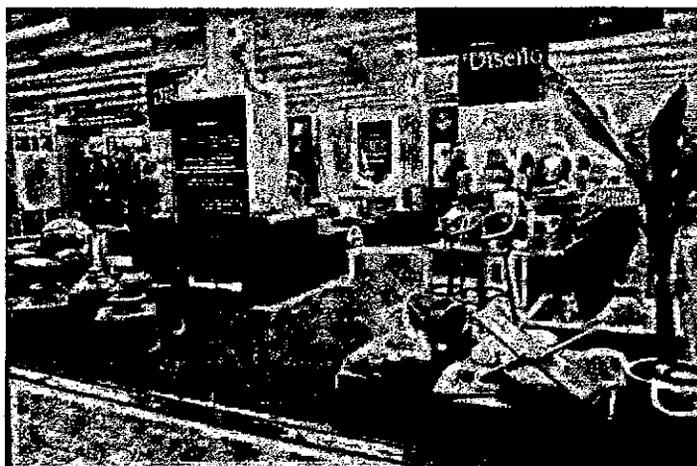
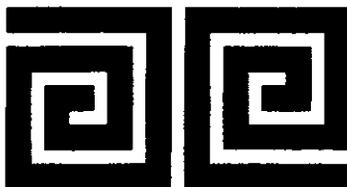


Unidad
de Diseño
DISEÑO



INFORME
LABORATORIO DE DISEÑO
EN EL MARCO DE EXPOARTESANÍAS 99



Ministerio de Desarrollo Económico
artesánias de colombia s.a.

PRESENTACION

El Laboratorio de Trabajo de Diseño desarrollado dentro del marco de la Feria Expoartesánias 99, fue desarrollado por un grupo conformado por 39 profesionales de la Unidad de Diseño, organizados por actividad, 4 diseñadores industriales liderando la prueba de mercado en el stand de la Unidad de Diseño, 1 en el stand de asesorías por computador y un grupo compuesto por 25 Diseñadores Industriales, 8 Diseñadoras textiles, y 1 Diseñador de Joyas, cada uno de los cuales durante nueve días de feria acompañaron a los artesanos expositores, organizados por oficios y ubicación dentro del recinto ferial.

Este acompañamiento tuvo como resultado un trabajo en equipo entre artesano y diseñador, dentro del cual se prestó apoyo en cuanto a exhibición e imagen, y se presentaron propuestas para el mejoramiento y desarrollo del producto artesanal.

El presente informe recopila toda la información registrada durante la feria, la cual se encuentra organizada así:

1. Proyecto Planeación y Organización del Laboratorio de Diseño en el marco de Expoartesánias 99. Documento dentro del cual se contienen los objetivos de la actividad, la metodología, organización y distribución de funciones, y los logros esperados.
2. Cuadro resumen de las actividades desarrolladas por la Unidad de Diseño.
3. Evaluación del Comportamiento de los productos de diseño en el Stand de la Unidad de Diseño en Expoartesánias 99.
4. Observaciones, Conclusiones y Recomendaciones, obtenidas por el grupo durante el desarrollo de la actividad.

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN

- I. TABLA DE CONTENIDO**
- II. PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL LABORATORIO DE DISEÑO EN EL MARCO DE EXPOARTESANÍAS 99**
- III. CUADRO RESUMEN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA UNIDAD DE DISEÑO**
 - A. Asesorías a Grupos Artesanales en Exhibición
 - B. Asesorías a Grupos Artesanales en Productos
 - C. Asesorías a Grupos Artesanales en Imagen y Empaque
 - D. Asesorías por Computador
- IV. STAND UNIDAD DE DISEÑO, ARTESANÍAS DE COLOMBIA**
 - A. Comportamiento de Productos de la Unidad de Diseño frente al Mercado
 - B. Ventas Durante Expoartesánías 99
- V. RECOMENDACIONES Y OBSERVACIONES**
- VI. CONCLUSIONES**
- VII. ANEXOS**
 - Propuestas de Diseño en Imagen, Empaque y Desarrollo de Producto.

II. PLANEACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL LABORATORIO DE DISEÑO EN EL MARCO DE EXPOARTESANÍAS 99

*Para el desarrollo de esta actividad se elaboró un documento
el cual incluye objetivos, metodología, resultados
y planillas de distribución por grupos y diseñador responsable*

PROGRAMA DE ACTIVIDADES DE LA UNIDAD DE DISEÑO EN EL MARCO DE EXPOARTESANIAS 99

Unidad
Diseño
DISEÑO

OBJETIVOS

Participar activamente en el desarrollo de la Feria Expoartesánias 99, para brindar apoyo en diseño a cada uno de los artesanos participantes, mediante las siguientes estrategias:

Laboratorio de diseño:

- ❖ Asesoría en diseño e imagen a cada uno de los grupos de artesanos o artesanos independientes participantes.
- Asesoría en diseño asistida por computador.
- Presentación de los productos asesorados por diseño durante el último año y desarrollo de la prueba de mercado.
- Seguimiento y evaluación de los productos y su exhibición de acuerdo a la metodología de Expoartesánias.
- ❖ Ofrecer apoyo en el montaje y presentación del stand durante toda la feria.
- ❖ Realizar acompañamiento a los artesanos participantes para conocer los diferentes productos desarrollados, su proceso, precios, capacidad productiva, y así mismo aspectos relacionados con el comprador, su capacidad de compra y preferencias.

Unidad
Diseño
DISEÑO

PLANEACION

Para la organización de las actividades durante la feria se establecieron los siguientes lineamientos.

División por grupos para la preparación de:

1. Coordinación de la producción con destino al stand de diseño.
2. Diseño y desarrollo del stand de diseño.
3. Diseño de imagen y empaque para los productos del stand de diseño
4. Planeación y organización de actividades durante la feria.

METODOLOGIA

La metodología a desarrollar en las diferentes actividades programadas para la feria es la siguiente:

1. Montaje stand de diseño

Estará liderado por los diseñadores Daniel Rubio y Oscar Nuñez, los cuales han desarrollado la propuesta, y finalizaran su trabajo con un informe evaluativo, con las observaciones y recomendaciones para las futuras actividades.

El grupo de apoyo para el montaje estará compuesto por los diseñadores:

EDWARD BARRAGAN

RICARDO REYEROS

Los cuales coordinaran la entrada de los productos al stand y el inventario al finalizar el evento.

ANDREA CURREA

PAOLA CABRERA

Coordinaran la presentación de los productos con su respectiva imagen y empaque.

Ma. ANTONIA MARTINEZ

Ma. FERNANDA ALMODACID

OSCAR NUÑEZ

LUISA FERNANDA QUINTERO

Participaran en el montaje y permanecerán atendiendo el stand durante la feria, en el horario de 9:00 am a 8:00 pm.

Presentarán un informe al finalizar la feria en el cual se consignarán los resultados de la prueba de mercado y el comportamiento tanto de los productos como del comprador.

2. Montaje stand de la Subgerencia Comercial

Estará liderado por los diseñadores Daniel Rubio y Oscar Nuñez, y contará con un grupo de apoyo conformado por los siguientes diseñadores:

RICARDO DURAN

PATRICIA VALENZUELA

SUSANA GUERRERO

CAROL VALENCIA

3. Montaje puesto de trabajo para desarrollo de asesorías por computador.

Estará ubicado en el stand “Premios de diseño” y a cargo de los diseñadores Juan Carlos Pacheco y Olga Quintana, los cuales contarán con los siguientes equipos:

Dos computadores, un escáner y una impresora.

Y tendrán un horario de atención de 9:30 AM a 5:00 PM

Prestarán el siguiente apoyo.

Asesoría en diseño para el mejoramiento y desarrollo de nuevos productos.

Asesoría para el diseño de imagen.

Diseño y elaboración de tarjetas de presentación.

Cada una de las asesorías arrojará un resultado, del cual se entregará una copia al artesano asesorado y otra hará parte del archivo de diseño.

