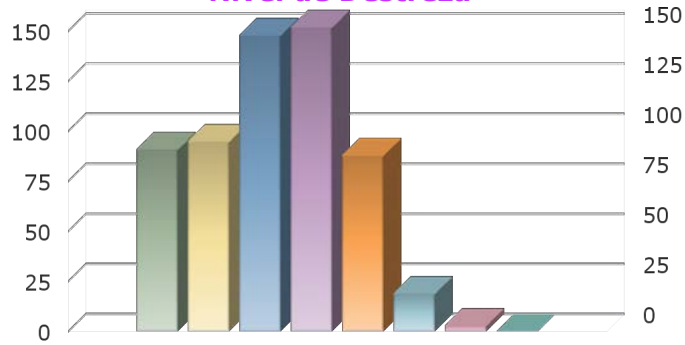
**Actividad Principal a la que se dedica**



- **Elaboración de Productos Terminados**
- **Elaboración de Productos No Terminados**
- **Prestación de Servicios Adicionales**
- **Tarea Específica en la Elaboración del Producto**
- **Coordinación del Proceso Productivo**
- **Otro**
- **No Informa**
- **Otros Valores**
- **+ de una**

Prod./ Elaboración Materias Primas	153	20.73%
Elaboración Productos Terminados	451	61.11%
Elaboración Prod. No Terminados	29	3.93%
Prestación de Servicios Adicionales	47	6.37%
Tarea Específica en elab. Producto	27	3.66%
Coordinación Proceso Productivo	25	3.39%
Otra	4	0.54%
No Informa	2	0.27%
Otros Valores		

**Nivel de Destreza**



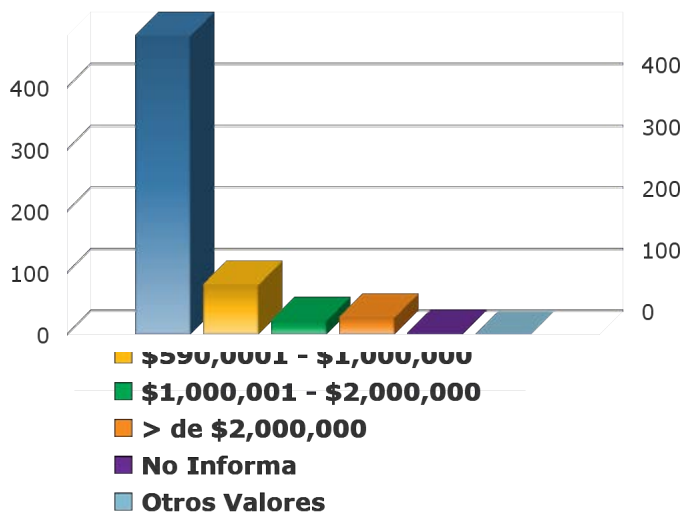
- **Maestro Artesano**
- **Instructor**
- **Oficial**
- **Aprendiz**
- **No Sabe**
- **No Aplica**
- **No Informa**
- **Otros Valores**

Maestro Artesano	91	15.27%
Instructor	95	15.94%
Oficial	148	24.83%
Aprendiz	152	25.50%
No Sabe	88	14.77%
No Aplica	19	3.19%
No Informa	3	0.50%
Otros Valores		

**¿Su actividad económica principal es la artesanía/ artes manuales?**

Sí	338	56.71%
No	256	42.95%
NS/NR	2	0.34%
Otros Valores		

### ¿Ingreso Promedio Mensual del último año generado por la actividad artesanal



< de \$590,000	485	81.38%
\$590,0001 - \$1,000,000	81	13.59%
\$1,000,001 - \$2,000,000	23	3.86%
> de \$2,000,000	28	4.70%
No Informa	2	0.34%
Otros Valores		

### Proceso que aplica para la elaboración del producto

Solamente a mano	270	29.32%
A mano con herramientas	428	46.47%
Con apoyo máquinas simples	98	10.64%
Con apoyo de maquinaria con motor	122	13.25%
No Informa	3	0.33%
Otros Valores		
Más de una respuesta	265	28.77%

