

II PERFIL DEL PROYECTO

Titulo del Proyecto

Formación y cualificación del sector artesano de Medellín

Resumen del Proyecto

Descripción

El proyecto pretende formar y cualificar al sector artesano de Medellín mediante una formación basada en competencias, fortaleciéndolos e introduciéndolos en la importancia de generar valor en los procesos, en los productos y en las interrelaciones personales y laborales, con el fin de aumentar su competitividad y contribuir a la agregación de valor de la economía de la ciudad.

El proyecto tendrá un énfasis integral, abordando todos los aspectos que la producción artesanal debe contemplar con el fin de perfilar a las unidades productivas artesanales hacia un ámbito empresarial. El proyecto comprenderá los componentes de diseño y desarrollo de producto, desarrollo humano, desarrollo empresarial, mercadeo y comercialización, tendencias, desarrollo gráfico y producción. Además el proyecto contemplará el desarrollo de dos colecciones de moda y accesorios relacionados y dos colecciones de productos utilitarios.

Ubicación Geográfica

El proyecto se desarrollará en el departamento de Antioquia, específicamente en la ciudad de Medellín.

Presupuesto

Formación y cualificación (657 horas por grupo de 25 personas): \$60.956.950.

Total formación y cualificación (4 grupos) para 100 personas: **\$243.827.800.**

Total materiales para 100 personas: **\$7.307.800.**

Total valor del proyecto: (sin IVA) \$251.135.600.

Duración

El proyecto tendrá una duración de 657 horas. Se van a estructurar tres cronogramas diferentes y en común acuerdo con los beneficiarios se escogerá el que más les convenga. Esto debido a la gran intensidad horaria de formación y cualificación que exigirá un total compromiso por parte de los beneficiarios en su asistencia y trabajo, y para que no descuiden sus actividades laborales diarias y puedan cumplir con las exigencias del proyecto.

Justificación del Proyecto

Antecedentes



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

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

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

No obstante el apoyo, los programas y proyectos que se han llevado a cabo, no se puede hablar en la ciudad de un ente que aglutine y trabaje de forma integral los componentes y cadena de valores que forman el sector artesanal, que logre canalizar las necesidades del artesano, que los organice y estructure, que busque formarlos y cualificarlos para hacerlos más competitivos y posicione sus productos, de acuerdo a las tendencias, diseños y requerimientos del mercado Nacional e Internacional, que cuente con la trayectoria en años y experiencia para transformar las vulnerabilidades del sector y que a la vez busque potenciar tanto su capital humano como sus productos.

La Universidad ESUMER en su estudio realizado “Censo Artesanal” expresa lo siguiente: “Se requiere definir propuestas específicas de intervención para promocionar el sector artesano de la ciudad, no como un sector para admirar su creatividad e imaginación, sino para tratarlo como un verdadero sector empresarial que agrega valor a la economía y que tiene una gran proyección internacional”.

Además, en este mismo estudio **La Institución Universitaria Esumer** concluye: “Las empresas artesanales siempre han buscado alternativas para mejorar o mantener la situación de su negocio, especialmente, la disposición a conseguir capital de trabajo, para desarrollar mejoras

Modelo de Metodología para Formulación de Proyectos - Artesanías de Colombia S.A.

Desarrollo y Adaptación: Manuel José Moreno Brociner

Extraído de: Metodología del Marco Lógico, Experiencia en un IFO 1, 1989- 1999 por Brian Thomson, Mayo de 2006 (rev. 6)

en el negocio y tener variedad de productos. Sin embargo, cada vez son más conscientes de la necesidad de otras intervenciones distintas a las de crédito y por eso, acuden a las instituciones (pública, privada e instituciones de educación, tecnológicas y ONG's) para acceder a programas de asesoría y capacitación empresarial (mercadeo y ventas, costos, técnico-productivo, entre otros), en esto se ha venido ganando terreno. De cierta manera, la actitud y mentalidad de los artesanos es mucho más abierta, están pendientes de cualquier programa que les brinde oportunidades de mejorar y fortalecer sus unidades, lo que les falta es llegarle a más y con la mejor información pertinente para que accedan a las bondades de los proyectos reales y potenciales”.