4. Asesoría en diseño

La Unidad de Diseño estará organizada para tal fin, por grupos de diseñadores por oficios y calles, de acuerdo con la distribución generada por Expoartesánias, cada uno de ellos portará la escarapela y un botón que los identifica como asesores de la Unidad de Diseño de Artesanías de Colombia.

Toda la actividad estará coordinada por la diseñadora Elsa Victoria Duarte S.

Se tiene como objetivo desde el primer día y durante la primera semana, realizar el registro fotográfico, del cual se encargará un diseñador por cada oficio y pabellón, se realizará solamente una toma por stand, en la que se visualice el panel informativo y el mayor número de productos exhibidos, lo mismo que la calidad o deficiencia de la exhibición (cada diseñador responsable de las fotografías, contará con un ejemplo), cuando se finalicen las tomas el rollo debe ser entregado a Elsa Victoria Duarte para ser remitido a Expoartesánias.

Estas fotos se deben tomar en el horario de 9 a 11 de la mañana, tiempo durante el cual no existen muchos visitantes ni se interfiere con la atención al público por parte del expositor.

Se realizarán tomas adicionales cuando en un stand se presenten productos problema ya sea porque:

- No fueron aprobados por Expoartesánias (esto está registrado en el contrato de cada expositor).
- Presentan mala calidad.
- No son de producción artesanal.
- No son elaborados por el expositor o por quienes representa.

Las observaciones sobre estos productos se adjuntarán a la ficha del expositor.

Cada uno de los grupos tendrá un dinamizador, el cual se encargará de ofrecer apoyo y dirigir la reunión diaria, programada a las 5:00 PM durante la cual se intercambiarán experiencias, y se evaluará la gestión realizada durante el día, de esta reunión se realizará una relatoría, la cual se llevará a la reunión general programada todos los días de la feria a las 5:30 PM.

Cada diseñador tendrá adjudicado un número de artesanos, con los cuales desarrollará las siguientes actividades:

- Apoyo en el montaje y presentación diaria del stand.
- Presentación de la Unidad de Diseño.
- Evaluación de las necesidades actuales y a futuro, con relación al producto, su imagen y empaque.
- Diligenciar la ficha por expositor de acuerdo al formato y la muestra suministrada, en letra legible y con esfero de tinta negra.

RESULTADOS

Los resultados esperados son:

1. Divulgar la labor desarrollada por Artesanías de Colombia, y específicamente por la Unidad de Diseño.
2. Concertar las asesorías que conformaran el Plan operativo de Diseño año 2.000.
3. Ponderar los análisis concluidos durante la feria con el fin de encontrar estrategias para el desarrollo de proyectos a nivel de diseño, en los que se visualicen posibilidades de éxito.
4. Desarrollar propuestas para la imagen de los productos desarrollados.
5. Desarrollo de propuestas a nivel de bocetos y la imagen por computador.
6. Cada artesano quedara con una copia del documento donde se consigna los resultados de la asesoría.
7. Registro fotográfico de cada uno de los stand.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

EXPOARTESANIAS 99



Ministerio de Desarrollo Económico
artesanías de Colombia

UNIDAD DE DISEÑO

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
<p>6</p> <p>8: 00 AM Montaje Stand de Diseño. <u>Grupo 1</u></p> <p>Montaje Stand Sub. Comercial. <u>Grupo 2</u></p> <p>Apoyo montaje artesanos expositores</p>	<p>7</p> <p>8: 00 AM Montaje Stand de Diseño. <u>Grupo 1</u></p> <p>Montaje Stand Sub. Comercial. <u>Grupo 2</u></p> <p>Instalación módulo de asesoría por computador. <u>Grupo 3</u></p> <p>Apoyo montaje artesanos expositores</p> <p>5:00 pm Reunion general</p>	<p>8</p> <p>7:00 AM Reunion general*. Lugar: Oficina de Expartesanias en Corferias pabellón No. 6</p> <p>10:00 AM Presentación del Laboratorio de Diseño y esquema de trabajo en cada uno de los stand.</p> <p>5:00 pm Reunión por subgrupos en el 2do piso del pabellón 2</p> <p>5:30 pm Reunión general para seguimiento y control en el 2do piso del pabellón 2</p>	<p>9</p> <p>10:00 – 5:00 Sesiones de trabajo para apoyo en diseño a cada uno de los expositores.</p> <p>5:00 PM Reunión por subgrupos</p> <p>5:30 PM Reunión general para seguimiento y control en el 2do piso del pabellón 2</p> <p>7:00 PM Inauguración feria</p>	<p>10</p> <p>10:00 – 5:00 Sesiones de trabajo para apoyo en diseño a cada uno de los expositores.</p> <p>5:00 PM Reunión por subgrupos</p> <p>5:30 PM Reunión general para seguimiento y control en el 2do piso del pabellón 2</p>	<p>11</p> <p>10:00 – 5:00 Sesiones de trabajo para apoyo en diseño a cada uno de los expositores.</p> <p>5:00 PM Reunión por subgrupos</p> <p>5:30 PM Reunión general para seguimiento y control en el 2do piso del pabellón 2</p>	<p>12</p> <p>10:00 – 5:00 Sesiones de trabajo para apoyo en diseño a cada uno de los expositores.</p> <p>5:00 PM Reunión por subgrupos</p> <p>5:30 PM Reunión general para seguimiento y control en el 2do piso del pabellón 2</p>

* La reunión estará dirigida por la Gerente General Dra. Cecilia Duque Duque, y participará todo el equipo de diseño asignado al proyecto institucional Expoartesanías.

Grupo de apoyo No 1:

DANIEL RÚBIO
ANDREA CURREA
EDWARD BARRAGAN
RICARDO REYEROS
PAOLA CABRERA
Ma. ANTONIA MARTINEZ
Ma. FERNANDA ALMODACID
LUISA FERNANDA QUINTERO

Grupo de apoyo No 2 :

OSCAR NUNEZ
RICARDO DURAN
PATRICIA VALENZUELA
SUSANA GUERRERO
CAROL VALENCIA
ROGERT ALVAREZ

Grupo de apoyo No 3:

JUAN CARLOS PACHECO
OLGA QUINTANA ALARCON

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
<p>13 9:30 – 5:00 Sesiones de trabajo para apoyo en diseño a cada uno de los expositores.</p> <p>5:00 pm Reunion por subgrupos en el 2do piso del pabellón 2</p> <p>5:30 pm Reunión general para seguimiento y control en el 2do piso del pabellón 2</p>	<p>14 9:30 – 5:00 Sesiones de trabajo para apoyo en diseño a cada uno de los expositores.</p> <p>5:00 PM Reunión por subgrupos en el 2do piso del pabellón 2</p> <p>5:30 pm Reunión general para seguimiento y control en el 2do piso del pabellón 2</p>	<p>15 9:30 – 5:00 Sesiones de trabajo para apoyo en diseño a cada uno de los expositores.</p> <p>5:00 PM Reunión por subgrupos en el 2do piso del pabellón 2</p> <p>5:30 PM Reunión general para seguimiento y control en el 2do piso del pabellón 2</p>	<p>16 9:30 – 5:00 Sesiones de trabajo para apoyo en diseño a cada uno de los expositores.</p> <p>5:00 PM Reunión por subgrupos en el 2do piso del pabellón 2</p> <p>5:30 PM Reunión general para seguimiento y control en el 2do piso del pabellón 2</p>	<p>17 9:30 – 5:00 Sesiones de trabajo para apoyo en diseño a cada uno de los expositores.</p> <p>5:00 PM Reunión por subgrupos en el 2do piso del pabellón 2</p> <p>5:30 PM Reunión general para seguimiento y control en el 2do piso del pabellón 2</p>	<p>18 9:30 – 5:00 Sesiones de trabajo para apoyo en diseño a cada uno de los expositores.</p> <p>5:00 PM Reunión por subgrupos en el 2do piso del pabellón 2</p> <p>5:30 PM Reunión general para seguimiento y control en el 2do piso del pabellón 2</p>	<p>19 9:30 – 5:00 Sesiones de trabajo para apoyo en diseño a cada uno de los expositores.</p> <p>5:00 PM Reunión por subgrupos en el 2do piso del pabellón 2</p> <p>5:30 PM Reunión general para seguimiento y control en el 2do piso del pabellón 2</p>