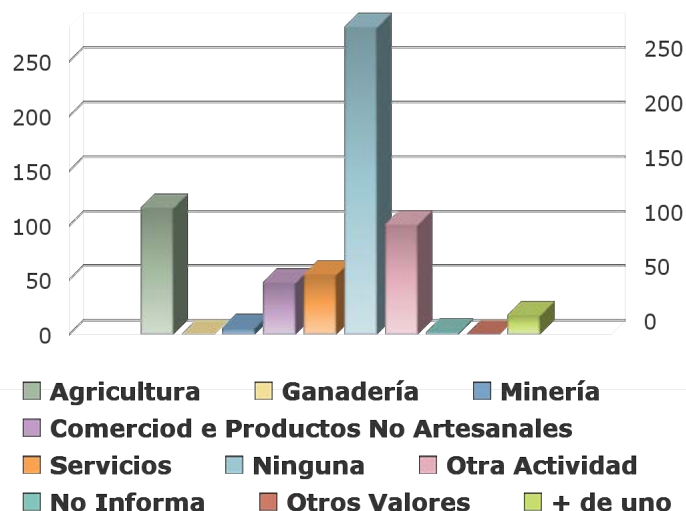
### ¿Subcontrata parte del proceso para la elaboración de sus productos?

Sí		
No		
NS/NR		
Otros Valores	596	100.00%

### Distintivos y/o Certificaciones

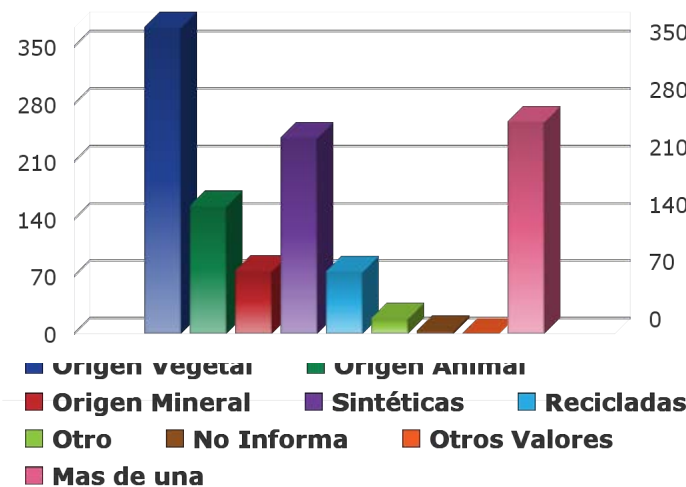
Denominación de Origen	14	2.29%
Marca Colectiva	7	1.15%
Certificación Calidad Hecho a Mano	16	2.62%
Marca registrada Cámara Comercio	62	10.15%
Registro Derechos de Autor	2	0.33%
Marca de Certificación	5	0.82%
No tiene	457	74.80%
No Aplica	45	7.36%
No Informa	3	0.49%
Otros Valores		
Más de una respuesta	11	1.80%

### Otras Actividades a las que se dedica



Agricultura	116	18.80%
Ganadería	7	1.13%
Minería	6	0.97%
Comercio Productos No Artesanales	48	7.78%
Servicios	55	8.91%
Ninguna	282	45.71%
Otra Actividad	101	16.37%
No Informa	2	0.32%
Otros Valores		
Más de una respuesta	18	2.92%

