



**Convenio Interinstitucional CNV2006-003**  
**Suscrito entre la Junta Municipal de Ferias y Exposiciones de Tuluá y**  
**Artesanías de Colombia s.a.**

**Informe Final de ejecución del proyecto “Cualificación, selección de la artesanía y del mecato y montaje y exhibición del producto en el Pueblito Artesanal y la Plaza del Mecato, en el marco de la Feria de Tulúa 2006”**

**Presentado por la Subgerencia de Desarrollo**  
**Artesanías de Colombia s.a.**

DI Manuel José Moreno Brociner, Coordinador General  
DI Ángela Merchán, Asesora  
DI David Correal, Asesor  
Nancy Castrillón, Asistente General

Coordinación Proyecto  
Carmen Inés Cruz, Subgerente de Desarrollo  
Gladys Salazar, Profesional Subgerencia de Desarrollo

**Bogotá, diciembre 2006**

## Tabla de Contenido

<b>Informe Ejecutivo</b>	
<b>Introducción.....</b>	<b>4</b>
<b>Antecedentes .....</b>	<b>12</b>
<b>Objetivos.....</b>	<b>12</b>
General .....	12
Particulares .....	12
<b>Metodología.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 Reconocimiento de los espacios para el montaje del evento artesanal y del mecató en el Coliseo de Tulúa y contacto con el grupo organizador y coordinador de la Feria de Tulúa en sus 50 años.....</b>	<b>14</b>
<b>1.2 Distribución del espacio por áreas y sub áreas, tanto en el Pueblito Artesanal como en la Plaza del Mecató.....</b>	<b>15</b>
1.2.1 Estimar demanda con listados de ferias anteriores.....	15
1.2.1 Desarrollo de propuesta de exhibición para stands. ....	15
<b>1.3 Convocatoria de artesanos y productores de dulces .....</b>	<b>15</b>
1.3.1 Cruce de bases de datos Tuluá, Feria del Eje Cafetero y ExpoArtesanías .....	16
<b>1.4 Evaluación y selección del mecató y del producto artesanal.....</b>	<b>16</b>
1.4.1 Desarrollo de formatos de evaluación. ....	17
1.4.2 Recepción de propuestas. ....	17
1.4.3 Evaluación y comunicación de resultados.....	18
<b>1.5 Talleres Creativos para Cualificación y Desarrollo de nuevos productos de artesanos del Valle.....</b>	<b>19</b>
1.5.2 Asistencia para rediseño de producto. ....	20
<b>1.6 Asistencia técnica para el mejoramiento de la producción del mecató, presentación y exhibición.....</b>	<b>20</b>
<b>(INFORME A CARGO DE ACADEMIA COLOMBIANA DE GASTRONOMÍA)..</b>	<b>20</b>
<b>1.7 Desarrollo de identidad gráfica, empaque y presentación final del producto artesanal y de mecató.....</b>	<b>20</b>
1.7.2 Capacitación en empaque y ejercicio práctico. ....	22
1.7.3 Capacitación en Costos.....	23
1.7.4 Desarrollo de imagen.....	23
<b>1.8 Curso taller sobre Mercadeo y participación en eventos feriales para artesanos y productores de dulces.....</b>	<b>24</b>
<b>2.1 Asesoría montaje y exhibición del producto artesanal y del mecató en: Capilla, Pueblito Artesanal, Salón especial y Plaza del Mecató. ....</b>	<b>24</b>
2.1.1 Asesoría para desmonte de stands. ....	25
<b>3.1 Coordinación y seguimiento .....</b>	<b>25</b>
<b>3.2 Evaluación del Evento.....</b>	<b>26</b>
3.2.1 Desarrollo de encuestas y reportes de ventas .....	26
3.2.2 Aplicación de Encuestas y Reportes de Ventas día a día .....	26
3.2.3 Tabulación de resultados .....	27



<b>4.1</b>	<b>Descripción de logros y dificultades.....</b>	<b>31</b>
4.1.1	Logros.....	31
4.1.2	Dificultades.....	32
<b>5.1</b>	<b>Observaciones y propuestas para lograr una mejor ejecución. ....</b>	<b>33</b>
<b>6.1</b>	<b>Soportes .....</b>	<b>33</b>
<b>7.1</b>	<b>Bibliografía.....</b>	<b>34</b>
	<b>Agradecimientos .....</b>	<b>35</b>
	<b>Realización .....</b>	<b>35</b>

## **Informe Ejecutivo**

### **Convenio de Cooperación suscrito entre la Junta de Ferias y Exposiciones de Tulúa y Artesanías de Colombia S.A.**

#### **Proyecto “Cualificación, selección de la artesanía y del mecato y montaje y exhibición del producto en el Pueblito Artesanal y la Plaza del Mecato, en el marco de la Feria de Tulúa 2006”**

Por segundo año consecutivo, se asesoró a la Junta de Ferias y Exposiciones de Tulúa, a la Alcaldía Municipal y a la Cámara de Comercio, en la organización del evento más grande del país en su género. Igualmente, se trabajó con los artesanos y productores de mecato del municipio y de la región, para lograr un mejor producto, más atractivo para el mercado y con opciones de un mejor posicionamiento, que contribuya a mejorar las condiciones de vida de quienes los elaboran y a fortalecer la economía regional.

El primer convenio interadministrativo con la Junta de Ferias y Exposiciones de Tulúa lo celebramos en el año 2005, para asesorar la organización del segmento de artesanía y del mecato, en el marco de la quincuagésima Feria de Tulúa, que anualmente atrae a más de doscientos mil visitantes, provenientes principalmente del Sur Occidente Colombiano.

En esa ocasión, asesoramos a más de 150 artesanos de todo el país y a productores de mecato, especialmente del Departamento del Valle del Cauca, y contribuimos a elevar el nivel de la producción, así como su montaje y exhibición en el Pueblito Artesanal y en la Plaza del Mecato Vallecaucano.

#### **Beneficiarios**

En 2006, la Empresa, a través del Laboratorio Colombiano de Diseño para la Artesanía y la Pequeña Empresa de Armenia, evaluó, seleccionó y asesoró productos de 120 artesanos de todo el país y de productores de mecato, especialmente del Departamento del Valle del Cauca, éstos últimos en asocio con la Academia Colombiana de Gastronomía.

A todas las actividades asistieron 84 artesanos y 27 productores de mecato. La distribución por género fue la siguiente: 70 mujeres y 41 hombres.

#### **Actividades**

El programa de asesoría y asistencia técnica incluyó las siguientes actividades:

- Distribución del espacio por áreas y sub áreas, tanto en el Pueblito Artesanal como en la Plaza del Mecato.
- Desarrollo de la propuesta de exhibición, que contempla un espacio de 10 stands para productos de arte manual; otros 10 stands par la muestra artesanal representativa del

municipio de Tulúa; 10 stands más para la muestra artesanal del Valle del Cauca y 2 stands para la demostración de oficio.

- Asesoría en diseño a 111 talleres para mejorar la calidad en los acabados, implementar nuevas formas a los productos y optimizar procesos de producción.
- Desarrollo de imagen corporativa y elementos gráficos para talleres de artesanos y productores de mecato.
- Talleres creativos para cualificación y desarrollo de nuevos productos
- Capacitación en tendencias y segmentación de mercados
- Capacitación en oficios artesanales
- Capacitación en imagen corporativa
- Asistencia para rediseño de producto
- Asistencia técnica para el mejoramiento de la producción del mecato, presentación y exhibición
- Desarrollo de identidad gráfica, empaque y presentación final del producto artesanal y de mecato
- Curso taller sobre Mercadeo y participación en eventos feriales

En el Pueblito Artesanal se organizaron 82 stands de artesanías y artes manuales para la exhibición y comercialización de productos de ebanistería, talla, marquetería, torneado, trabajos en bambú, Barniz de Pasto, enchape en tamo, grabado en metal, madera y totumo, muñequería, trabajos en tagua, marroquinería, encuadernación, tejeduría en telar, tejidos, bordados, aplicaciones en tela, cestería, sombrerería, forja, platería, bisutería, cerámica y porcelana, juguetería, instrumentos musicales, cerería, estampado, pintura y trabajos decorativos.