DISEÑADORA: LEILA MARCELA MOLINA	OFICIO : TEJEDURIA Y CESTERIA PABELLON No. 3
DINAMIZADORA: GRUPO TEJEDURIA Y CESTERIA	ALICIA PERILLA MARIA LUISA CASTRO CAROL VALENCIA ANDREA CURREA CLAUDIA ELENA GONZALEZ LUZ AMPARO PINTO
GRUPO INDIGENA	

RECORD DE ASESORIAS DIARIAS

STAND	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
59														
51														
53														
55														
57														
59														
50														
58														
56														
54														
52														
50														
54														
56														
58														
50														
52														
54														
53														
51														

Observaciones : _____

DISEÑADORA: PAOLA CABRERA	OFICIO : MADERAS PABELLON No. 2
DINAMIZADORA: GRUPO MADERAS	ALEXANDER FREESE RICARDO REYEROS ALEXIS RENTERIA CLARA SEGURA LIZ ADRIANA FETIVA MANUEL ISMAEL ABELLA
GRUPO INDIGENA	

RECORD DE ASESORIAS DIARIAS

STAND	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
02														
04														
06														
08														
10														
12														
14														
18														
20														
26														
28														
30														
32														
34														
36														
38														
40														
42														
44														
46														
48														

Observaciones : _____

III. CUADRO RESUMEN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA UNIDAD DE DISEÑO

*A partir de las fichas por expositor elaboradas por los diseñadores,
se obtuvo un consolidado con los resultados de:*

Grupos Asesorados

Asesorías en Desarrollo de Producto

Asesorías en Imagen

Asesorías en empaque

Asesorías en exhibición

En el marco de Expoartesánias 99 realizada entre el 8 y el 19 de Diciembre la Unidad de Diseño realizó una estrategia de apoyo a los participantes en exhibición, desarrollo y mejoramiento de producto, desarrollo de imagen y empaque, en el apoyo de asesorías asistidas por computador y apoyo y seguimiento a los productos en el stand de la Unidad de Diseño. En estas actividades participaron un grupo de 41 diseñadores. Durante esta actividad se visitaron 590 grupos artesanales y artesanos independientes.

A. Actividades desarrolladas por Diseñador

DISEÑADORA: Lina Calderón Gallón	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	32
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	11
ASESORIAS EN IMAGEN	2
ASESORIAS EN EMPAQUE	3
ASESORIAS EN EXHIBICION	11
COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:	
<ul style="list-style-type: none">• Con talleres pertenecientes al Club de Cerámica de Bogotá: Continuar asesoría en oficina de Unidad de Diseño• Con artesanos: NUBIA MORALES, OLGA TROCONIS, STONEWARE, BALCONES ARTESANALES, CERAMICAS MARIAFE, FACHADAS Y BALCONES COLONIALES y ARTESANIAS WIRACOCHA continuar asesorías en la unidad de diseño.• Con grupos ceramistas de Guaduas, pasar recomendación para ser tomados en cuenta en comisión a dicho municipio.	

DISEÑADORA: Paola Cabrera Viancha	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	22
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	7
ASESORIAS EN IMAGEN	0
ASESORIAS EN EMPAQUE	0

ASESORIAS EN EXHIBICION	7
<p>COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> Existen varios grupos interesados en recibir asesorías en diseño: AuGusto's: Cali; Palacio de la Chonta; Artesanías Amazónicas; Burbano Producciones, Taller Creativo Chuzo de Rafa; Somos Imaginación; Taller de Arte Arturo Ibadango; Rosario Ordoñez, Simón Carpintero. 	

DISEÑADORA: Luz Amparo Pinto	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	14
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	6
ASESORIAS EN IMAGEN	4
ASESORIAS EN EMPAQUE	1
ASESORIAS EN EXHIBICION	4
<p>COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> La Comunidad Papayo, Etnia Waunana, Chocó está interesada en recibir asesoría de la unidad de Diseño. 	

DISEÑADORA: Alexandra Pinto Linares	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	21
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	6
ASESORIAS EN IMAGEN	8
ASESORIAS EN EMPAQUE	8
ASESORIAS EN EXHIBICION	7
<p>COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> Se invitó a los talleres interesados de Bogotá a la oficina para seguir con la asesoría entre ellas: Pecosas y Cosas, Microcalor, Muñecas Connie, Personitas de colección, Didácticos el Gorgojo, Taller de la Lúdica, Artesanías Santi, El Martillo Thor (Chía), Gambara Taller, Taller recrear, Figuras en Madera, Arca, Ariadna, 	

<p>Amero Mero amor, Taller Palo de Lluvia.</p> <ul style="list-style-type: none"> Retomar asesoría para aplicarse en comisión de los departamentos de Cartagena, Marinos Maria Cano en Juguetes; Barranquilla, Innovación Artesanal y Taller la Arenosa y en Medellín, Muñecas de Colección. 	
---	--

DISEÑADORA: Alicia Perilla	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	19
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	9
ASESORIAS EN IMAGEN	2
ASESORIAS EN EMPAQUE	5
ASESORIAS EN EXHIBICION	8

DISEÑADOR: Eduard Barragán	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	21
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	4
ASESORIAS EN IMAGEN	0
ASESORIAS EN EMPAQUE	0
ASESORIAS EN EXHIBICION	15
<p>COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> Los grupos artesanales de Bogotá están interesados en recibir asesoría: Manos, Original-es, Equilátero, Rituales de Villa de Leyva, Artesanos del Huila: Pitalito, Germán Collazos, Luis Humberto Morcillo, Jesús Antonio Bravo y Peregrino Cueltan; San Agustín, Julio Ordoñez. Asesoría en Exhibición para grupo Artesanal Réplicas Coloniales. 	

DISEÑADOR: Jairo Pinilla	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	18
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	4
ASESORIAS EN IMAGEN	0
ASESORIAS EN EMPAQUE	0

ASESORIAS EN EXHIBICION	14
<p>COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asesoría en empaque Arte en Metal • Asesorías para: Garabatos de la aviación, Aragón Estudio de Diseño, Oxidos, Efestos • El stand correspondiente a Hierros y Figuras actuó de manera desleal llevando durante la feria, copias de los productos que llevaban diferentes stand aledaños vendiéndolos a precios más económicos y estando pendientes de los compradores de los otros stands para sacarlos y llevarlos a su Stand. 	

DISEÑADOR: Rafael Botero	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	14
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	5
ASESORIAS EN IMAGEN	1
ASESORIAS EN EMPAQUE	0
ASESORIAS EN EXHIBICION	9
<p>COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Continuar asesorías: Esstrambótica, Bogotá; Asociación de artesanas de Villa de Leyva. 	

DISEÑADORA: Elsa Victoria Duarte	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	7
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	1
ASESORIAS EN IMAGEN	1
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	7
<p>COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Son comunidades indígenas que tienen problemas de producción como la comunidad de Guainía que tiene productos muy buenos y pedidos por el mercado 	

pero que no tienen capacidad para producirlos.	
DISEÑADORA: Andrea Currea	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	17
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	
ASESORIAS EN IMAGEN	1
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	17
<p>COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vestibell's requiere asesoría textil. • Asesoría para Taller Yotocode iluminación el Cali, Valle • Arte Natural, Lenque a Mano en Bogotá están interesados en asesoría en desarrollo de producto. 	