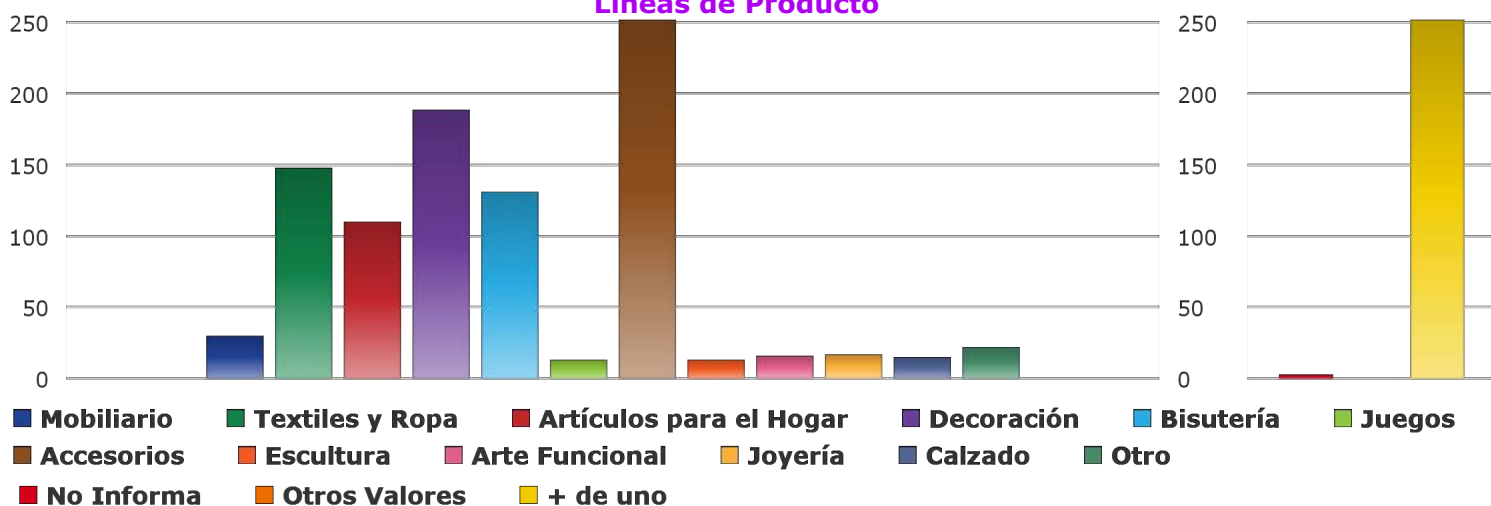
### Tipo de Materia Prima



Origen Vegetal	374	39.62%
Origen Animal	156	16.53%
Origen Mineral	77	8.16%
Sintéticas	239	25.32%
Recicladas	76	8.05%
Otro	19	2.01%
No Informa	3	0.32%
Otros Valores		
Más de una respuesta	259	27.44%

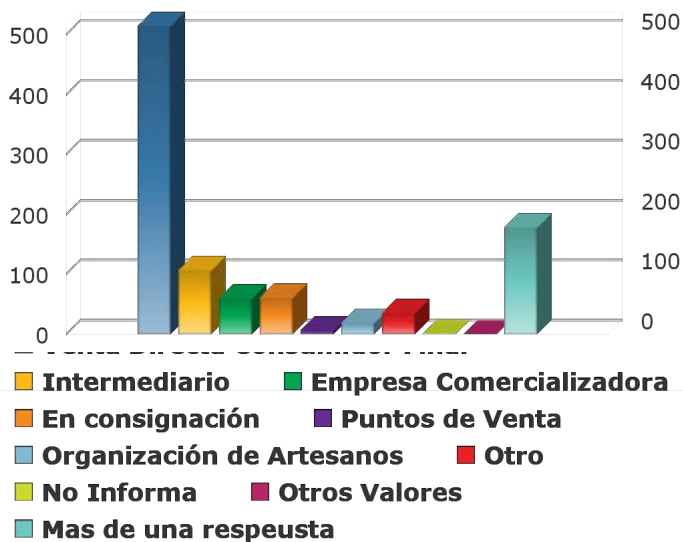


## Líneas de Producto



Mobiliario	30	3.04%	Árte funcional	16	1.62%
Textiles y Ropa	148	14.98%	Joyería	17	1.72%
Hogar	110	11.13%	Calzado	15	1.52%
Decoración	189	19.13%	Otro	22	2.23%
Bisutería	131	13.26%	No Informa	3	0.30%
Juegos	13	1.32%	Otros Valores	290	29.35%
Accesorios	281	28.44%	Más de una respuesta	290	29.35%
Escultura	13	1.32%			