Lo anterior lleva a la Universidad **Esumer**, a recomendar lo siguiente: “El tema de las pequeñas unidades artesanales y el grado de informalidad no deben ser excluidas de la planeación y estrategia de las organizaciones privadas y públicas, por el contrario, se pretende que sean abordados desde los distintos ámbitos para impulsar y profundizar **en acciones que los articulen** (para que la productividad y la competitividad mejore) no sólo con la dinámica local, regional y nacional sino internacional. Aunque se debe tener la suficiente precaución para atender de manera directa cada particularidad, con sus respectivas necesidades y expectativas. Aunque una manera de menguar la situación –y se viene haciendo con otros proyectos y sectores de ciudad- es promocionar, fortalecer y consolidar el trabajo asociativo artesanal, más que lo sientan como un proceso que les brindará las oportunidades de acceder a otras alternativas de producción, mercados y créditos u otros tipos de apalancamientos productivos”.

La riqueza artesanal que presenta la región, unida a la transformación de la ciudad, que cada vez atrae a un número mayor de visitantes, se podrían traducir en ventajas competitivas, el sector artesano es símbolo de riqueza cultural y tradición inspirada en la artesanía que se ve amenazada con desaparecer y constituye un recurso potencial de la economía regional.

Por lo anterior, se requiere que todos estén dispuestos a asumir cambios de carácter estructural, a formar vínculos y fortalecerlos con el fin de generar conocimiento y actividades motrices capaces de jalonar el desarrollo y el crecimiento; la generación de ventajas competitivas en una región depende de los procesos de aprendizaje y la capacidad de adaptarse a los cambios que se le puedan llevar a los agentes de una cadena productiva, son el capital humano y social los recursos más importantes para la innovación y la competitividad.

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

Desde la Administración Municipal, se presentan y desarrollan programas y proyectos, que de una u otra forma tocan el sector artesanal en alguno de sus componentes, no en todos ni de

forma integral, no existiendo entre ellos un hilo conector que de coherencia a estos para que se presenten de forma estructurada como respuesta a las necesidades del sector.

El proyecto permitirá un fortalecimiento del quehacer artesanal para que este oficio continúe siendo transmitido de generación en generación, encontrando en ello una fuente de trabajo para los jóvenes de aquellas familias artesanas como herencia cultural y artesanal, también posibilita optimizar la producción, capacitar en diseño, y lo más importante; que mediante el trabajo y la formación se va fortaleciendo el tejido social.

Es de anotar que a través del proyecto, en el marco de sus actividades específicamente en sus módulos de diseño y mercadeo como parte intrínseca del trabajo con los artesanos, se buscará la generación de los elementos conceptuales necesarios para desarrollar una imagen estructurada basada en referentes locales, para contribuir a la construcción de elementos que permitan el claro posicionamiento de una imagen e identidad distintiva de las artesanías de Medellín, muy necesaria para generar el sentido de pertenencia y potenciar los mercados, en particular los mercados derivados del turismo, resultado de asociar las artesanías con el folclor y la cultura local.

Si se consigue encontrar ese o esos elementos que permitan dar la identidad a las artesanías de la región, se lograría la cohesión, la unión y el trabajo integrado de todos los subsectores que componen el sector artesanal y se canalizaría todo este potencial para lograr un posicionamiento y reconocimiento del artesano y su productos, como se ha logrado en otras regiones del país.

Fundamentos

El censo y caracterización de los artesanos de la ciudad de Medellín en el 2008, realizado por La Institución Universitaria Esumer, como fuente de información y consulta, permite conocer en primera instancia, datos como nombres, apellidos, localización, y con la encuesta se logra identificar perfiles y características de las unidades económicas artesanales y/o de los artesanos, área de personal, comercialización, procesos artesanales e insumos, categorías y tipos de productos, crédito y finanzas, entre otras, ambos instrumentos son insumos que posibilitan conocer necesidades, potencialidades, realidades y falencias permitiendo así pensar en alternativas de solución para abordar dicha situación, acordes al contexto en que ellos están inmersos.

El estudio hace un diagnóstico de la situación y realiza recomendaciones que nos ubican en el tejido actual del artesano de la ciudad, mostrando claramente sus necesidades a todo nivel, así:

“...Los artesanos insisten que lo que más necesitan en la actualidad para su actividad artesanal es el crédito, y ello ha sido tradicionalmente la necesidad más sentida por los empresarios de la ciudad (ibid, Giraldo). Sin embargo, es apreciable que cada vez más los empresarios demandan otros tipos de colaboración distintas al tradicional, esto es, diferentes al crédito. Efectivamente, además del gran número de empresas (73,5%) que manifiestan que requieren apoyo financiero,

también registran como bien importantes recibir apoyo en mercadeo y ventas (55,8%), asesoría técnica (16,5%), costos (15,9%) y la ayuda administrativa y legal”.