DISEÑADORA: Yadira Olaya	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	11
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	6
ASESORIAS EN IMAGEN	
ASESORIAS EN EMPAQUE	3
ASESORIAS EN EXHIBICION	8

DISEÑADOR: Rogert Alvarez	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	20
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	7
ASESORIAS EN IMAGEN	3
ASESORIAS EN EMPAQUE	3

ASESORIAS EN EXHIBICION	13
<p>COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Continuar asesoría en desarrollo de catálogos Taller Arte Lozano • Realizara asesoría a taller Hefesto-Antigua herrería de la Villa de Villa de Leyva. • Realizar asesoría en desarrollo de producto e imagen a Arte Rústico, Santafé de Bogotá 	

DISEÑADOR: Ricardo Durán	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	22
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	5
ASESORIAS EN IMAGEN	
ASESORIAS EN EMPAQUE	3
ASESORIAS EN EXHIBICION	20
<p>COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es importante retomar grupos como Potenza de Medellín interesado en desarrollo de línea decorativa en cerámica; La tienda de Juanpa en Cali; Cerámicas Alfaren Caldas, • La Vidriera de Caldas está interesada en desarrollar un convenio para apoyo de Artesanías de Colombia en Desarrollo de Producto, imagen y empaque. • Continuar asesorías con Josefina Muñoz, Objetos y Algo más, MF Vitrales en Bogotá 	

DISEÑADORA: Liz Adriana Fetiva	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	4
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	4
ASESORIAS EN IMAGEN	
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	4

DISEÑADORA: Patricia Valenzuela	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	14
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	7
ASESORIAS EN IMAGEN	1
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	4

DISEÑADOR: Fernán Arias	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	39
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	15
ASESORIAS EN IMAGEN	
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	36

DISEÑADORA: Beatriz Ujueta	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	18
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	18
ASESORIAS EN IMAGEN	3
ASESORIAS EN EMPAQUE	8
ASESORIAS EN EXHIBICION	11

DISEÑADORA: Clara Segura	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	11
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	9
ASESORIAS EN IMAGEN	
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	11

COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:

- Rioacha Comunidad Puerto Estrella: requieren asesoría en desarrollo de producto
- Piendamó, La María, Silvia, Almaguer, Sotará y Santander e Quilichao en Cauca necesitan asesoría en desarrollo de producto, imagen y empaque, calidad y manejo de color.

DISEÑADORA: Carol Valencia	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	13
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	9
ASESORIAS EN IMAGEN	
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	13
<p>COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los productos elaborados en Werregue están presentando fallas en tintes presentando variaciones de color sobre las piezas. 	

DISEÑADOR: Ricardo Reyes	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	22
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	2
ASESORIAS EN IMAGEN	2
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	11
<p>COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:</p> <p>El Taller artesanal Madearte esta interesado en recibir asesoría de la Unidad de Diseño en Timbío, Cauca en el oficio de ebanistería y trabajos en madera.</p>	

DISEÑADORA: Maria Elena Uribe	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	5
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	
ASESORIAS EN IMAGEN	
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	5
COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:	
<ul style="list-style-type: none">• Es importante retomar estas asesorías durante comisiones para apoyo en el desarrollo de empaque e imagen y buscar apropiación de desarrollos nuevos de diseño.	

DISEÑADORA: Sara Castro	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	10
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	
ASESORIAS EN IMAGEN	
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	10
COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:	
<ul style="list-style-type: none">• Propuesta de Empaque, imagen y embalaje para productos de Resguardo Guanguí en Timbiquí, Cauca.• Comunidad de San Miguel en Vaupés no han recibido nunca asesorías por parte de Artesanías de Colombia y están interesados: diversificación de producto, manejo de color y dimensiones en chonchorros.• Grupo de Mujeres Jeurwa del Cesár, interesadas en recibir asesoría.• Estandarización de dimensiones en mochilas para grupo Gatiyiana del Cesár.	

DISEÑADOR: Jose Angel Castillo	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	10
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	4
ASESORIAS EN IMAGEN	
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	5

DISEÑADORA: Nydia Castellanos	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	18
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	7
ASESORIAS EN IMAGEN	3
ASESORIAS EN EMPAQUE	3
ASESORIAS EN EXHIBICION	9
COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:	
<ul style="list-style-type: none">• Textiles y Hamacas: Irma Salomón de Engativa asesoría en desarrollo de Catalogo	

DISEÑADORA: Aida Ximena Guerrero	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	18
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	8
ASESORIAS EN IMAGEN	6
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	14
COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:	
<ul style="list-style-type: none">• Morroa: necesidad de diversificación de productos.• Desarrollo de imagen empaque y embalaje para exportación de productos de Asoarteco.	

DISEÑADOR: Manuel Abella	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	12
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	12
ASESORIAS EN IMAGEN	
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	12
<p>COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Continuar asesorias realizadas durante la feria en comunidades indígenas: El Vergel, Amazonas; Sibundoy, Santiago Putumayo; Puerto Pizarro, Chocó; Piaroa y Cumaribo, Vichada. 	

DISEÑADOR: Yilber Gonzalez	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	12
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	5
ASESORIAS EN IMAGEN	
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	12

DISEÑADORA: Claudia Helena Gonzalez	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	16
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	4
ASESORIAS EN IMAGEN	4
ASESORIAS EN EMPAQUE	4
ASESORIAS EN EXHIBICION	13

DISEÑADOR: Camilo García	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	10
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	3
ASESORIAS EN IMAGEN	
ASESORIAS EN EMPAQUE	3
ASESORIAS EN EXHIBICION	2

DISEÑADOR: Alexis Rentería	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	19
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	5
ASESORIAS EN IMAGEN	
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	13
<p>COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Madepen de Pensilvania, Caldas está interesado en recibir asesoría en mejoramiento, diversificación, imagen y empaque de productos de madera. 	

DISEÑADORA: Leila Marcela Molina	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	10
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	8
ASESORIAS EN IMAGEN	3
ASESORIAS EN EMPAQUE	3
ASESORIAS EN EXHIBICION	7

DISEÑADORA: Susana Guerrero	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	18
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	9
ASESORIAS EN IMAGEN	
ASESORIAS EN EXHIBICION	10

DISEÑADOR: Daniel Rubio	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	18
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	7
ASESORIAS EN IMAGEN	3
ASESORIAS EN EMPAQUE	3
ASESORIAS EN EXHIBICION	10

COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:

- El Stand 115 Arte y Tierra manifestó que el Stand 114 copió motivos hechos por ellos de Bisutería.
- Se considera que Cristal Artesanal debe recibir asesoría en diseño en trabajo de pigmentación del vidrio y combinación de colores

DISEÑADOR: Alexander Freese

TOTAL GRUPOS ASESORADOS	21
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	6
ASESORIAS EN IMAGEN	
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	11

COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:

- La microempresa Super Bambulitas de Santafé de Bogotá desea asesoría en diseño, especialmente en lámparas.

DISEÑADOR: Fredy Valero

TOTAL GRUPOS ASESORADOS	13(24)
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	
ASESORIAS EN IMAGEN	1
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	

COMPROMISOS ADQUIRIDOS CON LOS GRUPOS ARTESANALES O ARTESANOS INDEPENDIENTES:

- El grupo de Carmen de Viboral, cerámicas el Dorado estan interesados en recibir asesoría en diseño.

DISEÑADORA: Maria Luisa Castro	
TOTAL GRUPOS ASESORADOS	10
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	3
ASESORIAS EN IMAGEN	4
ASESORIAS EN EMPAQUE	
ASESORIAS EN EXHIBICION	8

DISEÑADOR: Juan Carlos Pacheco	
ASESORIAS POR COMPUTADOR	45
ASESORIAS EN DESARROLLO DE PRODUCTO	35
ASESORIAS EN IMAGEN	10
ASESORIAS EN EMPAQUE	4
ELABORACION DE TARJETAS	26

B. Asesorías a Grupos Artesanales en Exhibición

En general la exhibición fue limpia y ordenada. Los artesanos estuvieron atentos a las recomendaciones de los diseñadores tratando de limpiar al máximo el espacio con el ideal del que más exhibe no es el que más vende. Existieron casos en que los artesanos no hicieron caso de las recomendaciones. Se recomienda para ocasiones futuras conferencias o charlas sobre la adecuada exhibición de productos.

Se realizó un total de 371 asesorías en exhibición.

C. Asesorías a Grupos Artesanales en Productos

Se realizó un total de 215 asesorías en desarrollo y mejoramiento de productos.

D. Asesorías a Grupos Artesanales en Imagen y Empaque

Se realizó un total de 51 asesorías en imagen y 47 en empaque.

