

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO
ARTESANÍAS PARA LA PROSPERIDAD

Proyecto “Fortalecimiento y desarrollo de la actividad artesanal en la ciudad de Bogotá. Primera fase”

[Informe final de participación de beneficiarios en Expoartesanías 2014]

Gloria Arguello
Carolina Quintero Arias

Nydia Leonor Castellanos Gasca
Coordinadora Laboratorio de Bogotá

Bogotá, D. C., 2014



TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción
2. Objetivo general
3. Objetivos específicos
4. Resultados del evento
5. Clientes potenciales
6. Conclusiones
7. Recomendaciones
8. Limitaciones



1. Introducción

Artesanías de Colombia en el marco de la celebración de los 50 años de existencia, ha dedicado un esfuerzo especial en el desarrollo de la Feria de Expoartesanías 2014, que desde 1981, en conjunto con el Centro internacional de negocios y exposiciones de Bogotá, ha venido trabajando en beneficio de los artesanos de nuestro país para que cuenten con una vitrina que les permita mostrar los productos propios de cada región, logrando una mayor difusión de la artesanía como un producto comercial con un posicionamiento en el mercado local e internacional.

La versión número veinticuatro (24) contó con la participación de 845 expositores, entre los que se encuentran invitados de otros países, representantes de las comunidades indígenas, afrocolombianos, diseñadores e infinidad de artesanos que estuvieron presentes mostrando su producto; así mismo la participación de 14 laboratorios mediante los cuales Artesanías de Colombia dió apoyo en la búsqueda de ampliar la cobertura de los artesanos en nuestro país, brindandoles estrategias con actividades de diseño, asesorías puntuales para el mejoramiento de las técnicas de producción, apoyo a nivel social y fortalecimiento en la identificación de capacidades comerciales y participación en ferias en la búsqueda del mejoramiento la calidad de vida del artesano y sus familias.

El laboratorio Bogotá, hizo presencia en dos stand ubicados en el pabellón 3, con 266 productos aproximadamente, muestra del trabajo de 48 artesanos escogidos para exponer su producto en la feria y lograr comercializarlo.

2. Objetivo General

Promover y dar a conocer el proyecto de Fortalecimiento de la artesanía en la Ciudad de Bogotá, a través de la presentación de los diseños y productos elaborados por los Artesanos de la ciudad de Bogotá, para participar en la feria “Expoartesanías”, logrando un nivel de ventas que permitan un mejoramiento de calidad de vida de los artesanos que participaron en el proceso y la posibilidad de darse a conocer en la vitrina más importante del país para los artesanos.



3. Objetivos Específicos

- Establecer contactos comerciales con los visitantes
- Dar una muestra de la artesanía que se encuentra en la Ciudad de Bogotá, demostrando que es posible adquirir productos de gran elaboración sin necesidad de desplazarse a otras regiones de País.
- Promover la artesanía como una alternativa de compra en los regalos navideños, promoviendo la labor y horas de trabajo dedicados en la producción.
- Obtener resultados favorables para los artesanos en cuanto a la venta de sus productos y exhibición con el fin de obtener utilidad a futuro
- Presentar las bondades del proyecto a los visitantes, buscando sensibilizar a los visitantes con la compra inmediata.

4. Resultados del Evento

En Expoartesanías 2014, se llevó a cabo la exposición de las muestras artesanales en cinco pabellones los cuales describimos a continuación:

Pabellón 1:

- Nivel 1, Raíces e Innovación: Se dedicó gran parte del espacio para la presentación de espectáculos y stand de Artesanías de Colombia con productos institucionales de restaurantes y hoteles. Así mismo una exhibición de vestidos artesanales que se han destacado en el Reinado Nacional de Belleza.
- Nivel 2, Sabores Tradicionales: Plaza de comidas tradicionales y típicas de nuestro país. Se destacó el Programa del Ministerio de Cultura en donde se enmarca por la apuesta “salvaguardia de las cocinas tradicionales colombianas, como un campo fundamental de nuestro patrimonio cultural inmaterial”, con una programación diaria donde participaron exponentes de las diferentes regiones del País dando a conocer un poco de las artes populares y tradicionales de nuestra Colombia.