Este año los artesanos y productores de Tulúa y sitios circunvecinos hicieron presencia en el 12% de los stands para artesanía y 12% de los stands para manualidades. Hubo 2 stands para demostración de oficio y destreza artesanal, donde se ubicaron maestros artesanos torneros y talladores de madera, joyeros y tejedores de seda en telar. En un stand independiente se dispuso una muestra representativa del producto cultural de la ciudad; en el resto de stands se exhibieron productos artesanales de artesanos del resto del país.

En la plaza del Mecato Vallecaucano se dieron cita 40 productores de mecato tradicional de la región del Valle del Cauca y de otras regiones del país, donde los visitantes saborearon más de 120 productos de sal, y de dulce, como: manjar blanco, panela, bidanca, cebo, mamey, combinados, grosellas, turrone de leche, cuaresmeros, trasnochados, pandebonos, brevas, marranitas, pandeyucas, empanadas vallunas, empanadas de cambray, tostones, hormigas santandereanas; productos de guayaba de Vélez-Santander; sabajones y habas fritas de Duitama-Boyacá; dulces de tamarindo, mamoncillo y coco de Montería-Córdoba; arequipe y galletas de café del Eje Cafetero; achiras y orejas de dulce entre muchos otros bocados tradicionales colombianos.

- Talleres de fabricación de empaques y de evaluación de productos
- Rediseño

- Socialización de los resultados de rediseño
- Premiación de concurso que se realizará en enero de 2007

- Participación en la Feria de Tuluá:

A partir de una encuesta diaria realizada a 70 talleres, del 23 al 26 de junio/06, correspondiente a las ventas realizadas entre los días 22 y 25 de junio del mismo año, se obtuvo la siguiente información: venta total del día, producto más vendido y precio, producto menos vendido y su respectivo precio. Este proceso se desarrolló con la finalidad de obtener los datos de las ventas totales durante la feria de Tuluá y conocer el tipo de producto de mayor venta.

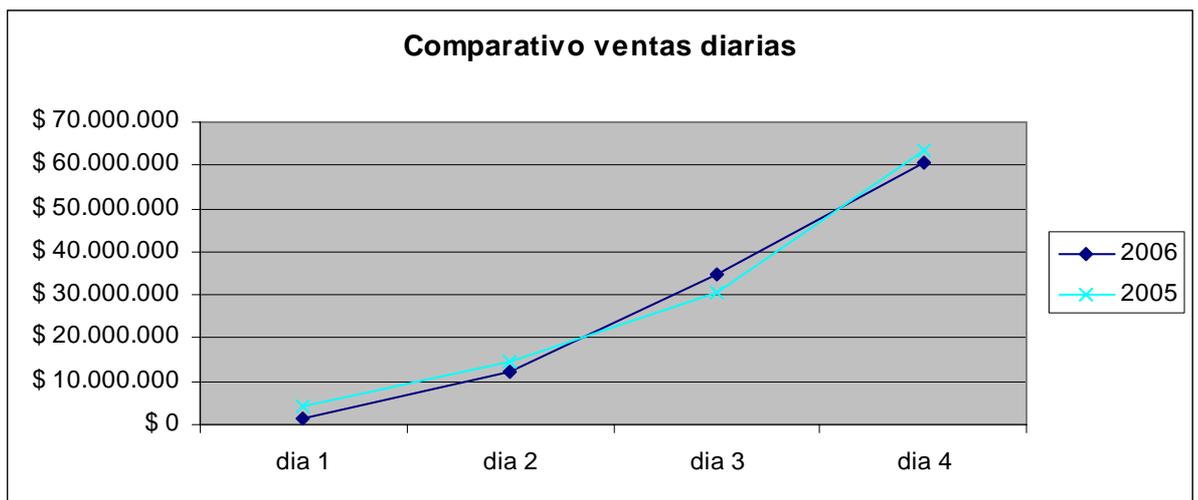
Es necesario aclarar que el 12,8 % de los artesanos, lo que equivale a 9 talleres artesanales, no participó de las encuestas, puesto que no proporcionó ninguna información.

El jueves 22 de junio, la venta total del día correspondió a \$1.300.000, lo que equivale al 1,19 % de las ventas.

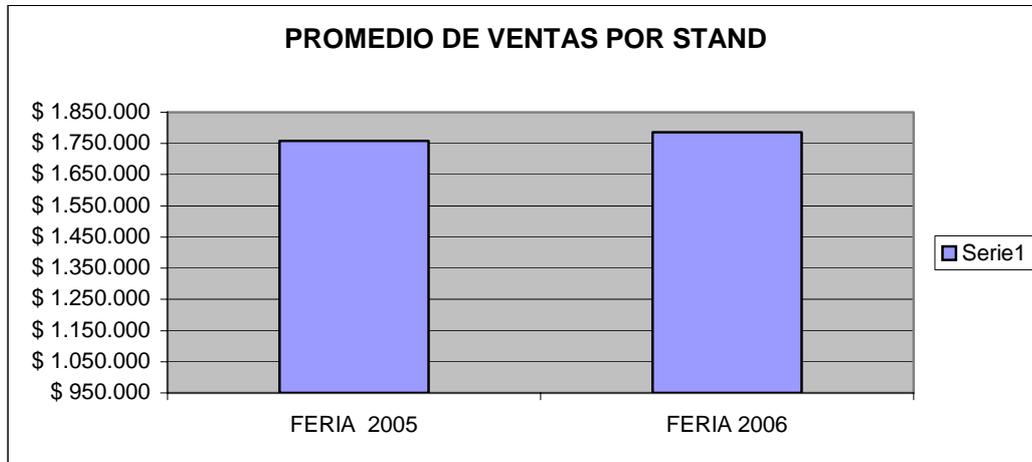
El viernes 23 de junio mostró un incremento de \$10.843.000, por encima del día anterior, logrando ventas por \$12.143.000, y un porcentaje del 11.14% de las ventas.

Para el sábado 24 de junio, las ventas totales del día fueron de \$34.870.000 y el 32,00% de ventas, logrando así una curva creciente en las mismas.

El domingo 25 de junio se presentó un asenso en las ventas, constituyéndose en el día de más altas ventas del evento, con un porcentaje de ventas del 55,65% y un total de \$60.645.000.



**Ilustración 1: Comparativo de ventas diarias Feria de Tuluá 2005-2006**



**Ilustración 2 : Promedio de ventas por stand**

En conclusión, durante los 5 días del evento, se evidenció que los momentos de venta más altos, en promedio correspondieron al sábado 24 y domingo 25 de junio. El sábado 24 de junio el 32 % de las ventas correspondió a \$34.870.000, el domingo 25 de junio el 55,65% de las ventas correspondió a \$60.645.000, presentándose una diferencia de \$25.775.000 entre los dos días y un promedio de \$ 23.499.500 por día.

En la diferencia de ventas, entre el sábado 24 y el domingo 25 de junio, intervinieron varios factores; en primer lugar, que fueron fechas de fin de semana de puente, en los que los visitantes permanecieron más tiempo dentro del recinto ferial; en segundo lugar, que esas fechas, junto con el lunes 26 de junio, fueron los últimos días de feria y los artesanos y productores acostumbran bajar los precios de sus productos, lo que posibilita una mayor oportunidad de venta.

La tabulación de las ventas, el lunes 26 de junio no se pudo concluir debido a la cantidad de visitantes y en razón a que muchos de los artesanos se fueron al terminar la Feria y no regresaron al día siguiente, cuando se tenía planeado realizar las encuestas correspondientes al último día de feria.