E. Asesorías por Computador

Se realizaron alrededor de 60 asesorías asistidas por computador en las que se trabajó el desarrollo de productos, imagen, empaque y elaboración de catálogos.

F. Artesanos interesados en recibir apoyo de la Unidad de Diseño

- Con talleres pertenecientes al Club de Cerámica de Bogotá: Continuar asesoría en oficina de Unidad de Diseño
- Con artesanos: NUBIA MORALES, OLGA TROCONIS, STONEWARE y ARTESANIAS WIRACocha continuar asesorías en la unidad de diseño.
- Existen varios grupos interesados en recibir asesorías en diseño:
- AuGusto's: Cali; Palacio de la Chonta; Artesanías Amazónicas; Burbano Producciones, Taller Creativo Chuzo de Rafa; Somos Imaginación; Taller de Arte Arturo Ibadango; Rosario Ordoñez, Simón Carpintero.
- La Comunidad Papayo, Etnia Waunana, Chocó está interesada en recibir asesoría de la unidad de Diseño.
- Se invitó a los talleres interesados de Bogotá a la oficina para seguir con la asesoría entre ellas: Pecosas y Cosas, Microcalor, Muñecas Connie, Personitas de colección, Didácticos el Gorgojo, Taller de la Lúdica, Artesanías Santi, El Martillo Thor (Chía), Gambara Taller, Taller recrear, Figuras en Madera, Arca, Ariadna, Amero Mero amor, Taller Palo de Lluvia.
- Retomara asesoría para aplicarse en comisión de los departamentos de Cartagena, Marinos Maria Cano en Juguetes; Barranquilla, Innovación Artesanal y Taller la Arenosa y en Medellín, Muñecas de Colección.
- Los grupos artesanales de Bogotá están interesados en recibir asesoría: Manos, Original-es, Equilátero,
- Rituales de Villa de Leyva, Artesanos del Huila: Pitalito, Germán Collazos, Luis Humberto Morcillo, Jesús Antonio Bravo y Peregrino Cueltan; San Agustín, Julio Ordoñez.
- Asesoría en Exhibición para grupo Artesanal Réplicas Coloniales.
- Asesoría en empaque Arte en Metal
- Asesorías para: Garabatos de la aviación, Aragón Estudio de Diseño, Oxidos, Efestos
- El stand correspondiente a Hierros y Figuras actuó de manera desleal llevando durante la feria, copias de los productos que llevaban diferentes stand aledaños vendiéndolos a precios más económicos y estando pendientes de los compradores de los otros stands para sacarlos y llevarlos a su Stand.
- Continuar asesorías: Esstrambótica, Bogotá; Asociación de artesanas de Villa de Leyva.
- Son comunidades indígenas que tienen problemas de producción como la comunidad de Guainía que tiene productos muy buenos y pedidos por el mercado pero que no tienen capacidad para producirlos.
- Vestibell's requiere asesoría textil.
- Asesoría para Taller Yotocode iluminación el Cali, Valle
- Arte Natural, Lenque a Mano en Bogotá están interesados en asesoría en desarrollo de producto.

- Continuar asesoría en desarrollo de catálogos Taller Arte Lozano
- Realizara asesoría a taller Hefesto-Antigua herrería de la Villa de Villa de Leyva.
- Realizar asesoría en desarrollo de producto e imagen a Arte Rústico, Santafé de Bogotá
- Es importante retomar grupos como Potenza de Medellín interesado en desarrollo de línea decorativa en cerámica; La tienda de Juanpa en Cali; Cerámicas Alfaren Caldas,
- La Vidriera de Caldas está interesada en desarrollar un convenio para apoyo de Artesanías de Colombia en Desarrollo de Producto, imagen y empaque.
- Continuar asesorías con Josefina Muñoz, Objetos y Algo más, MF Vitrales en Bogotá
- Rioacha Comunidad Puerto Estrella: requieren asesoría en desarrollo de producto
- Piendamó, La María, Silvia, Almaguer, Sotará y Santander e Quilichao en Cauca necesitan asesoría en desarrollo de producto, imagen y empaque, calidad y manejo de color.
- Los productos elaborados en Werregue están presentando fallas en tintes presentando variaciones de color sobre las piezas.
- Es importante retomar estas asesorías durante comisiones para apoyo en el desarrollo de empaque e imagen y buscar apropiación de desarrollos nuevos de diseño.
- El Taller artesanal Madearte esta interesado en recibir asesoría de la Unidad de Diseño en Timbío, Cauca en el oficio de ebanistería y trabajos en madera.
- Propuesta de Empaque, imagen y embalaje para productos de Resguardo Guanguí en Timbiquí, Cauca.
- Comunidad de San Miguel en Vaupés no han recibido nunca asesorías por parte de Artesanías de Colombia y están interesados: diversificación de producto, manejo de color y dimensiones en chinchorros.
- Grupo de Mujeres Jeurwa del Cesár, interesadas en recibir asesoría.
- Estandarización de dimensiones en mochilas para grupo Gatiyiana del Cesár.
- Textiles y Hamacas: Irma Salomón de Engativa asesoría en desarrollo de Catalogo
- Morroa: necesidad de diversificación de productos.
- Desarrollo de imagen empaque y embalaje para exportación de productos de Asoarteco.
- Continuar asesorías realizadas durante la feria en comunidades indígenas: El Vergel, Amazonas; Sibundoy, Santiago Putumayo; Puerto Pizarro, Chocó; Piaroa y Cumaribo, Vichada.
- Madepen de Pensilvania, Caldas está interesado en recibir asesoría en mejoramiento, diversificación, imagen y empaque de productos de madera.
- Realizar asesoría en imagen para Tallas Las Villas en Magangué, Bolívar y enviarlas con el diseñador Rafael Botero.
- El Taller Arte Caribe de Santa Marta esta interesado en recibir asesoría para diversificación de producto.

- El grupo de Carmen de Viboral, cerámicas el Dorado están interesados en recibir asesoría en diseño.
- La microempresa Super Bambulitas de Santafé de Bogotá desea asesoría en diseño, especialmente en lámparas.
- El Stand 115 Arte y Tierra manifestó que el Stand 114 copió motivos hechos por ellos de Bisutería.
- Se considera que Cristal Artesanal debe recibir asesoría en diseño en trabajo de pigmentación del vidrio y combinación de colores

IV. STAND UNIDAD DE DISEÑO, ARTESANÍAS DE COLOMBIA

Los siguientes son los resultados del comportamiento de los
productos comercializados en el stand de diseño durante
Expoartesánias 99

Unidad
de Diseño
DISEÑO


Ministerio de Desarrollo Económico
artesánias de colombia s.a.


Corporación para
el Desarrollo de
las micrompresas

A. Comportamiento de Productos de La Unidad de Diseño frente al mercado

El siguiente texto reúne las opiniones de los clientes que entraron al stand de la Unidad de Diseño de Artesanías de Colombia S.A. y que de una u otra manifestaron su opinión acerca de cada producto, opiniones que fueron recogidas por cuatro diseñadores de la Unidad de Diseño que estuvieron encargados del Stand durante el transcurso del evento.

• CESTERÍA

Este año como en los anteriores fue la cestería la que tuvo el mayor rango de productos, así como los más altos niveles de ventas, esto se debe en parte al número de artesanos, mujeres en su gran mayoría, que conocen y viven del oficio.

Es de destacar los altos niveles de aceptación que alcanzaron los productos de Usiacurí, Atlántico; así como la cestería en Cepa de Plátano de Rabo largo, Córdoba.

Por tipo de productos es fácil identificar el éxito que tienen los productos de uso doméstico como Individuales, cabe anotar que el público se inclina más por los de tipo redondo sobre aquellos ovalados o cuadrados, otros productos de gran demanda son las portacazuelas, las paneras y los canastos de diferentes tipos.