Pabellón 3:

- Nivel 1, Tradición y Evolución: Se caracterizó por una imponente exposición de Artesanías de Colombia, en la que se encontraron productos tradicionales de las diferentes culturas de nuestro país, se destacaron



trabajos en madera, los típicos carrieles antioqueños, cestería, mimbre e infinidad de artículos que enriquece nuestra tradición. Así mismo se encontraron expositores de las diferentes regiones del país con artículos de moda, diseñadores de gran impacto por su innovación de producto, y adicionalmente se ubicó en un espacio destacado un segundo stand del Laboratorio Bogotá, en donde se encontró una alternativa de exponer los productos elaborados por los 48 artesanos que participaron de manera activa en el Proyecto de Fortalecimiento y Desarrollo de la Actividad Artesanal en la Ciudad de Bogotá”

- Nivel 2, Orígenes, arte y sonido: Se encontraron expositores de diversas comunidades indígenas y representantes afrocolombianos, con muestra de producto tradicional que es del total gusto de extranjeros y nacionales. El segundo nivel también tuvo la presencia de los Laboratorios de las diferentes regiones que participaron en el proyecto de Fortalecimiento del artesano, con muestras de diseños innovadores y de gran impacto comercial. Por supuesto el Laboratorio Bogotá hizo presencia en este nivel en el stand 512, donde la comercialización de la gran variedad de productos estuvo más activa que la del stand 341 del primer nivel.

Pabellón 5: Una Galería de Diseño con productos exclusivos de menaje para restaurantes y hoteles.

Pabellón 6:

- Nivel 1, Ambientes: Se evidenciaron muestras de una variedad de productos decorativos en diferentes oficios y técnicas utilizadas por los Artesanos que enriquecen la Cultura de nuestro País.
- Nivel 2, Internacional: Se encuentran presente países tales como Perú, México, India, Pakistán, Guatemala entre otros con muestras de producto representativos de su cultura y en donde se destacan los precios con los que pueden acceder todo tipo de público.

Pabellón 8:

Hilos, Plata y Oro: La muestra de joyería y bisutería permite a los asistentes deleitarse con una gran variedad de artículos en donde el buen gusto y diseño están presente en los expositores.

Durante los 14 días que duró la Feria, los visitantes y expositores disfrutaron de una serie de eventos con ocho (8) conferencias ofrecidas, muestra de las diferentes regiones que cada día estuvieron presentes haciendo gala de la comida y presentaciones propias de cada región.

El laboratorio Bogotá inicialmente se asignó un único stand en el segundo piso del pabellón 3 en el cual se congregaron a la mayoría de los laboratorios del país, que trabajaron en el proyecto de “Fortalecimiento y desarrollo de la actividad artesanal”. A raíz de la diversidad de productos con que se contaba para exponer, se le asignó un nuevo stand en el primer nivel del pabellón 3, donde se buscó dar énfasis a la comercialización de productos dedicados a la decoración del hogar y en el segundo piso se trabajó la comercialización de joyería, exhibición de ropa y por supuesto productos decorativos que fue el fuerte de los que se llevaron a la feria en los diferentes oficios y técnicas trabajadas por los diseñadores.

Como valor agregado del proyecto a los asistentes a la feria, se les hizo entrega de una carpeta para dar conocer el programa que se encuentra adelantando artesanías de Colombia con el gremio artesanal, con la consolidación del funcionamiento de 14 Laboratorios en Colombia, con el fin de ampliar la cobertura geográfica y poblacional para el fortalecimiento de la actividad artesanal.

Los diseños fueron el resultado de una ardua labor de los Diseñadores que durante 4 meses hicieron seguimiento y control de calidad con el fin de ofrecer los mejores productos para comercializar. Los diseñadores trabajaron en la búsqueda de productos impactantes e innovadores que se encontraran acorde con la Matriz de diseño escogida y que se denominó “Bogotá café Bohemio” inspirada en los años 40 en donde se quería rescatar algunos artículos que se encontraban en desuso y con la imaginación/creatividad y buen gusto se traería a nuestra época, manteniendo los rasgos básicos que caracterizó a la Bogotá de aquella época.