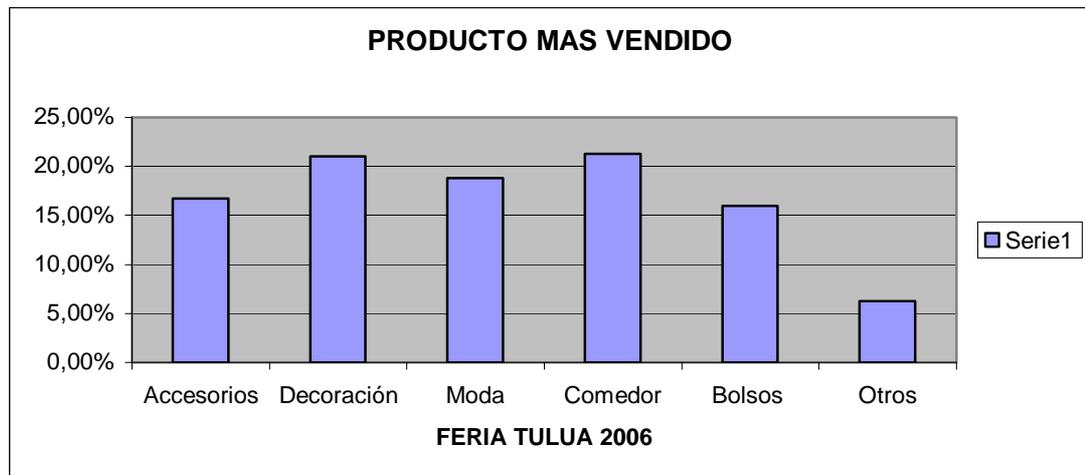
El total de ventas durante la feria, en el Pueblito Artesanal, fue de \$108.958.000, lo que da un promedio de \$1.786.197 por artesano. Comparando con datos del año anterior, en el que el promedio de las ventas fue de \$1.758.218, se puede concluir que, este año, por el hecho de haber reducido el número de participantes, se generó un ligero aumento al promedio de ventas por taller, pero, igualmente, hubo una notable disminución en el dinero que gastaron los visitantes durante el evento, entre otras razones, por factores externos relacionados con otras actividades económicas.

El 29.5 % de los artesanos logró ventas de sus productos todos los días del evento, esto corresponde a un total de 18 talleres; los 43 talleres restantes comenzaron ventas a partir del

viernes 23 de junio. Los gráficos que se presentan a continuación relacionan los productos más vendidos y demandados durante la Feria, a saber: accesorios, moda y decoración.

Accesorios	Bisutería, joyería, manillas.
Decoración	Móviles, jarrones, centros de mesa, cuadros, tallas, floreros, frutas y velas.
Moda	Ropa, correas, sombreros, billeteras, chales, ruanas, bufandas, zapatos y molas
Comedor	Individuales, caminos de mesa, bateas, vajillas, saleros, pimenteros y pasa boqueras.
Bolsos	Bolsos
Juegos	Jenga, triqui, dominó, solitario y en general juegos de mesa.

**Tabla 1: Clasificación de productos.**



**Ilustración 3: Producto más vendido**

El 6.26% de las ventas corresponde al grupo de productos con menos talleres representativos en la feria, pertenecientes a instrumentos musicales, té de coca, vino artesanal y cerería.

**Instutores:** Diseñadores Industriales del Laboratorio Colombiano de Diseño para la Artesanía y la Pequeña Empresa de Armenia:

- D.I. Manuel José Moreno
- D. I. David Correal



- D.I. Angela María Merchán

### **Coordinación del Proyecto**

Gladys Salazar, profesional de Artesanías de Colombia S.A y Manuel José Moreno, Director del Laboratorio Colombiano de Diseño para la Artesanía y la Pequeña Empresa de Armenia

**Duración:** Desde el 24 de enero hasta el 24 de junio de 2006

### **Financiación**

Inversión total: \$39.200.000

Junta de Ferias y Exposiciones de Tuluá: \$29.400.000 (75%)

Artesanías de Colombia: \$9.800.000 (25%)

### **Resultados**

- Distribución del Pueblito Artesanal: con el fin de lograr un desarrollo más dinámico y nutrido de la feria, se conservó el montaje del año anterior, sólo que se realizó para albergar a 40 artesanos.
- El 25.7% de los stands fue reservado personalmente en el Coliseo de Ferias de Tuluá; el 74.3% restante, fue a distancia, con productos enviados por artesanos, que se contactaron mediante el cruce de bases de datos de artesanos que han participado en Expoartesanías y la Feria del Eje Cafetero.
- Identidad e imagen de la feria: Se mantuvieron los elementos de señalética del Coliseo de Ferias, además de los pendones y pasacalles del año anterior. Se desarrolló un elemento gráfico con la programación del Pueblito Artesanal y se creó el arte para las camisetas distintivas de los colaboradores de esta área de la Feria.
- Se mantuvo la Plaza del Mecato, en espacio contiguo al área de artesanías, en la zona escogida en el 2005, con el objetivo de mantener la confluencia de público e incrementar las ventas en ambos sectores.
- 102 personas se beneficiaron de las capacitaciones en Tendencias de Mercado, Producción, Imagen Corporativa, Empaques y Embalajes y Montaje en Ferias.
- A 84 Artesanos y a 27 productores de mecato se les hizo valoración del producto y se les brindó asesoría para el diseño del soporte gráfico que incluía logotipo, tarjetas, etiquetas, papelería y empaque.
- Se premió a los talleres de “Artesanías de La Chamba”, “Artesanías de la Cruz”, “Cañote”, “Primarte”, “Aciva R.P”, “Las Casitas”, “Laboratorio de Diseño de Pasto”, por el contenido de diseño en sus trabajos, la aplicación de la imagen corporativa, la identidad cultural y el empaque.



- La Alcaldía de Tuluá, a través de la Doctora Clara Inés Espinel, Ejecutiva de Artesanías, expresó al grupo de diseño su satisfacción y su interés en promover más programas como el presente, para mejorar las condiciones de los artesanos de la región y del departamento.

### **Dificultades**

- Aunque el artesano mostró mucho interés durante la convocatoria y las capacitaciones, fue difícil hacer un seguimiento en evolución de producto a todos los talleres, debido al poco tiempo que el artesano le puede dedicar a este tipo de programas.
- La adjudicación de stands a talleres o artesanos que no cumplieron ninguno de los requerimientos que se acordaron para la participación en la Feria, hecho que generó situaciones en donde la improvisación fue la solución.

### **Observaciones y propuestas para lograr una mejor ejecución.**

- Mantener una mayor comunicación y claridad entre las partes, para exponer las ideas, necesidades y requerimientos, de manera que se puedan optimizar todos los recursos que involucra la ejecución de un proyecto de este tipo.
- Para futuras ocasiones, tener en cuenta la fecha estipulada para el pago de las primas de mitad de año, de manera que muchos de los visitantes lleguen al evento con una mayor capacidad adquisitiva, que se refleje en las ventas.
- Ampliar los tiempos de ejecución, para lograr una mayor cobertura al gremio artesanal, generar una mayor capacidad de seguimiento a los artesanos en el desarrollo de sus productos y poder prestar asistencia técnica en los talleres de producción.

## Introducción

El LABORATORIO COLOMBIANO DE DISEÑO funciona como una unidad descentralizada de Artesanías de Colombia S.A. que promueve e implementa las políticas de la Empresa en cuanto al desarrollo del sector artesanal se refiere, en el área de diseño, en la región del Eje Cafetero y en los municipios de Manizales y Pereira.

El Laboratorio busca, a través de metodologías desarrolladas por Artesanías de Colombia, contribuir a la integración de los procesos actuales de desarrollo económico y social del sector productivo artesanal de Colombia, mediante el perfeccionamiento de la calidad y competitividad de la artesanía, el fortalecimiento del componente de diseño y la consolidación de mecanismos y estrategias prácticas de desarrollo de producto.

Acorde con lo anterior, Artesanías de Colombia S.A. firmó convenio de asistencia técnica con la Junta de Ferias y Exposiciones de Tuluá, con el fin de aprovechar la experiencia exitosa de la empresa en el montaje de ferias artesanales y proporcionar una asesoría efectiva tanto a la Junta como al municipio de Tuluá para el mejoramiento de la feria artesanal que se organiza en el marco de la quincuagésima primera Feria de Tuluá, que es la más grande del país en su género y que anualmente atrae a más de doscientos mil visitantes, principalmente provenientes del sur – occidente colombiano.

Los diseñadores del Laboratorio Colombiano de Diseño evaluaron, asesoraron y seleccionaron productos de más de 150 artesanos de todo el país, dando continuidad al trabajo iniciado en el 2005, con una visión de largo plazo, tendiente a elevar el nivel de la muestra de la artesanía y del mecató, en el marco de la Feria de Tuluá.