1. Individuales Cepa de Plátano e Iraca: Este producto al igual que todos los juegos de individuales tuvieron mucho éxito entre los compradores a pesar de que el mercado ofrece individuales similares a estos y con menor costo. Los compradores los calificaron como piezas de alto valor estético y formal. Hubo reiteradas sugerencias dirigidas a replantear el diámetro de los individuales redondos, los compradores los consideran un poco grandes; sería conveniente que se hicieran de 32 Cm. y no de 35 Cm. Así mismo, la gente observó que los juegos podrían ser un poco más uniformes en cuanto a color y apariencia general, ya que en algunos casos las diferencias entre las piezas de un juego eran notorias. En ocasiones los compradores solicitan juegos de individuales de más de 6 piezas.

2. Frutero Boca Abierta: Este producto tuvo buena acogida entre otros factores por su precio.

3. Frutero con Cintura: Este objeto llamó más la atención del público que el anterior, debido a su forma poco tradicional y precio cómodo. Los dos fruteros han debido exhibirse cumpliendo la función para la cual fueron diseñados.

4. Portacazuelas Cepa de Plátano: Hay dos modelos de estas portacazuelas, uno que se acopla más a la forma de la cazuela el cual tuvo mayor acogida entre los compradores y otro que aparentemente es más estable que el primero, pero menos

acogido. El precio de estos productos, no obstaculizó su venta, en ocasiones los compradores solicitaron les fueran vendidas piezas por unidad y no sólo por juego.

5. Portacalientes Cepa de Plátano: De los productos pertenecientes a esta línea fueron los que menos gozaron de aceptación por parte del público, a pesar de que tenían un precio accesible. La poca demanda de los mismos puede deberse a que el objeto no evidencia su función, o que la gente prefiere objetos de este tipo en otros materiales.

6. Canasto Ropero, Ropero Boca Abierta Cepa de Plátano: Estos productos se vendieron rápidamente, a pesar de no tener un precio cómodo; los canastos son polifuncionales muy bellos y de muy buena calidad. En esta caso la oferta superó la demanda. Los compradores se mostraron inquietos frente al comportamiento de la fibra frente a la humedad y la ropa.

7. Portacazuelas Paja Tetera: Este producto llamó la atención en cuanto a su colores y formas, (sobre todo por parte de extranjeros) sin embargo estos no se vendieron igual que otros similares pues la gente prefirió otros de igual valor con apariencia más elaborada.

8. Paneras Paja Tetera: Se vendieron bien los dos primeros días de feria sobre todo entre compradores internacionales, (franceses, argentinos), posteriormente decayó ostensiblemente su demanda a pesar de estar bien exhibidas, los colores fuertes de las paneras no calaron en los compradores; adicionalmente el producto daba la impresión de deformarse con el uso.

9. Petacos Rectangulares de Paja Tetera (Juegos X-3): No tuvieron gran acogida pues sus presentan problemas de color y su uso no es muy claro, algunos clientes solicitaron poder comprar una sola de las petacas.

10. Individuales Esparto Portacazuelas Esparto: Estos productos, gozaron de gran aceptación por parte del público, los individuales se acabaron más pronto que los portacazuelas. Sus colores llamaron mucho la atención. El precio de estos objetos es muy competitivo. Un cliente se quejó porque consiguió los portacazuelas a la mitad del precio del stand de la Unidad, en el stand de comercial de la empresa. Se recibieron inquietudes a cerca de la posibilidad de hacer pedidos grandes de estos productos. Las portacazuelas gustan por su estabilidad visual.

11. Portarefractarias Canastas Para Pan y Pasta Esparto: Sus colores llamaron mucho la atención del público, debería estar más diferenciado su uso entre los mismos, pues esto confunde un poco al comprador. Estos contenedores tienen menos salida que los portacazuelas e individuales, deberían exhibirse con sus respectivas refractarias.

12. Individuales Fique Tipacoque: Tuvieron buena salida y aceptación, su precio es favorable sin embargo, sobraron algunas existencias, pues el pedido fue demasiado grande.

13. Portacazuelas Pared Vertical Junco: Este producto tuvo gran aceptación, su demanda superó la oferta. La forma en que está tejido el objeto, (con el junco en posición vertical), llamó poderosamente la atención de los compradores. Muchos visitantes se mostraron interesados en adquirirlos para exportación a pesar de no ser baratos, la misma solicitud fue hecha para otros objetos de la misma línea.

14. Portavasos, Servilleteros, e Individuales en Junco: Estos no gozaron de la misma aceptación que las portacazuelas, tal vez por su precio, algo superior al de productos similares. La línea de productos de junco, es muy completa, esto sirvió de “gancho” para que en muchas ocasiones se vendieran las piezas completas de la línea; lo cual corrobora la importancia comercial del concepto de línea de productos.

15. Canastos Leñeros Gaita (Grande-Mediano): Aunque el precio de venta de ninguno de estos productos era alto no se vendieron con facilidad, posiblemente no se exhibieron adecuadamente, lo cual no hizo claro su uso a los ojos del comprador; o tal vez no resulta fácil hacerles una lectura de uso. En ocasiones anteriores como Manfacto I, tuvieron mucho éxito los canastos de gran formato en Chin o Gaita, pienso que deberían producirse simultáneamente a la línea actual.

16. Portacazuelas y Fruteros en Gaita: Las portacazuelas llamaron la atención de los compradores formal y estéticamente por su estabilidad, variedad de colores y forma particular, sin embargo su precio resultó algo elevado con respecto a ofertas similares.

17. Frutero-Canasto Espaciado Bejuco: Su forma y tejido llamó la atención, sin embargo, su lectura de uso no es clara. Varios clientes admiraron sus cualidades estéticas pero los advirtieron costosos.

18. Frutero Canasto Tupido Bejuco: Los compradores y visitantes hacían reiteradas preguntas a cerca de este objeto y su uso; en el futuro podría hacerse también en un tamaño un poco más pequeño, acorde a las dimensiones de las actuales mesas de comedor.

19. Canastos Leñeros y Escobitas Bejuco: Tuvieron mucha aceptación dentro de los compradores, a nivel formal y estético, sin embargo su valor comercial dificultó un poco su venta.

20. Individuales en Guadua: Este producto se comportó de forma diferente a sus similares, se vendió en forma lenta, debido a su precio. Llamaron la atención de compradores mayoristas los que podían enrollarse.

21. Cubremateras Guadua: Gustaron mucho pero su precio impidió en gran medida su venta. Los cubremateras deberían tener un sistema de cierre y apertura para no tener que levantar la matera para colocarlo.

22. Butaco Helecho: Objetos de mucho éxito comercial, su oferta superó la demanda, su precio es cómodo; su lectura de uso es un poco confusa, sin embargo este factor no siempre afecta la comercialización de un producto.

23. Portacazuelas Chiqui-Chiqui: En general todos los productos de Chiqui-chiqui se vendieron muy bien a pesar de no ser baratos; esto demuestra que cuando un producto gusta no importa su precio, este igual se vende. La demanda superó la oferta. Fue muy acertado el que se pudieran vender por separado, y no por juego de seis como sus homólogos, esto facilitó su venta ya que algunos artesanos dominan mejor la técnica que otros y esto produjo diferencias entre algunos portacazuelas.

24. Posavasos y Paneras Chiqui-Chiqui: Estos productos llamaron la atención de los clientes, en cuanto a color, técnica, etc. La demanda superó la oferta.

25. Cernidores de Guaruma: Los que más gustaron fueron los pequeños con base, su precio es accesible, además de servir como cernidores (uso tradicional) lucen bien con frutas o pan. Estos objetos son bellos y muy bien elaborados.

26. Canastos Cumare Juajua: Su precio dificultó la comercialización, llamaron la atención, pues su forma se sale de lo común, esto y lo cuidado de su tejido los hace lucir sofisticados.

27. Individuales, Juegos de Bandejas Ovaladas y Circulares (Color Café Claro y Oscuro): En general los productos de Iraca fueron los más exitosos de la exhibición, por parte de compradores nacionales e internacionales, interesados en adquirirlos al por mayor. La demanda superó la oferta. El primer día de la feria se agotaron las existencias, su valor comercial es muy favorable. La nueva línea fue asociada con la cestería oriental, por el tipo de tejido, los compradores elogiaron la calidad de los objetos y su gran belleza, en ocasiones preguntaron también a cerca de la durabilidad, resistencia y uso específico de las bandejas.