El resultado final fue la elaboración de 268 productos y 48 artesanos escogidos, que trabajaron para sacar adelante una producción de gran impacto que fue llevada con éxito a Expoartesanías. Si bien es cierto, las ventas no cumplieron con las expectativas planteadas, resulta satisfactorio encontrar que la acogida por parte de los asistentes de los productos exhibidos los llevó a solicitar de manera

frecuente una tarjeta y/o contacto de los artesanos, con el fin de establecer un acercamiento posterior que los llevaría a la adquisición de los productos. Se contó con la idea del diseñador gráfico del equipo que determinó hacer un directorio donde era posible incluir los datos de contacto de los artesanos participantes con producto y divididos por oficio, de tal manera que el visitante tuviera la oportunidad de llevar la totalidad de la información de los artesanos presentes con sus productos en la exposición. Finalmente se hizo entrega de alrededor de 350 directorios en donde un 80% estuvo dispuesto a dar sus datos personales para entregar la información al artesano y que este pueda contactarlo posteriormente. La proyección de ventas para Expoartesanías estaba determinada por la producción que fue entregada por los artesanos, dando un total de \$36.082.178. La expectativa inicial estaba en superar el nivel de ventas que se obtuvo el año anterior en el proyecto de Bogotá que ascendió a \$6.187.400, en por lo menos un 200% dado que el proyecto 2014 contaba con una gran variedad de productos que permitía al cliente escoger entre diversos oficios y técnicas con unos productos innovadores. Desafortunadamente se fue evidenciando en el transcurso de la feria que se contaba con productos, todos prototipos que los artesanos no tenían experiencia en su producción, lo que incrementó el costo de mano de obra y por ende el precio de venta, siendo productos que aparentemente gustaban y resultaban atractivos para el cliente final, pero en muchas ocasiones no estaban dispuestos a pagar un valor tan alto. De una parte estaba el costo de los productos y de otra que los prototipos diseñados resultaron demasiado especializados y no se tuvo en cuenta que en la comercialización de vitrina es importante contar con artículos llamativos, vistosos y sobre todo económicos que inviten a el ingreso de los clientes y compra inmediata que implique la posibilidad de adquirir productos de un valor mayor. Ejemplo de esto lo tenemos con el caso de los cuellos que fueron entregados por textil, donde con costo muy bajo entre \$20.000 y \$30.000 invitaba al cliente a la compra y ver los productos que se encontraban en el stand, completando el 14,98% de las ventas totales.

Entre los productos que resultaron más impactantes a la vista de los clientes potenciales que visitaron la feria se encontró el baúl en cuero con un valor bastante alto de \$1.870.000 y que finalmente el artesano accedió a bajarlo a un valor comercial de \$1.500.000, resultando tal vez el producto más preguntado para futuras conexiones con el artesano, dado que a pesar de explicar al cliente el proyecto que se adelantó con los artesanos y que el stand no obtenía ningún lucro en la comercialización esperaban obtener un precio más cómodo para adquirir el producto. Los abrigos tejidos en telar fueron muy acogidos por el diseño y el color pero el precio no fue el más atractivo para los clientes, fueron pocas las clientas

que decidieron solicitar información de la artesana para contactarle posteriormente. Los pesebres elaborados con semillas resultaron muy llamativos a la vista de los clientes y a pesar de encontrar en el primer nivel un almacén dedicado a la elaboración de pesebres miniatura a precios muchísimo más bajos, se logró la venta de la totalidad de los que se llevaron a la feria. Otro producto que llamó la atención de los clientes fue el puff tejido en trapillo y no era un obstáculo para la venta el precio, en realidad siempre esperaban un color más llamativo y los que se llevaron fue negro y gris, que resultaban muy sobrios para los clientes que lo solicitaban. El triciclo en madera fue finalmente un producto estrella en la exhibición de la vitrina, resultó atractivo para grandes y chicos, convirtiéndose en el producto más solicitado por los clientes para contactar posteriormente al artesano. Los productos que se llevaron en cestería fueron un éxito para la vista de los clientes, pero como normalmente suele suceder desean un color diferente al que se encuentra en exhibición por lo tanto se entregó información del artesano a un gran número de personas interesadas en el producto e inclusive durante la feria se tuvo información por parte del artesano de clientes que le habían llamado solicitando un trabajo para un juego grande de muebles, siendo una excelente noticia para comercialización conocer que la vitrina estaba dando frutos en los contactos comerciales establecidos durante la feria.