## Modalidad de Venta



Venta Directa Consumidor Final	515	63.82%
Intermediario	107	13.26%
Empresa Comercializadora	7	0.87%
En Consignación	19	2.35%
Puntos de Venta	60	7.43%
Organización de Artesanos	62	7.68%
Otro	36	4.46%
No Informa	1	0.12%
Otros Valores	179	22.18%
Más de una respuesta	179	22.18%

## Intermediario de Venta

Almacenes de Artesanías	55	7.60%
Artesanos Comerciantes	51	7.04%
Puestos de Venta Plazas Mercado	32	4.42%
Puestos de Venta Ferias Artesanales	89	12.29%
Asociaciones de Artesanos	93	12.85%
Otras Asociaciones	7	0.97%
Ninguno	68	9.39%
Otro	77	10.64%
No Informa	250	34.53%
Otros Valores	2	0.28%
Más de una respuesta	100	13.81%

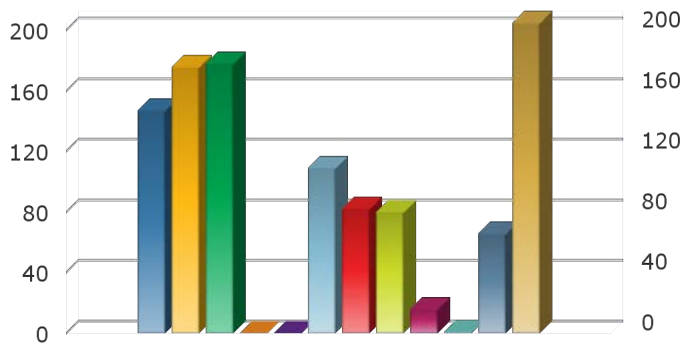
## De qué depende el volumen de producto para la venta?

Pedidos y/o Encargos	436	47.86%
Lo que se está vendiendo	84	9.22%
Lo que espera vender	81	8.89%
Lo que produce para temporadas	145	15.92%
Lo que puede producir	156	17.12%
Otro	8	0.88%
No Informa	1	0.11%
Otros Valores	238	26.13%
Más de una respuesta	238	26.13%

**Destino de Venta**

Mercado de su localidad/Municipio	525	64.98%
Otros Municipios del Departamento	129	15.97%
La Capital del Departamento	37	4.58%
Otros Departamentos	68	8.42%
La Capital del País	22	2.72%
Fuera del País	23	2.85%
No Informa	4	0.50%
Otros Valores		
Más de una respuesta	164	20.30%

**Problemas que enfrenta en la comercialización de sus productos**



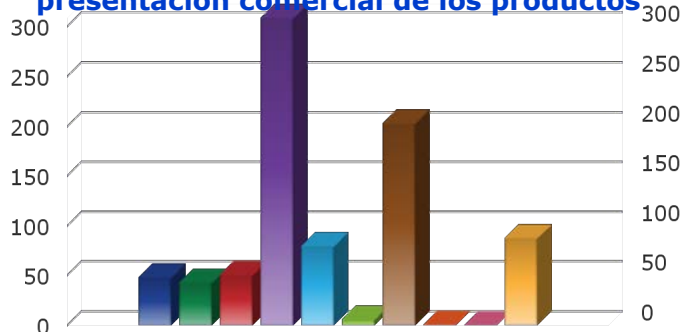
- **Bajo Volumen Producción**
- **Competencia en el mercado**
- **Desconocimiento de los mercados**
- **Desconocimiento Preferencias Compradores**
- **Precios del Mercado**    ■ **Distancia a los mercados**
- **Ninguno**    ■ **Otro**    ■ **No Informa**
- **Otros Valores**    ■ **Mas de una respuesta**

Limitaciones en el Transporte	147	17.19%
Bajo volumen de producción	176	20.58%
La competencia en el mercado	178	20.82%
Desconocimiento de los mercados		
Desconocimeintos Pref Compradores		
Precios del Mercado	109	12.75%
La distancia a los mercados	82	9.59%
Ninguno	80	9.36%
Otro	16	1.87%
No Informa	1	0.12%
Otros Valores	66	7.72%
Más de una respuesta	205	23.98%