28. Individuales de Colores, Bandejas Corazón, Ovaladas y Circulares: Tuvieron igual aceptación que los objetos anteriores, los colores llamaron la atención de compradores jóvenes con expectativas de nuevas propuestas.

29. Bandejas Cuadradas con Pasaboqueros y Portarefractarias: Gozaron también de acogida, sin embargo esta fue menor que en el caso de las bandejas, algunas personas sugirieron vender las piezas del juego de portarefractarias por separado.

30. Individuales Redondos, Ovalados, Rectangulares de Cabecinegro: Gustaron mucho, la oferta superó la demanda sobretodo en el caso de los individuales

redondos, su valor fue accesible al comprador. En algunos ocasiones los compradores preguntaron a cerca de la facilidad de limpieza de los individuales; las dudas con respecto a esto restringieron un poco la venta de los mismos.

31. Flores en Cabecinegro y Damagua: Este producto no fueron muy exitosos debido a que su precio estaba por encima de otros similares ofrecidos en la feria.

32. Muñeca, Uvas, y Pendones Navideños en Cabecinegro y Damagua: Estos tuvieron buena aceptación por parte del público, sobre todo las uvas, pues a la gente les resultaron muy originales y de buen precio; adicionalmente el material causa sensación entre quienes no lo conocen.

TIPO DE PRODUCTO	UNIDADES VENDIDAS
INDIVIDUALES	39
PORTACAZUELAS	20
BANDEJAS	26
PANERAS	19
CANASTOS	16
FLORES	16
FRUTEROS	13
CERNIDORES	8
POSAVASOS	6
PORTA REFRACTARIAS	6
BUTACO HELECHO	5
ESCOBITAS	3
PORTACALIENTES	3
CUBREMATERAS	2
COFRES	2
BOMBONERA	1
SERVILLETEROS	1

- **TEJEDURÍA**

Los productos de tejeduría ocuparon el tercer nivel de ventas en el stand, precedidos por los de carpintería y talla y los de la cestería.

Dentro de estos productos se destacaron las Mochilas y los tapetes de Curití, Santander, así como los individuales en fique de Tipacoque, Boyacá.

En general en los productos evidenciaron problemas de costos, razón por la cual no se vendieron fácilmente.

1. Mantel de Algodón San Jacinto: Este producto llamó la atención en cuanto a la limpieza y delicadeza del tejido. Se recibieron varias inquietudes a cerca de cómo limpiar y cuidar este tipo de productos. Su precio y la oferta con precios inferiores por parte de las artesanas productoras limitó su venta.

2. Individuales Algodón San Jacinto: Este producto se vendió con mayor facilidad que los mantel a pesar de que su precio no es cómodo.

3. Hamacas de Algodón San Jacinto: Los colores claros de las hamacas llamaron mucho la atención, su costo fue muy alto comparado con el de objetos similares ofrecidos también en la feria, esto impidió su venta.

4. Mantel Morroa Sucre: Estos llamaron la atención por su tejido y colores, sin embargo su precio y poca oferta en tamaños obstaculizó la venta. Los compradores solicitaron diversidad de formas para mesa ovalada y redonda.

5. Throws en Algodón Morroa Sucre: No se ofrecieron en una cantidad adecuada como para hacer una prueba de mercado aceptable, son un poco pequeños, el pedido debió incluir throws de diferentes tamaños existentes dentro de la línea de Morroa. Los throws deben exhibirse en una silla o sofá para evidenciar su uso. A pesar de esto se vendieron los dos juegos.

6. Caminos de Mesa Algodón Morroa Sucre: Llamó mucho la atención de los compradores su tejido y colores, sin embargo los clientes sugirieron una carta de color más amplia para la línea, esto dificultó un poco la venta de los mismos.

7. Cojines Interdesing Algodón, San Jacinto Bolivar: Estos causaron una muy buena impresión entre los visitantes, por la limpieza en el diseño, tejido, etc. Infortunadamente su precio era exagerado lo cual impidió su venta.

8. Mantas y Ruanas Lana Virgen: Gozaron de buenos comentarios en el ámbito estético, tuvieron buena acogida gracias a sus colores y diseño. Los compradores solicitaron variedad de tamaños en las mantas, el precio de las ruanas era un poco elevado, esto dificultó en alguna medida su venta.

9. Cojines de Putumayo: Llamó mucho la atención su colorido y diseño ancestral. A pesar de que su precio esta acorde con el costo, no es muy favorable al público.

10. Edredones y Cojines Lana Sogamoso: El precio de los edredones resultó alto a los ojos de los visitantes, hubo varias peticiones de edredones para cama doble. Los cojines gustaron especialmente pequeños y en color café.

11. Cojines de Caña Flecha: Los compradores halagaron mucho su diseño y colorido y composición, a pesar de tener un precio alto se vendieron relativamente bien.

12. Individuales de Tipacoque Fique: La oferta de los mismos en varias formas y colores permitió que se vendieran bien. Adicionalmente su precio fue el adecuado. Los colores que mejor acogida tuvieron fueron morado y naranja de forma ovalada. Los individuales verde oscuro y rojo no llamaron mucho la atención.

13. Tapetes Nudo Fique: Fueron los más exitosos dentro de la oferta de tapetes del stand, por su variedad de colores la demanda superó la oferta. Su precio fue favorable para los compradores. La gente se mostró muy interesada en contactar directamente a los artesanos productores para mandar a hacer tapetes de mayor tamaño. La demanda superó la oferta.

14. Tapetes Crochet Fique: Llamaron la atención pero su precio algo elevado, obstaculizó su venta. Algunos visitantes interesados en los objetos pidieron los datos de los artesanos productores para mandar hacer tapetes sobre medidas.

15. Tapetes Grandes Telar Fique: Tuvieron una excelente aceptación y pedido los clientes admiraron su colorido tejido y diseño. El valor comercial fue aceptado.

16. Cojines de Fibra de Plátano: Llamaron la atención por su hermoso colorido la finura de la fibra y sus acabados, podrían hacerse en otros tamaños para abaratar costos ya que estos son elevados.

TIPO DE PRODUCTO	UNIDADES VENDIDAS
TAPETES	15
INDIVIDUALES	14
MOCHILAS	10
COJINES	5
CORTINAS	4
BOLSOS EN SEDA	4
RACIMOS UVA	4
MANTELES	2
TELAS BALAY	1
THROWS	1
RUANAS	1
MANTAS	1

- **CARPINTERÍA Y TALLA**

Los productos de carpintería y talla gozan en general de muy buena aceptación entre el público, la novedad de las propuestas tanto en diseño como en los materiales hacen que estos productos gusten mucho.

Los productos en coco, la tagua y los muebles en general son aquellos de mayor acogida, las figuras talladas en diferentes maderas muestran un alto nivel de aceptación.

Por tipos de producto cabe decir que los servilleteros, los candeleros y los productos en palo sangre fueron aquellos que tuvieron un mejor nivel de ventas.

1. Kamizú (Guangüi Cauca): Estos productos no llamaron la atención. La falta de claridad en su uso obstaculizó la venta de los mismos.

2. Tigres y Ovejas (Galapa Atlántico): Los animales gustaron mucho, especialmente a los niños y la gente joven. El valor comercial de estos dificultó un poco su venta. Algunos compradores advirtieron agresividad en la cara de la oveja.

3. Bateas (Itsmina Chocó): Este objeto es tradicionalmente exitoso, por su funcionalidad, diseño, variedad de formas, etc. Infortunadamente no llegó la línea de bateas en color, lo cual fue advertido por los compradores; este factor incidió en alguna medida en las ventas.

4. Rayo Maritza (Itsmina Chocó): El producto gusta por su calidad, forma, carga, cultural y tradición de uso. Su precio es accesible.

5. Servilleteros de Coco: Estos se vendieron muy bien, el coco está muy bien trabajado y pulido, el precio es favorable y despierta interés entre compradores nacionales e internacionales, vale la pena incentivar su producción.