El resultado final de las ventas no fue el esperado, por lo que de nuevo se tomó la determinación de hacer un show room en la sede de las oficinas del Proyecto, donde las personas tenían acceso a adquirir los productos que se dejaron para exhibición, logrando un equivalente a \$1.550.000 adicionales a las ventas efectuadas en Expoartesanías correspondiente \$8.268.750, para completar finalmente un total vendido de \$ 9.818.750, que fueron distribuidos por oficio de la siguiente manera:

Textil: Diseños de prendas de vestir:

Proyección: \$ 9.405.700

Ventas: \$1.441.500

Aporte: 14,68%

A pesar de contar con unos diseños llamativos y exclusivos, se encontró que los precios eran una limitante en la adquisición de los productos.

Textil 2: Diseños decoración

Proyección: \$7.351.000

Ventas : \$3.141.000

Aporte: 32%

Para los clientes resultó muy atractivo adquirir los tapetes en lana virgen y desafortunadamente la Artesana solo pudo llevar 6, pero se entregó información a varios clientes interesados en adquirirlos. De otra parte dentro de los artesanos de la diseñadora se encontraba el producto que estuvo presente en las ventas del stand del primer nivel y fue la comercialización de cuellos tejidos en hilo.

Joyería:

Proyección: \$4.328.500

Ventas Expoartesanías: \$1.694.750

Ventas Show room : \$ 340.000

Aporte: 20.72%

Para los clientes siempre resulta interesante adquirir joyería, siendo un producto que gustó mucho por los diseños exclusivos. En el transcurso de la feria los artesanos estuvieron haciendo llegar producto, dado que no alcanzaron a hacer entregar desde el inicio.

Madera y Arte Manual:

Proyección: \$4.413.900

Ventas Expoartesanías: \$1.551.500

Ventas Show Room : \$1.210.000

Aporte: 28,12%



La variedad de productos en madera fue un punto a favor para lograr el nivel de ventas obtenido. Los productos contaron con gran innovación y diseño lo que permitió obtener el nivel más alto de ventas, aunque desafortunadamente el resultado fue bajo para las expectativas que se tenían en este oficio.

Marroquinería:

Proyección: \$ 3.777.600

Ventas: \$440.000

Aporte: 4.81%

Los productos que fueron llevados a la feria resultaron de muy buen gusto pero en exceso costosos. Desafortunadamente los artesanos no estuvieron dispuestos a bajar el precio para lograr sacarlos a venta a pesar de que el proyecto efectuó el aporte de la materia prima.

5. Clientes Potenciales

En la búsqueda permanente de la consecución de clientes, se determinó la importancia de dar a conocer a los visitantes del stand el proyecto de fortalecimiento en que se trabajó con los artesanos de la Ciudad de Bogotá, ante todo hacer énfasis que no implicaba ningún lucro la comercialización de los productos en la feria y la transparencia al suministrar los datos del artesano para que fuera contactado directamente.

Como se comentó anteriormente resultó satisfactorio la acogida de los clientes por los productos llevados para ser exhibidos y comercializados, teniendo finalmente la información de 350 clientes potenciales, que han sido clasificados por el producto en que se encontraron interesados en adquirir posterior a la feria y de los que se tomó sus datos de contacto una vez se les hacía entrega del directorio de los artesanos que participaron en el proyecto y que tenían productos para la venta. Se busca determinar el porcentaje del producto que causó mayor impacto entre los clientes que visitaron en stand, encontrando el siguiente resultado:

- Triciclo en madera: 20,48%
- Abrigos tejidos en telar: 22,72%
- Cestería: 9,64%
- Baúl base de madera forrado en cuero: 9,4%



- Diseñadores que buscan productos novedosos: 8,55%
- Productos tejidos en trapillo: 7,55%
- Joyería: 6,38%
- Cojines en técnica tela sobre tela: 5,7%
- Otros, entre los que se encuentran muñecos tallados, vestidos de seda, macramé, mesas de madera, productos decorados con taracea, sombreros 9,58%

Es importante destacar que la Artesana Blanca Moreno quien se encontraba en el listado con la producción de sombreros elaborados en lana afieltrada se encontraba como expositora en el mismo pabellón del stand de Laboratorio Bogotá y a medida que los clientes presentaban la inquietud de adquirirlos en otros colores o características especiales, se les llevó directamente al cliente para que pudiera ser atendida de manera inmediata por ella, siendo un número representativo de clientes atendidas

6. Conclusiones

Los diseños innovadores y la calidad con la que fueron elaborados todos los productos expuestos y vendidos durante la feria, fue reconocida por los asistentes, quienes no dudaron en solicitar de manera permanente información de los artesanos para poder contactarlos y hacer sus respectivos encargos. En la mayoría de los casos manifestaban su deseo por adquirir el producto manteniendo el diseño que se encontraba exhibido pero en colores o dimensiones diferentes que pudieran acomodarse a los espacios que tienen disponibles, lo que nos demuestra que la matriz de diseño resultó ser un éxito comercial.