## **Antecedentes**

Desde hace varios años, los organizadores de la Feria de Tulúa se vienen proponiendo elevar la calidad de los productos que se exhiben en el evento y de esta manera, posicionar mejor la Feria, que en el 2006 celebra su versión 51. Para lograrlo, este año solicitaron, por segunda vez, la asesoría y asistencia técnica de Artesanías de Colombia, entidad a la que le reconocen el Know How y el éxito de EXPOARTESANÍAS, la feria artesanal que la entidad realiza anualmente y otras ferias como MANOFACTO, Eje Cafetero, Encuentro Andino y Artes Manuales.

## **Objetivos**

### ***General***

Elevar la calidad de la muestra artesanal y del mecató que se realizará en el marco de la Feria de Tulúa, que en el 2006 celebra su versión 51 y contribuir para que este evento se convierta en uno de los más competitivos y con mayor reconocimiento a nivel nacional.

### ***Particulares***

1. Una selección y desarrollo de productos artesanales y de dulcería acordes con las tendencias del mercado, que satisfaga las expectativas de los organizadores de la Feria de Tulúa y causen impacto en los compradores que la visiten.
2. Productos artesanales, dulcería y repostería con mayores estándares de calidad.
3. Productos artesanales, dulcería y repostería con empaques e imagen corporativa.
4. Productos exhibidos de tal manera que se realcen sus atributos e induzcan fácilmente a la compra.
5. Artesanos y productores de dulce y repostería con mayores conocimientos sobre la manera como deben participar en eventos feriales.
6. Artesanos y productores de dulce con una mayor capacidad creativa y mayores conocimientos sobre las tendencias del mercado.

7. Una muestra artesanal que reúna productos de calidad, diferentes, en un porcentaje del 40%, a los exhibidos en la Feria en años anteriores.
8. Una muestra artesanal y del mecato que se destaque en el marco de la Feria, tanto por su calidad como por su presentación atractiva al público.
9. Ventas de productos artesanales y del mecato superiores en un 10% a las del año 2004.
10. Expositores satisfechos por haber logrado un volumen de ventas mayor al año inmediatamente anterior.

### **Metodología**

Para desarrollar las actividades de capacitación se tuvieron en cuenta, tanto las condiciones del artesano y de su entorno, como el nivel de conocimiento del grupo respecto a los temas a desarrollar.

La capacitación estuvo a cargo de especialistas en la temática respectiva, que facilitaron el aprendizaje de nuevos conceptos, de manera que los participantes asimilaban y pudieran poner en práctica los conocimientos impartidos.

Durante los talleres y seminarios, los artesanos recibieron de los instructores fotocopia de material de apoyo para que conservaran, una vez terminada la capacitación, y para que pudieran consultar como ayuda memoria en su taller, durante la puesta en práctica de los procesos aprendidos.

A lo largo del desarrollo de las actividades, los instructores dejaron a los participantes ejercicios para realizar, que luego fueron revisados, evaluados y corregidos, con el fin de hacer un seguimiento continuo a lo aprendido y propiciar que, tanto el instructor como el aprendiz, enriquecieran mutuamente sus conocimientos y desarrollaran destrezas y fortalezas que redunden en beneficio de una producción con calidad y competitiva en el mercado.

Los instructores se ocuparon de incentivar y cautivar a los participantes para que asistieran con regularidad y puntualidad a las actividades programadas y para que desarrollaran los ejercicios que les dejaron como tarea.

Tanto el Laboratorio como el coordinador de las actividades por parte de Artesanías de Colombia, estuvieron pendientes de que se cumpliera el cronograma que se aprobó y de que se hicieran un manejo adecuado de los recursos, de los cuales se dispuso para llevar a cabo la ejecución de la propuesta.

## 1. Ejecución del proyecto

### 1.1 Reconocimiento de los espacios para el montaje del evento artesanal y del mecato en el Coliseo de Tulúa y contacto con el grupo organizador y coordinador de la Feria de Tulúa.



**Imagen 2. Pueblito Artesanal**



**Imagen 1. Stands tradicionales del Pueblito Artesanal**

Se hizo el reconocimiento de los espacios para el montaje del evento del Pueblito Artesanal y la Plaza del Mecato en el Coliseo de Ferias de Tulúa. Se mantuvo comunicación permanente con el grupo organizador y coordinador del evento.

El reconocimiento de los espacios se inició el martes 7 de marzo de 2006 y fue realizada en un tiempo de 6 horas, en el cual se habló de conservar la ubicación de la Plaza del Mecato en el espacio adjudicado el año anterior, por la gran aceptación que éste tuvo por parte de los expositores y por las excelentes ventas obtenidas en el 2005. A su vez, se planteó la metodología de las asesorías para los artesanos, proceso en el cual se contó con la participación del D.I Manuel José Moreno coordinador del Laboratorio Colombiano de Diseño Unidad Armenia – Manizales, de los asesores en diseño Ángela María Merchán, David A. Correal y finalmente, los doctores Jaime Hernán Gutiérrez, Director de Mercadeo y Publicidad de la Feria de Tulúa, Clara Inés Espinel, Ejecutiva de Artesanías, Esperanza Hernández, Asistente de Artesanías y Claudia Patricia Ortiz.

## **1.2 Distribución del espacio por áreas y sub-áreas, tanto en el Pueblito Artesanal como en la Plaza del Mecato.**

### **1.2.1 Estimar demanda con listados de ferias anteriores.**

Aunque existen listados de participación de otras ferias, estos listados no constan de datos estadísticos acerca de ventas, salida y rotación de productos, lo que dificulta realizar estimativos de la demanda de productos para la muestra artesanal.

### **1.2.1 Desarrollo de propuesta de exhibición para stands.**

Al igual que el año anterior, este año se presentó a la convocatoria un gran número de talleres que elaboran arte manual, situación que nos llevó a optar por la generación de un espacio de 10 stands para exhibir los productos de esta categoría.

Así mismo, se otorgaron 10 stands para el montaje de la muestra artesanal representativa del municipio de Tuluá y 2 stands más para mostrar la destreza artesanal en la práctica de algunos oficios.

Los doctores Jorge Alberto Cruz, Presidente de la Junta de Ferias y Exposiciones de Tuluá y Jaime Hernán Gutiérrez, Director de Mercadeo y Publicidad de la Feria decidieron mantener este año la misma señalización que se propuso para la versión anterior de la Feria. **(Ver Anexo 1)**

## **1.3 Convocatoria de artesanos y productores de dulces**

Hasta el 1 de junio/06, se convocó a 120 artesanos y productores de dulces, quienes sometieron su producto a evaluación, a partir del 8 de marzo/06. Esta actividad fue realizada por Claudia Ortiz, Asistente de Artesanías de la Feria de Tuluá y Fabio Hernán Gómez, Ejecutivo de la Plaza del Mecato.

### 1.3.1 Cruce de bases de datos Tuluá, Feria del Eje Cafetero y Expoartesanías

A partir del 7 de marzo/06 se cursó invitación a los artesanos y productores de dulces del municipio de Tuluá, proceso que duró tres semanas. En ese momento, la invitación se amplió a productores de artesanía y dulces de todo el país, especialmente a personas que han participado en la Feria del Eje Cafetero y en Expoartesanías. En total, se enviaron invitaciones a 217 talleres de artesanos y de productores de mecató.

### 1.4 Evaluación y selección del mecató y del producto artesanal.

En las instalaciones del Coliseo de Ferias de Tuluá se llevó a cabo la evaluación y selección de producto de los artesanos y productores de mecató del departamento del Valle. A los artesanos del Eje Cafetero se les atendió en la sede del Laboratorio Colombiano de Diseño, en Armenia. A los artesanos residentes en otros sitios del país se les solicitó enviar 5 muestras físicas del producto, catálogo digital o impreso con los productos y su respectiva imagen corporativa. Para la selección se establecieron los siguientes parámetros: un producto con calidad, contenido de diseño, innovador, dotado con imagen corporativa y empaque.



**Imagen 4. Bisutería en hueso.  
Tuluá 2006**

En total se atendieron 111 talleres, entre éstos 84 de artesanos y 27 de productores de mecató, que en promedio presentaron 3 productos, que fueron asesorados en imagen corporativa y empaque, actividad que estuvo a cargo de los Diseñadores Industriales Ángela María Merchán



**Imagen 3. Prenda en seda. Tuluá  
2006**

y David Correal, asesores del Laboratorio Colombiano de Diseño Unidad Armenia-Manizales.