“...si se logra que el artesano se piense realmente como un empresario y que entienda que estas medidas son de largo aliento y requieren de inversión de tiempo. Se necesita concertar con ellos la manera de intervenir y acompañarlos de manera especial, pues muchos de ellos, se mueven de feria en feria, de un área a otra área y sus limitaciones de tiempo son considerables y en ocasiones consideran que este tipo de apoyo son un gasto y no una inversión, así lo estén demandando”.

“...El medio que más utiliza el sector artesanal para obtener clientes es el contacto personal (66,7%). Seguido respectivamente de los servicios y/o la comercialización de los productos en las ferias artesanales. Igualmente, los referidos son importante canal de consecución de clientes efectivos de las artesanías. Como se puede inferir, los medios promocionales, publicitarios y la utilización de fuerza de ventas no es lo más común entre los artesanos, la relación es muy informal, incluso como se verá a continuación, los servicios de postventa y servicios al cliente, la tarjeta personal o marca que identifica el producto, no son las formas universales utilizadas por los artesanos”.

“...los artesanos no tienen muy arraigado el concepto mercadológico de imagen, posicionamiento y relacionamiento con el cliente. Efectivamente, solamente una tercera parte, 33,9%, de los artesanos o de sus productos tienen una marca que identifica o a su productor o al producto como tal. El resto de la población no utiliza estos mecanismos de identificación de marca, producto o artesano. Paralelamente, un poco menos de la mitad (49,3%) de los productores artesanales no tienen contacto con sus clientes después de hacer efectiva una venta y por consiguiente no hay seguimiento de satisfacción o servicios de atención al consumidor efectivo y/o interesado potencial”.

“...No es de extrañar, que los artesanos confundan el termino de verificación de la calidad con el de procesos de certificación de calidad. La aclaración fue realizada y por ello se les enfatizó que esta pregunta se refería a verificación –no a certificación- de la calidad del proceso de producción. Se puede aseverar que la mayoría (un porcentaje más alto del 85%) no realizan procesos de certificación pero si verifican que sus procesos funcionen como ellos mismos se imaginan que es el ideal. Sus procesos son empíricos y son prácticamente ellos mismos quienes, incluso durante el mismo proceso, realizan la verificación. Pocos tienen trabajadores operarios que les realicen esta labor y escasamente contratan con terceros.”

“...Como se dijo atrás, se hace verificación no certificación de dichos procesos, pues son llevados a cabo de manera empírica por los mismos artesanos y durante el mismo proceso de producción (ellos asumen las tareas simultáneas de definir producción, ventas y administración). Y por ello, igualmente el cálculo que manifestaron tener de productividad es de carácter empírico, por tanto, se necesita formar de manera práctica en estos aspectos técnico-productivos “.

“...Las características más comunes de las pequeñas unidades artesanales, descritas en la investigación, son: escasa formación educativa, negocios guiados por la iniciativa propia, tradición familiar y oportunidad de empleo; escaso capital de trabajo, mercado natural y clientes personalizados; alta dependencia económica y dedicación de tiempo completo a su oficio; no tienen un sistema adecuado de costos, las relaciones laborales son de carácter informal, ausencia de estructura organizacional y poco desarrollo de mentalidad empresarial, sin técnicas de atención al cliente, entre otras”.

“...La informalidad en las unidades artesanales de la ciudad, no es solamente desde lo jurídico y legal y desde la misma definición DANE, sino también desde la misma relación con sus clientes (internos y externos) y con el entorno en general. Por ejemplo, la relación con los empleados y la modalidad de contratación que predomina, la ausencia de seguridad social; la manera de atender a los compradores y proveedores y la ausencia de una base de datos, la presentación y la falta de una clara estructura organizacional, en la que debería predominar la mentalidad empresarial sin que ello signifique abandonar la creatividad artesanal”.