Con la determinación de contar con dos stand se tuvo la posibilidad de exhibir la totalidad de los productos y dar la oportunidad a todos los artesanos participantes de tener un espacio en el stand; lo que pudo ser comprobado por cada uno de los que visitó los stand y salieron con la satisfacción de haber hecho presencia en Expoartesanías 2014.

Los productos que fueron llevados a la feria eran de gran elaboración y precios de venta que oscilaba entre \$50.000 siendo el más económico y \$ 2.000.000, convirtiendo el stand en un lugar donde las personas que adquieren pequeños regalos con precios bajos no podían comprar en el laboratorio Bogotá, mientras que en una visita a laboratorios de otras regiones se encontraban productos sencillos de precios bajos que ayudaban de manera sustancial a incrementar el nivel de ventas diario, dado que esos pequeños artículos se convierten en un

gancho para atraer a los clientes que pasan por cada uno de los stand y es posible llegar a ventas superiores. Así mismo como lo manifiestan los diseñadores en ocasiones los precios resultaban bastante altos porque se trabajaron solo prototipos que los artesanos no habían trabajado por lo que el tiempo de elaboración era superior llevando a encarecer el costo del producto.

7. Recomendaciones

Como se ha comentado en varias ocasiones es importante contar con diversidad de productos que puedan ser de acceso para todos los niveles de clientes que se presentan a la feria, siendo los pequeños productos de precios bajos una excelente opción para mantener un alto nivel de ventas.

8. Limitaciones

Las ventas no resultaron ser las esperadas, se hizo un sondeo general entre los participantes encontrando para algunos que las ventas en años anteriores habían sido superiores, siendo la temporada invernal un factor determinante en la baja asistencia de público a la feria.

Cuadro MATRIZ DOFA

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Participación de un alto número de artesanos en el proyecto y solo dos actividades comerciales - El bajo número de artesanos escogidos para participar en los eventos comerciales -Bogotá se destaca por el oficio con trabajo manual, con un gran número de artesanos que no son incluidos para producción en ferias -El tiempo con que contaron para producción para la Feria fue muy corto -Los productos diseñados fueron especializados con altos precios y en feria buscan llevar detalles para la familia -La oportunidad de los artesanos en la Feria Nux de mostrar los productos se redujo al compartir espacios 	<ul style="list-style-type: none"> - Alto potencial de la calidad artesanal en la Ciudad de Bogotá -Los diferentes oficios, tradiciones y productos artesanales originarios de varios lugares del país, hace rico en diversidad cultural a la Ciudad -Productos llevados a la Feria con altos estándares de calidad -Diseño de productos con la matriz Bogotá Bohemia se destacó entre los visitantes -Los asistentes a Expoartesanías tuvieron la oportunidad de mostrar sus productos al contar con dos stand de exhibición
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Los jóvenes no se encuentran interesados en continuar con la labor artesanal -La artesanía en Colombia se encuentra dentro de un renglón informal a pesar de ser capaz de participar en el mercado nacional -La participación de países asiáticos con productos de costos muy bajos en las ferias, se convierten en una competencia dura para la artesanía local -Participar con productos de costos altos disminuye la posibilidad de acceder a todo público asistente a las ferias, la artesanía no puede ser sinónimo de precios altos y productos especializados -Contar con pocas actividades comerciales disminuye la posibilidad de participación de un número alto de artesanos 	<ul style="list-style-type: none"> - La aceptación por parte visitantes a los eventos comerciales de los productos llevados a feria dan muestra de diseños y calidad en la producción - Los productos llevados a feria dieron muestra de la mano de obra de calidad de la Ciudad de Bogotá -El diseño del directorio de los artesanos participantes dio la oportunidad de contactos comerciales para los artesanos -Los visitantes valoraron la posibilidad de adquirir en Bogotá, productos de diversos oficios y tradiciones culturales sin necesidad de desplazarse -Promoción del proyecto de fortalecimiento sensibilizando a los asistentes a la compra