Esta actividad se desarrolló desde el 8 de marzo/06, hasta el 1 de junio/06, en sesiones de 8 horas diarias, 3 días a la semana.

#### **1.4.1 Evaluación**

La evaluación, para la cual se dispuso de un formato para registrar resultados, permitió determinar y priorizar los aspectos de mayor debilidad del producto, con miras a recomendar las mejoras pertinentes, de manera que los productos asesorados alcanzaran los estándares propuestos para la participación en la Feria. Se trabajó la calidad en los acabados, la implementación de nuevas formas para los productos, la optimización de los procesos de producción, la imagen corporativa y los elementos gráficos que necesitaron especialmente 35 talleres entre artesanos y productores de mecato.

#### **1.4.2 Recepción de propuestas**

Desde el 8 de marzo/06 se recibieron muestras de productos de artesanía y de mecato de personas interesadas en participar en la Feria, a quienes se les hicieron recomendaciones para mejorar el producto en aspectos como materiales, calidad de los acabados, ajustes en el



**Imagen 5. Muestra recibida.  
Muñequería**

diseño, implementación de nuevas formas para los productos, optimización de los procesos de producción, imagen corporativa y elementos gráficos que necesitaron especialmente 35 talleres entre artesanos y productores de mecato.

Los productores tuvieron un plazo de 10 días para que incluyeran los cambios y regresarán a la asesoría para una nueva evaluación. De los 111 artesanos y productores de mecató atendidos, a 34 les fueron aprobados los productos, a 12 talleres se les hizo la recomendación de regresar con los productos y las mejoras realizadas para recibir una nueva valoración. Los talleres restantes mostraron poco interés en traer nuevamente los productos para otra valoración.

Una vez los asesores consideraron que los productos habían alcanzado los parámetros de calidad establecidos, se le comunicaba el resultado al artesano o productor de mecató para que separara el stand.

Ojo. Aquí repitieron el párrafo del numeral 1.4, que borré junto con una fotografía

### 1.4.3 Selección y comunicación de resultados.

El 15 de junio/06 se tabularon los datos de los artesanos y productores de mecató atendidos en el Coliseo de Ferias, así como los de los productores cuyo producto había sido aprobado y los de los productores que habían separado stand. Los datos fueron los siguientes:

<b>Productores de artesanía y mecató</b>	<b>#</b>
Artesanos atendidos	84
Productores de mecató	27

Hombres	41
Mujeres	70
Artesanos seleccionados	34
Artesanos que adquirieron stand	17
Artesanos de Tuluá, cuyos productos fueron aprobados	18
Artesanos del Valle, cuyos productos fueron aprobados	11
Artesanos del resto del país, cuyos productos fueron aprobados	5

**Tabla 2: Resultados de Asesorías**

De los 34 artesanos seleccionados, sólo 17 separaron stand oportunamente. El número restante no pudo acceder a los espacios debido a los costos de los mismos. Otra razón que pudo incidir para que este resultado fuera el mencionado, fue la realización de otras ferias regionales y nacionales que coincidieron con el evento de Tuluá. **(Ver Anexo 2)**

### **1.5 Talleres Creativos para Cualificación y Desarrollo de nuevos productos de artesanos del Valle.**

#### **1.5.1 Caracterización de producto artesanal, arte manual y producto industrial (Ojo... incluir este mismo título en la Tabla de Contenido)**

El 8 de marzo/06, los asesores Ángela María Merchán y David Correal trabajaron los conceptos de artesanía, arte, arte manual y producto industrial, sus diferencias y

similitudes, con la participación de 35 beneficiarios, 23 mujeres y 12 hombres. (Ver Anexo 3)

### 1.5.2 Asistencia técnica para rediseño de producto.



Imagen 8. Cofre en guadua.



Imagen 7. Lámpara de pared.



Imagen 6. Porta lápices

El proceso de rediseño de producto se realizó desde el 8 de marzo/06 hasta el 1 de junio/06, con 12 talleres que presentaron 36 productos, 3 por taller.

(Ojo, borré texto que se incluyó en párrafo anterior y como en otros apartes, he encontrado fechas de 2005 y referencias a la versión 50 de la Feria)



Imagen 9. Bolso en seda

### 1.6 Asistencia técnica para la presentación y exhibición del mecató.

(El informe de la Academia de Gastronomía lo presenté con el primer informe, no es necesario incluirlo nuevamente, pero si me parece importante que se presenten los resultados de la presentación y exhibición del mecató)

### 1.7 Desarrollo de identidad gráfica, empaque y presentación final del producto artesanal y de mecató.

Para esta actividad se dictaron 2 capacitaciones con su respectivo ejercicio práctico, una en imagen corporativa y otra en empaque.

### 1.7.1 Capacitación en imagen gráfica y ejercicio práctico.

Esta capacitación fue dictada por la D.I Ángela Merchán, Asesora del Laboratorio Colombiano de Diseño Unidad Armenia- Manizales, los días 10 y 11 de mayo de 2006. A esta capacitación asistieron 36 beneficiarios en total, 19 mujeres y 17 hombres.



**Imagen 10. Capacitación en imagen y ejercicio práctico**

En la capacitación se presentaron temas como imagen e identidad corporativa, identidad e imagen de empresa, identidad e imagen de producto, niveles del concepto de marca, estructura de la imagen, significado de los colores, entre otros temas. A su vez se realizó un ejercicio práctico, que sirvió para que los beneficiarios observaran diferentes imágenes de empresas, identificaran los nombres y los colores corporativos de cada una y crearán elementos para aplicar en el desarrollo de la imagen gráfica de cada uno, trabajo que se desarrolló conjuntamente entre el Diseñador y el beneficiario. **(Ver Anexo 4)**

(Ojo... En estos cuadros de evaluación es importante que se diga el número de encuestas que fueron tabuladas.)

Nombre de la Actividad:  
Instructor o Asesor:

Capacitación en imagen Corporativa  
Ángela Merchán

Aspectos a Evaluar	Deficiente	Aceptable	Bueno	Muy Bueno
1 Conocimiento del tema			2,7%	97,3%
2 Cumplimiento de Horario			2,7%	97,3%
3 Calidad del material didáctico utilizado			33,33%	66,67%
4 Claridad en la exposición			2,7%	97,3%
5 Oportunidades de participación de los asistentes			5,5%	94,5%
6 Calidad de la relación con los asistentes			2,7%	97,3%
7 Aplicabilidad de lo aprendido en su trabajo			2,7	97,3%
<b>General</b>			<b>7,5%</b>	<b>92,5%</b>

**Tabla 2: Evaluación de capacitación en imagen corporativa.**

### 1.7.2 Capacitación en empaque y ejercicio práctico.

Esta capacitación fue dictada por el D.I David Correal, Asesor del Laboratorio Colombiano de Diseño Unidad Armenia- Manizales, los días 17 y 18 de mayo de 2006, con una asistencia de 31 beneficiarios en total, 17 mujeres y 14 hombres.



**Imagen 11.- Capacitación en empaques y ejercicio práctico**

En esta capacitación se desarrollaron temas como clasificación de empaques, definición y función de los empaques, ventajas y desventajas de los sistemas de empaques, características de los mismos, tipos de materiales más comunes utilizados para la elaboración de empaques y sus propiedades, entre otros temas, que sirvieron para que los beneficiarios tuvieran mayor claridad sobre la importancia de dotar su producto de un empaque, para hacerlo más competitivo en el mercado, y de aportar ideas para el desarrollo de la imagen gráfica, conjuntamente con el Diseñador. (Ver Anexo 5)

Nombre de la Actividad: Capacitación Empaques  
Instructor o Asesor: David Correal

Aspectos a Evaluar	Deficiente	Aceptable	Bueno	Muy Bueno
1 Conocimiento del tema			45%	55%
2 Cumplimiento de Horario			26%	74%
3 Calidad del material didáctico utilizado	3%	19%	55%	23%
4 Claridad en la exposición			35%	65%
5 Oportunidades de participación de los asistentes		10%	35%	55%
6 Calidad de la relación con los asistentes			26%	74%
7 Aplicabilidad de lo aprendido en su trabajo			32%	68%
<b>General</b>	<b>0%</b>	<b>4%</b>	<b>36%</b>	<b>59%</b>

**Tabla 3: Evaluación de capacitación de Empaques y embalajes.**

### 1.7.3 Capacitación en Costos

Debido a la presencia de otra diseñadora de Artesanías de Colombia en la región (Proyecto SENA), se acordó cambiar la capacitación sobre Tendencias, por una capacitación en Costos.