Las anteriores situaciones encontradas en el censo, también se evidencia y corroboran desde cada uno de los Centros de Desarrollo Empresarial Zonal - Cedezos, en los cuales a través del seguimiento, apoyo, orientación y desarrollo de programas, se ha logrado conocer de cerca las realidades de este sector, detectando grandes falencias que deben ser atendidas, si se pretende mejorar las condiciones del artesano; es común encontrar entonces dificultades en cuanto a:

- Presentación de los productos.
- Empaques.
- Desarrollo y manejo de marcas.
- Costeo del producto.
- El artesano no se ve como un empresario pese a que su dependencia es total de esta labor.

El trabajo del artesano desarrollado de forma independiente, realizado en sus propias viviendas, la distribución y comercialización de sus productos que en muchos casos no trasciende las fronteras de sus barrios, la falta de una identidad de la artesanía de la región, la informalidad de su presentación, producción y comercialización, donde existe una alta competencia que encuentra como forma de definición, bajar precios y afectar calidad, son aspectos críticos que se tornan más complejos por la inexistencia de un ente que aglutine sus necesidades de forma integral, que le de un hilo conductor a cada una de las actividades que involucra la atención al artesano y a la artesanía, con programas y proyectos que abarquen desde la formación hasta la distribución de los productos, dándole coherencia a todas las actividades que allí se involucran.

Universo Objetivo

El número total de personas para atender con el proyecto será de 100, los cuales estarán divididos en cuatro grupos de 25 personas. Los beneficiarios serán seleccionados bajo criterios como: total compromiso por atender todas las exigencias y requerimientos de tiempo para un

buen desarrollo de todos los componentes del proyecto, nivel educativo mínimo de secundaria, materias primas utilizadas, oficio artesanal y proyección a mercados. Las personas se seleccionaran a partir de la base de datos que el municipio tiene a raíz del censo realizado.

En su mayoría las personas que están la frente de las unidades artesanales tienen edades que sobrepasan en promedio los 40 años de edad (más del 56%), y en ellos predomina el nivel de educación primaria y secundaria. Agrupando todas las personas artesanas que poseen edades menor o igual a 30 años de edad representan solamente el 14,2%, cifra que es relativamente baja si se tiene en cuenta que es un oficio de iniciativa propia y tradición familiar.

Es una población que tiene escasa formación académica. Sin sumar las personas que no tienen ninguna formación (no son muchos) y los que no responden, el 70,8% poseen niveles de educación inferiores o iguales a la secundaria (incompleto y/o completo): 45,1% han aprobado algún grado de la secundaria o la terminaron y el 25,7% sólo alcanzaron a estudiar la primaria o alguno de esos niveles. No obstante, hay un porcentaje interesante de artesanos que se han cualificado, sea con carreras profesionales (9,7%) y/o niveles técnicos (13,9%). En efecto, casi una cuarta parte de ellos acumulan niveles distintos a los de básica primaria y secundaria, (aunque se debe advertir que algunos declaran como técnica las distintas capacitaciones, cursos, seminarios, talleres y afines).

Con respecto al estrato socioeconómico se puede apreciar que la gran mayoría proviene o tiene sus talleres artesanales en barrios populares y de clase media. Pocos, aunque no deja de ser un importante porcentaje, registraron clase media alta y alta. En efecto, el 75,2% de los artesanos están localizados entre el estrato 1 y 3, mientras el 15,4 están entre el nivel 4 y 5. Aunque esté concentrada en la población de menores recursos económicos, no deja de ser un oficio que se practica en todos los estratos sociales, lo que da muestra -indistintamente del estrato-, de la vocación y motivación de la gente por el sector.

Por cada tres (3) artesanos dos (2) son mujeres, esto es, la relación de 3 a 2 es de 1,5 Mujeres por cada 1 Hombre, aquí, la relación es muy cercana (es de 1,4), y significa que un importante porcentaje de las unidades artesanales son de mujeres (58,4% contra 41,6% de hombres).

El 26,3% de los artesanos encuestados son relativamente nuevos en esta actividad artesanal, llevan menos de 5 años. Menos de la mitad de ese grupo lleva menos de dos años, esto es, 11,8% del total de artesanos manifestaron llevar menos de entre 0 y 2 años de trabajar en ese sector. Más de la mitad de los artesanos lleven en el medio más de 5 años, e incluso, que el gran porcentaje de la población se manifieste en el grupo de más de 10 años (entre 10 y 20 años y, los de más de 20 años).