**¿Ha vendido sus productos fuera del país?**

Sí	40	6.71%
No	555	93.12%
NS/NR	1	0.17%
Otros Valores		

**Elementos que tiene en cuenta para la presentación comercial de los productos**



- **Logotipo Empresa**    ■ **Identidad de Marca**
- **Empaques Especiales**    ■ **Exhibición**
- **Tarjetas de Presentación**    ■ **Otro**    ■ **Ninguna**
- **No Informa**    ■ **Otros Valores**    ■ **Mas de una**

Logotipo Empresa	48	6.48%
Identidad de Marca	43	5.80%
Empaques Especiales	51	6.88%
Exhibición	309	41.70%
Tarjetas de Presentación	80	10.80%
Otro	6	0.81%
Ninguno	203	27.40%
No Informa	1	0.13%
Otros Valores		
Más de una respuesta	88	11.88%

**¿Ha participado en Eventos Feriales?**

Sí	211	35.40%
No	384	64.43%
NS/NR	1	0.17%
Otros Valores		

**Problemas encontrados en Ferias Artesanlaes**

Costos del Stand	110	13.75%
Falta de Publicidad	70	8.75%
Conflicto con otros expositores	5	0.63%
Competencia por precios	48	6.00%
Mala ubicación del evento ferial	42	5.25%
Fechas del Evento	8	1.00%
Mala organización del Evento	26	3.25%
Baja asistencia de compradores	58	7.25%
Ninguno	35	4.38%
Otro	13	1.63%
No Informa	385	48.13%
Otros Valores		
Más de una respuesta	110	13.75%

**¿Como hace las ventas (exportaciones) que se llevan a cabo fuera del país?**

Directamente	24	4.03%
A través de un intermediario	16	2.68%
No Informa	556	93.29%
Otros Valores		

**¿Qué productos ha comprado (importado) en otros países?**

Productos artesanales terminados		
Productos artesanales intermedios		
Materias Primas	7	1.17%
Ninguna de las anteriores	588	98.66%
No Informa	1	0.17%
Otros Valores		

Más de una respuesta

**¿Ha recibido apoyo financiero para el desarrollo de su actividad artesanal?**



- Cooperación Internacional
- A través de un proyecto estatal
- A través de una ONG
- No ha recibida
- Otro
- No Informa
- Otros Valores
- Mas de una

Cooperación Internacional	4	0.67%
A través de un proyecto estatal	16	2.67%
A través de una ONG	1	0.17%
No ha recibido	570	95.16%
Otro	6	1.00%
No Informa	2	0.33%
Otros Valores		

Más de una respuesta 3 0.50%

**¿Pertenece a una organización social o grupo colectivo?**

Sí	328	55.03%
No	267	44.80%
NS/NR	1	0.17%
Otros Valores		

**¿Está Legalmente Constituída?**

Sí	258	43.29%
No	69	11.58%
NS/NR	269	45.13%
Otros Valores		

**¿De que forma realiza la compra en otros países (importaciones)?**

Directamente	6	1.01%
A través de un intermediario	1	0.17%
No Informa	589	98.83%
Otros Valores		

**¿Importa materias primas para la elaboración de sus productos?**

Sí	5	0.84%
No	2	0.34%
NS/NR	589	98.83%
Otros Valores		

**¿Tiene conocimiento de la existencia de créditos para su actividad artesanal?**

Sí	138	23.15%
No	457	76.68%
NS/NR	1	0.17%
Otros Valores		

**¿Tiene un negocio o local para la venta de sus productos artesanales?**

Sí	138	23.15%
No	457	76.68%
NS/NR	1	0.17%
Otros Valores		

**¿En el negocio que referencia es?**

Dueño	80	13.42%
Socio	37	6.21%
Beneficiario	21	3.52%
No Informa	458	76.85%
Otros Valores		

**¿Su negocio tiene alguno de estos registros?**

NIT	62	9.58%
RUT	71	10.97%
Alcaldía Municipal	18	2.78%
Supercooperativa		
No tiene registro	38	5.87%
No Informa	458	70.79%
Otros Valores		
Más de una respuesta	37	5.72%