**Imagen 12. Capacitación en costos**

Esta capacitación fue dictada por la D.I Ángela Merchán, Asesora del Laboratorio Colombiano de Diseño Unidad Armenia- Manizales, los días 14 y 15 de junio de 2006, con la asistencia de 35 beneficiarios en total. En esta capacitación se desarrollaron temas como costeo ABC, cómo costear productos, costos fijos, costos variables, fijación del precio de venta, clasificación de los costos y conceptos básicos de costos. (Ver Anexo 6)

Nombre de la Actividad: Capacitación Costos  
Instructor o Asesor: Ángela Merchán c.

Aspectos a Evaluar	Deficiente	Aceptable	Bueno	Muy Bueno
1 Conocimiento del tema			2,9%	97,1%
2 Cumplimiento de Horario			5,8%	94,2%
3 Calidad del material didáctico utilizado			58,8%	41,2%
4 Claridad en la exposición			20,5%	79,5%
5 Oportunidades de participación de los asistentes			2,9%	97,1%
6 Calidad de la relación con los asistentes			2,9%	97,1%
7 Aplicabilidad de lo aprendido en su trabajo			2,9%	97,1%
<b>General</b>			<b>13,81%</b>	<b>86,1%</b>

**Tabla 4: Evaluación de capacitación de Costos.**

### 1.7.4 Desarrollo de imagen gráfica

Hasta el 1 de Junio/06 se desarrollaron 35 paquetes gráficos, que según los requerimientos del beneficiario, consistieron en: varias propuestas de logotipos, logotipo final, tarjetas de presentación, etiquetas y diagramación de papelería. (Ver Anexo7)

### **1.8 Curso taller sobre mercadeo y participación en eventos feriales para artesanos y productores de dulces.**

Debido a las necesidades planteadas por los beneficiarios, se acordó con ellos replantear la capacitación sobre mercadeo y participación en eventos feriales y dictar imagen corporativa. (Ver numeral 1.7.1)

### **2.1 Asesoría en montaje y exhibición del producto artesanal y del mecato en: Capilla, Pueblito Artesanal, Salón especial y Plaza del Mecato.**

El montaje y la exhibición del producto artesanal y del mecato se iniciaron el martes 20 de junio/06, de acuerdo con



**Imagen 13. Montaje. Taller Artesanías de la Cruz.**



**Imagen 14. Montaje. Arte Zenú**

lo establecido por la Junta de Ferias y Exposiciones de Tuluá. La asesoría del montaje en el Pueblito Artesanal estuvo a cargo del grupo de diseño del Laboratorio Colombiano de Diseño de la Unidad de Armenia - Manizales, quienes dieron soluciones puntuales a los problemas de montaje que presentaban algunos de los stands; se ejecutaron tareas de limpieza y verificación de cada uno de los sitios de exhibición y se realizó el montaje de telas y entrepaños para cada stand.

La asesoría incluyó los temas de distribución de stands, áreas de circulación, aprovechamiento de la iluminación y elementos gráficos como el pendón indicador de cada stand. Igualmente, exhibición y presentación de productos, actividad que incluyó a los artesanos que venían en representación del Laboratorio Colombiano de Diseño de la Unidad de Pasto. Finalmente, se desarrolló un elemento 3D para promocionar los eventos artísticos del Pueblito Artesanal. (Ver Anexo 8)

En la Plaza del Mecato se ubicaron 25 toldos y 6 carpas, para la participación de X número de personas, con X número de productos.



**Imagen 21. Montaje. Plaza del Mecato**

### **2.1.1 Asesoría para desmonte de stands.**

El desmonte de los stands se inició el 27 de junio/06, bajo la dirección de los Diseñadores del Laboratorio Colombiano de Diseño Unidad Armenia, quienes indicaron la forma de levantar la panelería en tela y los sistemas de entrepaños para evitar daños o robos de dicho material. Se dieron indicaciones acerca del cuidado en el almacenamiento de las telas, los entrepaños y la estructura en guadua, con el fin de garantizar el buen estado y prolongar la vida útil del sistema de exhibición, de manera que se pueda reutilizar las veces que sea necesario. También hicieron recomendaciones para conservar la estructura armada, realizando inmunizaciones periódicas y control de plagas.

### **3.1 Coordinación y seguimiento**



**Imagen 23. Detalle del montaje de los entrepaños.**

Se realizaron reuniones periódicas, cada dos semanas, con los ejecutivos de la Feria, así como con el Presidente de la Junta, para resolver temas puntuales respecto al desarrollo de las actividades generales del proyecto, para lo cual se levantaron actas de compromiso con cada uno de los actores del proyecto.

El montaje del evento en el Pueblito Artesanal fue realizado



**Imagen 22. Montaje completo Stands de Guadua**

por el personal de montaje del recinto ferial y el grupo de diseño del Laboratorio Colombiano. Este último coordinó el montaje de las telas tensadas sobre la estructura, la instalación de la iluminación y la ubicación y montaje de los entrepaños.

Durante la Feria se hizo seguimiento a las necesidades de los expositores y se les resolvieron inconvenientes como luminarias fundidas, información general del evento y problemas con el sistema eléctrico.

### **3.2 Evaluación del Evento**

La evaluación de la Feria de Tuluá, en el área del Pueblito Artesanal, fue realizada por el grupo de diseñadores del Laboratorio Colombiano de Diseño unidad Armenia – Manizales. Para su desarrollo se utilizaron formatos de encuestas, que permitieron acopiar información sobre ventas diarias de cada taller y participación de los artesanos y productores de mecateo en otras ferias de artesanías, a nivel zonal y nacional.

#### **3.2.1 Desarrollo de encuestas y reportes de ventas**

El desarrollo y elaboración de las encuestas y reportes de ventas estuvo a cargo de la D.I. Ángela Merchán, del Laboratorio Colombiano de Diseño sede Armenia – Manizales, que permitió obtener estadísticas sobre las ventas por día y la capacidad de compra de los asistentes a la Feria. Igualmente, un comparativo entre las ventas realizadas en la Feria de Tuluá y otras ferias del país, como por ejemplo Expoartesanías, Monofacto, Eje Cafetero, Manizales, Popayán, Cali, Quindío y Artes Manuales (**Ver Anexo 9**)

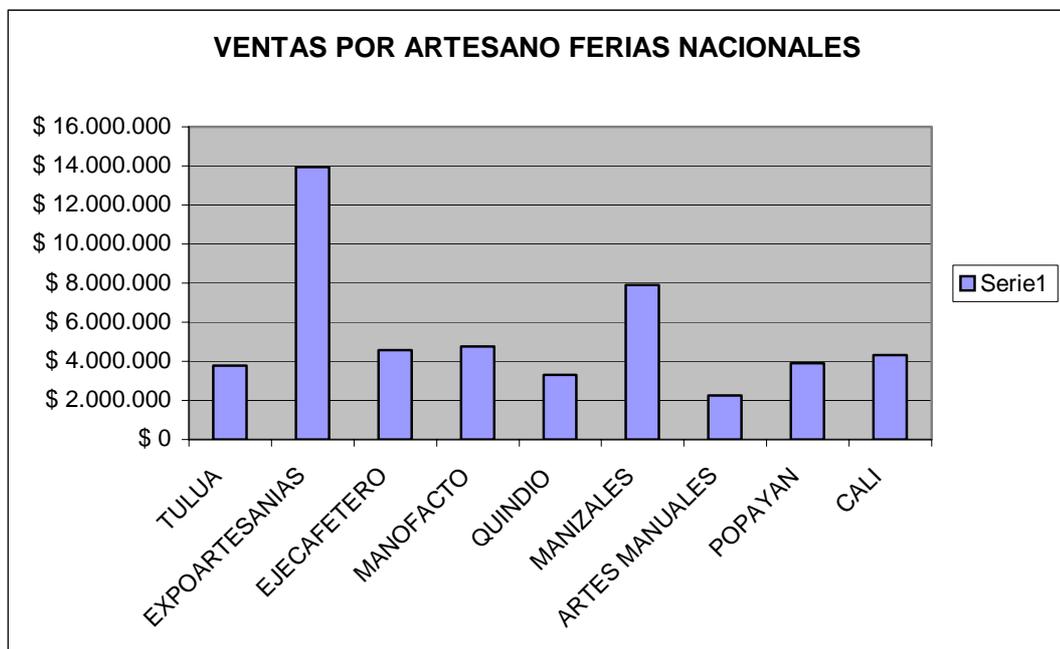
#### **3.2.2 Aplicación de Encuestas y Reportes de Ventas día a día**

Del 22 al 26 de Junio/06 se comenzó con la recolección de datos para obtener el comportamiento de las ventas diarias en la Feria, como por ejemplo tipo de productos más vendidos, tipo de productos menos vendidos y sus respectivos precios, para

establecer resultados finales del evento en cuanto a ventas. Fueron entrevistados un total de 70 talleres de diferentes lugares del país.