Un alto número de artesanos, el 83,6%, ubican su actividad o taller en la propia casa donde convive con su familia, el resto tiene local propio o en arriendo. Pero con el tiempo dejan de combinar las actividades del hogar con los negocios, y en general, un pequeño porcentaje de artesanos van ocupando espacios dedicados exclusivamente para su actividad artesanal.

Más de la mitad de las personas que están al frente de las actividades poseen un alto nivel de dependencia económica de las artesanías. El 58,1% de los artesanos vive del negocio (dependencia económica entre el 76 y el 100%), le sigue otro grupo de artesanos (15,6%) que tienen un grado de dependencia entre 26 y 50%, sin embargo, el nivel de inestabilidad laboral es una constante: en las empresas prevalece la remuneración por unidad laboral, día y temporadas, además, el nivel de afiliación a la seguridad social es muy bajo.

El tipo de vinculación de los trabajadores a las unidades artesanales es más de carácter informal (acuerdo verbal, por día, temporadas, obra o producido), los artesanos en su totalidad no están afiliados al sistema de seguridad social, y peor aún, sus trabajadores o las personas quienes trabajan con ellos tampoco tienen afiliaciones al sistema. El nivel de inestabilidad laboral es una constante: en las empresas prevalece la remuneración por unidad laboral, día y temporadas.

La mayoría de las unidades económicas se caracterizan por ser de pequeña escala y funcionan al margen de algún tipo de organización jurídica, RUT y/o adolecen del registro mercantil ante la Cámara de Comercio. Un alto porcentaje no están reglamentadas y no cumplen con las normas establecidas por la ley. Un poco más del 90% de los artesanos manifestaron no tener el Registro Mercantil, sin embargo, un poco menos de una tercera parte de ellos están registrados ante la DIAN, con el Registro Único Tributario. Esta situación muestra un alto grado de informalidad jurídica en los artesanos.

Un importante porcentaje de los artesanos de la ciudad de Medellín manifiestan que han recibido algún tipo de intervención o apoyo de entidades privadas, públicas, educativas, tecnológicas, ONG's, entre otras. Sin embargo, y a pesar de la difusión que han realizado algunas instituciones, sobre todo las de crédito y asesoría, los programas de la Alcaldía, entre otros, hay un porcentaje alto (más de la mitad) que manifiesta que no ha alcanzado ningún vínculo de apoyo

El 73,5% de los artesanos manifiesta que el principal lugar donde comercializa sus productos y/o servicios artesanales son las ferias- Seguidamente el 27,7% vende en la misma zona donde se encuentra localizada su unidad artesanal y el mismo porcentaje manifiesta que lo comercializa en el local. Un poco más del 11% realiza transacciones en otros municipios y los mismos porcentajes de personas comercializan, respectivamente en, otras ciudades y de manera ambulante. Muy reducido el número de artesanos que exporta internacionalmente

III. Estrategia del Proyecto

Orientación de la Propuesta

Como ya se ha mencionado el proyecto tendrá un carácter integral, esto es, que está dirigido a impactar todos los eslabones de la cadena de valor del sector artesano, mediante formación y cualificación basado en competencias cuyo principal objetivo es generar y agregar valor a todas las actividades relacionadas con el quehacer artesanal así como en las interrelaciones personales, laborales y productivas con el fin de que el sector se engrane con la dinámica económica de la ciudad.

El proyecto desarrollara los siguientes componentes:

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

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

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

Desarrollo Social y Empresarial, cuyo objetivo está orientado hacia el fortalecimiento de competencias transversales para el desarrollo del oficio y del sector artesano en el ámbito humano y administrativo, enfocado a la promoción de una cultura de gestión empresarial con aplicación directa a su contexto y entorno.

Producción Grafica, cuyo objetivo es reforzar desde la parte grafica la cadena de actividad productiva artesanal mediante la aplicación de la grafica en el producto; desarrollo de imagen corporativa; la potenciación de la efectividad de los medios gráficos de comercialización y el uso correcto y eficiente de herramientas de conectividad.

Empaques y Embalajes, cuyo objetivo es contribuir al mejoramiento de la presentación comercial del producto artesanal, por medio del diseño, desarrollo e implementación de un sistema de empaque y embalaje que le permita al artesano ser más competitivo en un mercado específico.