**¿Está Activa?**

Sí	85	14.26%
No	1	0.17%
NS/NR	510	85.57%
Otros Valores		

**¿Qué papel desempeña dentro de su organización?**

Reresentante Legal	17	2.85%	Otro	29	4.87%
Presidente de la Organización	6	1.01%	No Informa	273	45.81%
Tesorero	8	1.34%	Otros Valores		
Miembro o Asociado	263	44.13%			

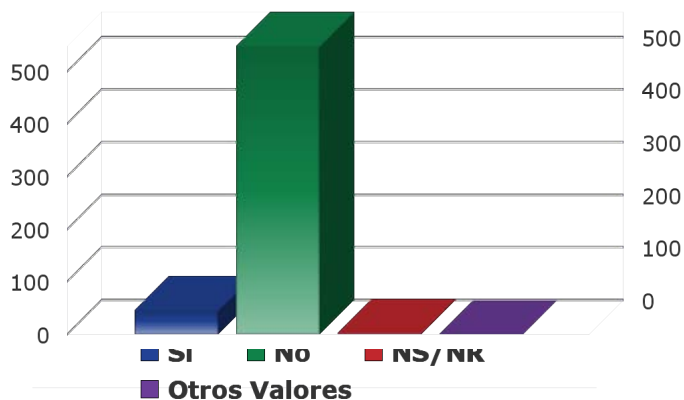
**¿Como se constituye la organización?**

Asociación	143	22.81%
Grupo Familiar	3	0.48%
Grupo o familia indígena	22	3.51%
Resguardo (Cabildo) indígena	132	21.05%
Organización Afro	10	1.59%
Organización Comunitaria de Base	2	0.32%
Grupos de Mujeres	20	3.19%
Organización de Desplazados	2	0.32%
Cooperativa	2	0.32%
Federación de organizaciones de base		
Comité de Desarrollo Local		
JAC	2	0.32%
JAL		
Fundación o ONG	14	2.23%
Otro	5	0.80%
No Informa	270	43.06%
Otros Valores		
Más de una respuesta	30	4.78%

**Financiadores de éstos proyectos**

Artesanías de Colombia	4	0.65%
Depto para la prosperidad social DPS	3	0.49%
Depto Nacional de Planeaciós - DNP		
Sena	3	0.49%
Innpulsa	4	0.65%
Agencia gobierno EEUU desarrollo Intl		
Alcaldía de su municipio	23	3.73%
Cámara de Comercio		
Gobernación del Departamento	17	2.76%
OIM - Organización Int. de Migraciones		
ONG Nacional		
ONG Internacional		
Fundación Nacional		
Fundación Internacional		
Entidad Privada		
Entidad Pública		
Otra Entidad de Cooperación Intl.		
Entidad Mixta		
Otra Entidad		
No sabe/ No responde	563	91.25%
Otros Valores		
Más de una respuesta	17	2.76%

**¿Ha sido beneficiario de algún proyecto de apoyo a la actividad artesanal?**



Sí	46	7.72%
No	548	91.95%
NS/NR	2	0.34%
Otros Valores		

**Notas:**

1. El reporte estadístico generado, toma en cuenta los registros seleccionados, siendo esta una fotografía del estado de la base de datos en el momento de su impresión.. Total de la muestra: **596**
2. Aquellas preguntas que admiten más de una respuesta, están tabuladas con respecto al número total de respuestas recibidas.
3. Aquellas preguntas que solo admiten una respuesta, están tabuladas con respecto al número total de registros seleccionados
4. Las opciones de NS/NR (no sabe no responde No Informa) incluyen aquellas que específicamente fueron marcadas como tal o que fueron dejadas en blanco
5. Otros Valores no es opción de las preguntas de la encuesta, ha sido incluida para mantener la consistencia de la estadística y reflejar aquellas respuestas que no coinciden con ninguna de las posibles opciones de una pregunta
6. Los porcentajes desde el punto de vista máscara de impresión se muestran a 2 cifras decimales (redondeo)