El siguiente cuadro muestra las ventas que generaron eventos similares a La Feria de Tuluá en el 2005. Las mediciones corresponden a las ventas realizadas por los artesanos en estos eventos. La Feria de Tuluá ocupó el 7 lugar en ventas.

(Ojo, en el título del cuadro poner la fecha de 2005)



**Ilustración 4: Ventas en feria por artesano**

### 3.2.3 Tabulación de resultados

A partir de una encuesta diaria realizada a 70 talleres, del 23 al 26 de junio/06, correspondiente a las ventas realizadas entre los días 22 y 25 de junio del mismo año, se obtuvo la siguiente información: venta total del día, producto más vendido y precio, producto menos vendido y su respectivo precio. Este proceso se desarrolló con la finalidad de obtener los datos de las ventas totales durante la feria de Tuluá y conocer el tipo de producto de mayor venta.

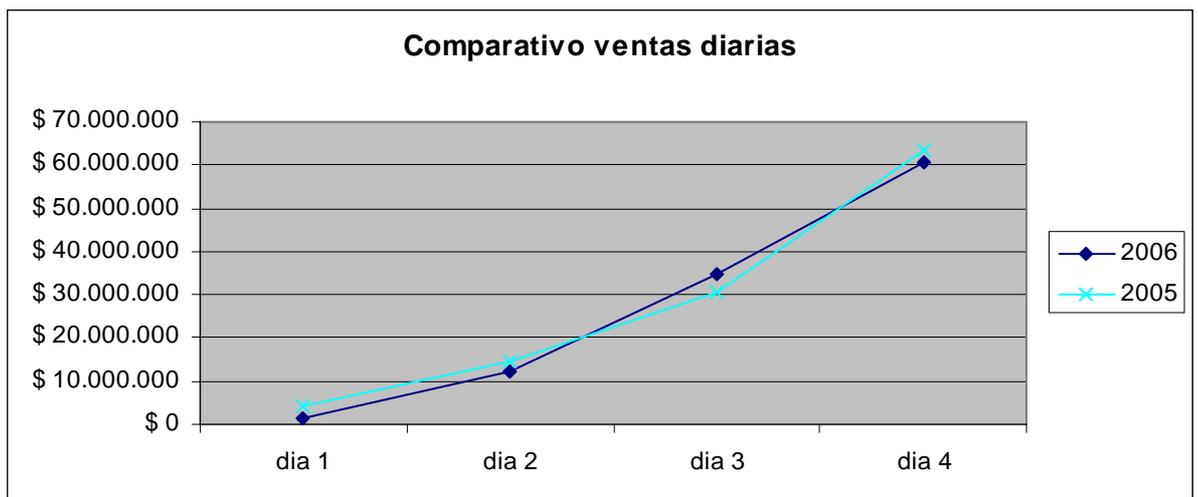
Es necesario aclarar que el 12,8 % de los artesanos, lo que equivale a 9 talleres artesanales, no participó de las encuestas, puesto que no proporcionó ninguna información.

El jueves 22 de junio, la venta total del día correspondió a \$1.300.000, lo que equivale al 1,19 % de las ventas.

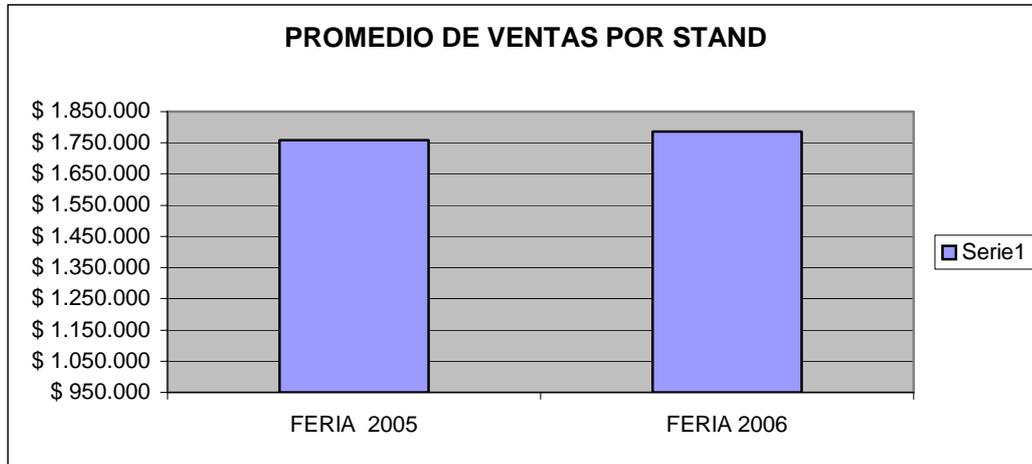
El viernes 23 de junio mostró un incremento de \$10.843.000, por encima del día anterior, logrando ventas por \$12.143.000, y un porcentaje del 11.14% de las ventas.

Para el sábado 24 de junio, las ventas totales del día fueron de \$34.870.000 y el 32,00% de ventas, logrando así una curva creciente en las mismas.

El domingo 25 de junio se presentó un asenso en las ventas, constituyéndose en el día de más altas ventas del evento, con un porcentaje de ventas del 55,65% y un total de \$60.645.000.



**Ilustración 5: Comparativo de ventas diarias Feria de Tuluá 2005-2006**



**Ilustración 6 : Promedio de ventas por stand**

En conclusión, durante los 5 días del evento, se evidenció que los momentos de venta más altos, en promedio correspondieron al sábado 24 y domingo 25 de junio. El sábado 24 de junio el 32 % de las ventas correspondió a \$34.870.000, el domingo 25 de junio el 55,65% de las ventas correspondió a \$60.645.000, presentándose una diferencia de \$25.775.000 entre los dos días y un promedio de \$ 23.499.500 por día.

En la diferencia de ventas, entre el sábado 24 y el domingo 25 de junio, intervinieron varios factores; en primer lugar, que fueron fechas de fin de semana de puente, en los que los visitantes permanecieron más tiempo dentro del recinto ferial; en segundo lugar, que esas fechas, junto con el lunes 26 de junio, fueron los últimos días de feria y los artesanos y productores acostumbran bajar los precios de sus productos, lo que posibilita una mayor oportunidad de venta.