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

Transferencia tecnológica y producción, cuyo objetivo es contribuir a la formación integral del artesano y al mejoramiento de la calidad del proceso productivo en todas sus fases; mediante la cualificación de los aspectos de expresión artesanal, manejo de los recursos naturales, el conocimiento de la técnica y desarrollo tecnológico para optimización de los procesos técnicos y de organización involucrados en la producción artesanal.

Mercadeo y comercialización, cuyo objetivo es que al finalizar éste componente la comunidad tendrá un plan estratégico a corto plazo para penetrar mercados locales o regionales teniendo en cuenta el consumidor; tendrá diseñadas las herramientas comerciales para ello y conocerá y pondrá en práctica técnicas básicas de negociación comercial.

Impactos Esperados

- El 80% de los artesanos que comienzan el proceso lo terminan, habiéndose formado y cualificado agregando valor a sus actividades relacionadas con su actividad productiva artesanal, y participando en la construcción de un sector artesano mas solido e identificado en la ciudad de Medellín.
- El 80% de los artesanos que comienzan el proceso lo terminan, con actitud positiva hacia el cambio y consientes de la importancia de su actividad, con sentido de pertenencia local e identidad fortalecida.
- Desarrollo de dos colecciones de moda y accesorios relacionados.
- Desarrollo de dos colecciones de productos utilitarios.
- Cada unidad productiva identificada por medio de un desarrollo de identidad corporativa y reglamentada para su uso.
- Identidad municipal expresada en el concepto de los productos y a nivel gráfico, con aplicación al sector artesano, y reglamentada para su uso.
- Mejora de la calidad en los procesos productivos, mejor manejo del recurso natural, organización productiva implementada dentro de los talleres.
- Capacidad para aplicar una metodología de diseño para el desarrollo de productos a partir de una previa generación de nuevas ideas, aplicando caracteres distintivos de innovación e identidad.
- Capacidad de identificar y caracterizar los clientes y potenciales clientes de la comunidad, capacidad de caracterizar a la competencia. Capacidad de comparar a la competencia con el propio taller artesanal.
- Capacidad de interpretar tendencias para ampliar referentes y llevarlos de lo local a lo global.
- Generación de herramientas administrativas de cada unidad productiva.
- Capacidad de cada artesano de visualizarse como actor activo de la economía local.

Estructura de Seguimiento y Control

La relación contractual será entre Artesanías de Colombia y Esumer quien será la responsable de socializar los resultados a la CCMA y esta hara lo propio con la alcaldía de Medellín.



La ejecución del proyecto estará a Cargo de Artesanías de Colombia, a través del CDA y la Subgerencia de Desarrollo. La evaluación, selección y contratación del equipo ejecutor se realizará a través del CDA. Se tendrá un coordinador del proyecto, a cuyo cargo estará la coordinación con el equipo de profesionales ejecutores, el control y supervisión de las actividades programadas, la consecución de las metas previstas y la presentación de informes. Este coordinador asumirá a su vez el papel de interlocutor entre Artesanías de Colombia S.A. y Esumer y atenderá las inquietudes y sugerencias que surjan tanto de los beneficiarios como del Municipio. Así mismo a su cargo estará la realización de la socialización del proyecto tanto para su iniciación como para la presentación de resultados a la comunidad.

Las obligaciones por parte de Esumer serán la de determinar y velar por una adecuada infraestructura para la realización de las actividades, así como procurar las herramientas, equipos e insumos necesarios para un perfecto desarrollo del proyecto, también es obligación de Esumer la de comprometer a cada uno de los beneficiarios del proyecto y la de aplicar alguna sanción por la deserción en el proceso, así como la de realizar las convocatorias iniciales hasta haber realizado una selección de los beneficiarios del proyecto, una vez estos se hayan seleccionado Artesanías de Colombia hará las convocatorias en adelante.

Es obligación de Artesanías de Colombia la de velar por la calidad de los servicios y la de motivar a los participantes. Artesanías de Colombia proporcionará toda la logística de participación en ferias, pero no tendrá responsabilidad alguna en el transporte, alimentación ni gastos de viaje de los artesanos.

Es obligación de los beneficiarios la de atender cada una de las sesiones de trabajo según el compromiso inicial que se firme, además la de proveer la mano de obra y los materiales para los prototipos de las colecciones propuestas para el proyecto a menos que el municipio decida asumir estos costos.

Responsable del Proyecto
Pedro Felipe Perini Guzmán, Profesional Especializado