La tabulación de las ventas, el lunes 26 de junio no se pudo concluir debido a la cantidad de visitantes y en razón a que muchos de los artesanos se fueron al terminar

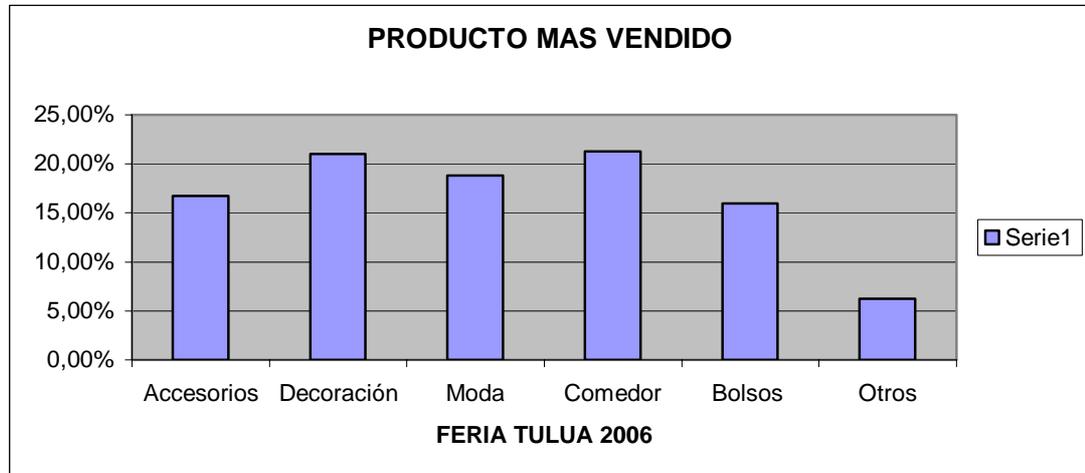
la Feria y no regresaron al día siguiente, cuando se tenía planeado realizar las encuesta correspondientes al último día de feria.

El total de ventas durante la feria, en el Pueblito Artesanal, fue de \$108.958.000, lo que da un promedio de \$1'786.197 por artesano. Comparando con datos del año anterior, en el que el promedio de las ventas fue de \$1.758.218, se puede concluir que, este año, por el hecho de haber reducido el número de participantes, se generó un ligero aumento al promedio de ventas por taller, pero, igualmente, hubo una notable disminución en el dinero que gastaron los visitantes durante el evento, entre otras razones, por factores externos relacionados con otras actividades económicas.

El 29.5 % de los artesanos logró ventas de sus productos todos los días del evento, ésto corresponde a un total de 18 talleres; los 43 talleres restantes comenzaron ventas a partir del viernes 23 de junio. Los gráficos que se presentan a continuación relacionan los productos más vendidos y demandados durante la Feria, a saber: accesorios, moda y decoración.

Accesorios	Bisutería, joyería, manillas.
Decoración	Móviles, jarrones, centros de mesa, cuadros, tallas, floreros, frutas y velas.
Moda	Ropa, correas, sombreros, billeteras, chales, ruanas, bufandas, zapatos y molas
Comedor	Individuales, caminos de mesa, bateas, vajillas, saleros, pimenteros y pasa boqueras.
Bolsos	Bolsos
Juegos	Jenga, triqui, dominó, solitario y en general juegos de mesa.

**Tabla 3: Clasificación de productos.**



**Ilustración 7: Producto más vendido**

El 6.26% de las ventas corresponde al grupo de productos con menos talleres representativos en la feria, pertenecientes a instrumentos musicales, té de coca, vino artesanal y cerería.

**4.1 Descripción de logros y dificultades.**

**4.1.1 Logros**

- Distribución del Pueblito Artesanal: con el fin de lograr un desarrollo más dinámico y nutrido de la feria, se conservó el montaje del año anterior, sólo que se realizó para albergar a 40 artesanos.
- El 25.7% de los stands fue reservado personalmente en el Coliseo de Ferias de Tuluá; el 74.3% restante, fue a distancia, con productos enviados por artesanos, que se contactaron mediante el cruce de bases de datos de artesanos que han participado en Expoartesanías y la Feria del Eje Cafetero.
- Identidad e imagen de la feria: Se mantuvieron los elementos de señalética del Coliseo de Ferias, además de los pendones y pasacalles del año anterior. Se desarrolló un elemento gráfico con la programación del Pueblito Artesanal y se creó el arte para las camisetas distintivas de los colaboradores de esta área de la Feria. (Ver Anexo 11)

- Se mantuvo la Plaza del Mecato, en espacio contiguo al área de artesanías, en la zona escogida en el 2005, con el objetivo de mantener la confluencia de público e incrementar las ventas en ambos sectores.
- 102 personas se beneficiaron de las capacitaciones en Tendencias de Mercado, Producción, Imagen Corporativa, Empaques y Embalajes y Montaje en Ferias.
- A 84 Artesanos y a 27 productores de mecato se les hizo valoración del producto y se les brindó asesoría para el diseño del soporte gráfico que incluía logotipo, tarjetas, etiquetas, papelería y empaque.
- Se premió a los talleres de “Artesanías de La Chamba”, “Artesanías de la Cruz”, “Cañote”, “Primarte”, “Aciva R.P”, “Las Casitas”, “Laboratorio de Diseño de Pasto”, por el contenido de diseño en sus trabajos, la aplicación de la imagen corporativa, la identidad cultural y el empaque.
- La Alcaldía de Tuluá, a través de la Doctora Clara Inés Espinel, Ejecutiva de Artesanías, expresó al grupo de diseño su satisfacción y su interés en promover más programas como el presente, para mejorar las condiciones de los artesanos de la región y del departamento.

#### **4.1.2 Dificultades.**

- Aunque el artesano mostró mucho interés durante la convocatoria y las capacitaciones, fue difícil hacer un seguimiento en evolución de producto a todos los talleres, debido al poco tiempo que el artesano le puede dedicar a este tipo de programas.
- La adjudicación de stands a talleres o artesanos que no cumplieron ninguno de los requerimientos que se acordaron para la participación en la Feria, hecho que generó situaciones en donde la improvisación fue la solución.

### **5.1 Observaciones y propuestas para lograr una mejor ejecución.**

- Mantener una mayor comunicación y claridad entre las partes, para exponer las ideas, necesidades y requerimientos, de manera que se puedan optimizar todos los recursos que involucra la ejecución de un proyecto de este tipo.
- Para futuras ocasiones, tener en cuenta la fecha estipulada para el pago de las primas de mitad de año, de manera que muchos de los visitantes lleguen al evento con una mayor capacidad adquisitiva, que se refleje en las ventas.
- Ampliar los tiempos de ejecución, para lograr una mayor cobertura al gremio artesanal, generar una mayor capacidad de seguimiento a los artesanos en el desarrollo de sus productos y poder prestar asistencia técnica en los talleres de producción.

### **6.1 Soportes**

Acuerdos realizados con los organizadores del evento, en relación con los temas que requirieron aprobación, constancias de Actas de reuniones debidamente firmadas por las partes y banco de imágenes del evento.

## Bibliografía

- Imagen Corporativa. Joan Costa.
- Empaking. Mc Graw Hill.
- PHILIP, Kotler y GARY Armstrong. Mercadotecnia. Méjico 1996, Prentice Hall, Sexta Edición. Capítulos 1,5,6,9
- [www.colortrends.com](http://www.colortrends.com)
- [www.neimanmarcus.com](http://www.neimanmarcus.com)
- [www.luluguinness.com](http://www.luluguinness.com)
- [www.vogue.com](http://www.vogue.com)
- [www.aidtoartisans.org](http://www.aidtoartisans.org)
- [www.eziba.com](http://www.eziba.com)
- [www.homeaccentstoday.com](http://www.homeaccentstoday.com)
- [www.giftsanddec.com](http://www.giftsanddec.com)
- [www.giftwarenews.com](http://www.giftwarenews.com)
- [www.giftwarebusiness.com](http://www.giftwarebusiness.com)
- [www.donnakaran.com](http://www.donnakaran.com)
- [www.craftsreport.com](http://www.craftsreport.com)



### **Agradecimientos**

Junta de Feria y Exposiciones de Tuluá – Alcaldía de Tuluá – Cámara de Comercio de Tuluá:

Dr. Jorge Alberto Cruz D, Presidente de la Junta de Ferias

Dr. Jaime Hernán Gutiérrez, Ejecutivo de Mercadeo

Dra. Clara Inés Espinel CH. Ejecutiva de Artesanías

Sra. Claudia P Ortiz. Asistente Artesanías

Sra. Esperanza Hernández. Asistente Artesanías.

### **Realización**

Artesanías de Colombia S.A. – Laboratorio Colombiano de Diseño – Unidad Armenia – Manizales:

DI Manuel José Moreno Brociner, Coordinador General

DI Ángela Merchán, Asesora

DI David Correal, Asesor

Sra. Nancy Castrillón, Asistente General

### **Coordinación Proyecto**

Dra. Carmen Inés Cruz, Subgerente de Desarrollo

Sra. Gladys Salazar, Profesional Subgerencia de Desarrollo