6. Pasaboqueros en Coco, (sin madera) Arroyo Grande: Estos tuvieron excelente acogida, tanto nacional como internacionalmente, gusta su diseño acabado, forma y utilidad. Su valor comercial fue accesible. Algunos compradores se mostraron inquietos por su durabilidad y forma de limpieza. La demanda de estos superó la oferta.

7. Pasaboqueros Coco (Barú – Bolívar): Al igual que los anteriores, estos tuvieron gran acogida por parte de compradores Colombianos y extranjeros por su diseño y acabados, su precio se acomodó mejor a la demanda. El pedido fue insuficiente para atender la demanda, a pesar de que comercial también contaba con algunas unidades del producto.

8. Silleta Chocó Picos.(Itsmina): Este es una diversificación del rayo Maritza, tuvo buena acogida entre compradores jóvenes, su precio dificultó un poco su venta.
9. Pesebre de Pauche. (Zapatoca – Santander): Se vendió muy bien, por su delicadeza, precio, limpieza; fue adquirido en su mayoría por coleccionistas de pesebres.
10. Servilleteros de Tagua. (Tinjacá): La línea incluye, servilleteros redondos, cuadrados, los primeros llamaron más la atención de los compradores, pues el contraste entre la cáscara de la tagua y su parte interior es muy bella, esto no se presenta en los cuadrados. Su valor comercial fue aceptado, hicieron falta existencias para suplir la demanda.
11. Haladores, Pirinolas Tagua (Tinjacá): Los haladores carecen del tornillo de instalación, esto dificulta su lectura de uso y su venta. Las pirinolas deberían poder venderse por unidad, ofrecer mayor variedad de tamaños y formas.
12. Trinches, Cubiertos, Ensaladera, Cuchillos Mantequilleros Palo Sangre. (Amazonas Vaupés): Los trinches llaman la atención por su forma y calidad de tallado, sin embargo algunas personas los encuentran más útiles para el pelo que para pasabocas, sería muy positivo para el producto presentarlos en un empaque especial. Los cubiertos deberían venderse por juegos con un sistema para colgar, deben estar acompañados también por un empaque acorde al producto. La demanda de estos productos superó la oferta.
13. Cucharas, Trinches Palo Sangre (Guainía): La idea de presentar los trinches en una base de madera fue muy acertada, aunque esta debe ser más estable. Estos trinches se vendieron bien aunque son un poco más costosos que los del Vaupés por su base. Las cucharas deben venderse como juego.
14. Cajas Popayán: La parte exterior de las cajas esta bien trabajada, sin embargo falta mejorar acabados por dentro, su precio es bastante alto, teniendo en cuenta su relativa utilidad.
15. Perezosa Rayo.(Itsmina Chocó): Otra diversificación del rayo. Esta silla tuvo buena aceptación a nivel formal, infortunadamente presentaron problemas de elaboración y no son muy cómodas. Sin embargo se vendieron bien.
16. Sillas Cuero Cedro Negro (Acandí Chocó): Estas llamaron la atención por su diseño, comodidad, el tipo de madera en el que está hecha, etc, sin embargo, la sillas resultaron algo costosas.
17. Silla Amarillo Araña (Nuquí): Este tipo de silla gustó mucho por su diseño, estabilidad y precio, la demanda superó la oferta.

18. Mesa Amarillo (El Rosal): Tuvo buena aceptación, pero infortunadamente el transporte avería un poco los muebles, su valor comercial fue aceptado.

19. Mesa Pepe Chonta (Jurubidá Chocó): Esta llamó la atención a nivel estético, sin embargo presenta algunos problemas de estabilidad y construcción.

20. Perezosa Chonta (Jurubidá Chocó): Este producto gustó, sin embargo su precio dificultó en alguna medida su venta. La silla da la apariencia de ser frágil.

21. Butacos en Chonta. (Nuquí Chocó): Estos gustaron formalmente, pero resultaron bastante frágiles.

22. Sillas Plegables (El Caracol Guaviare): Gustan y se venden bien por su diseño, construcción y apariencia rústica. La silla-cama no es fácil de vender por su valor comercial.

23. Contenedores de Guadua. (Zipacón Cachipay): Llamó mucho la atención de la gente la construcción de estos objetos, la guadua esta muy bien trabajada y los ensambles y sistema de cierre bien logrados, algunos compradores se mostraron inquietos acerca de la aparente fragilidad del sistema de cierre. En general los contenedores se vendieron bien.

24. Solitarios Guadua Coco (Zipacón Cachipay): Producto de buena aceptación, gusto su diseño y utilidad. El precio dificultó la venta.

25. Salsera Coco con Cuchara (Zipacón Cachipay): Este producto fue muy exitoso, entre compradores nacionales e internacionales, por sus acabados y sutil combinación de materiales, su precio no afectó la decisión de compra. La demanda superó abiertamente la oferta.

26. Portaretrato en Bambú. (Zipacón Cachipay): Fue atractivo para los compradores jóvenes su uso y sencillez en el diseño, el precio de los mismos dificultó en alguna medida la decisión de compra.

27. Ensaladeras de Madera Torneadas (Colosó Sucre): La grande se vendió rápidamente, su precio resultó muy accesible, las pequeñas tuvieron menor aceptación.

28. Cajas Porta Cd's. (Incontro): Este producto presenta varias deficiencias de diseño, inestabilidad, acabados deficientes, precio elevado, etc , sin embargo se vendieron algunas unidades a compradores internacionales.

29. Papeleras (Incontro): Llamó la atención la combinación de materiales, sin embargo el producto necesita modificaciones a nivel de calidad y precio.

30. Lámparas (Incontro): Necesitan ajustes a nivel de diseño, a pesar de esto se vendieron algunas piezas, gustó la combinación de materiales en las mismas.

TIPO DE PRODUCTO	UNIDADES VENDIDAS
SERVILLETEROS	12
CANDELEROS	12
PESEBRES	11
CUCHARAS PALO SANGRE	9
BATEAS	9
PASABOQUEROS	8
CUCHILLOS MANTEQUILLEROS	7
FIG TALLADAS CARNAVAL	6
JUEGOS TRINCHES	6
SALSERA	4
BUTACOS	4
PIRINOLAS	4
RAYO	4
CONTENEDOR	3
PEREZOSAS	3
SILLAS	3
SOLITARIO	2
CAJAS PORTA CD	2
LAMPARA	1
ENSALADERA	1
PORTARRETRATO	1
CAJAS TALLADAS	1
MESA AUXILIAR	1

- **TRABAJOS EN GUADUA Y BAMBU**

1. Silla Bar Alta Mimbres (Silvania): Esta silla gustó pero los compradores prefieren la de Yaré.
2. Mesedora (Silvania): Está dentro de los muebles más exitosos, la gente solicitó los cojines.
3. Apliques Mimbres (Silvania): Tuvo buena aceptación por sus formas, algunos clientes se mostraron inquietos acerca de cómo se comportaba el tejido de mimbres frente a la luz, hay que exhibirlos cumpliendo su función. Su precio afectó la decisión de compra.

TIPO DE PRODUCTO	UNIDADES VENDIDAS
SILLA BAR ALTA	5
MECEDORA	2
APLIQUES EN MIMBRE	2

- **TALLA EN CARBON**

1. Productos de Carbón. (Morcá, La Jagua): Lo que más llamó la atención de estos productos fue el saber que son tallados por niños y el material en que son hechos. Su precio es demasiado alto. No se registraron ventas.

- **TALLA EN PIEDRA**

1. Piedra Jabón Servilleteros y Animales (Santa Marta Magdalena): Tuvieron gran aceptación sobre todo las tallas de animales, los servilleteros no se venden tan bien. El precio de estas tallas es muy bueno.
2. Morteros (San Agustín Huila): Tienen gran aceptación y acogida se vendieron rápidamente por su precio y diseño quienes los adquirieron los ubican más como un objeto utilitario que decorativo.
3. Candelabros y Acuña Libros de Piedra (Barichara Sn. José de Isnos Huila): Captaron la atención de los compradores pero no se vendieron en gran cantidad. Posiblemente por su precio.
4. Frutero en Piedra y Forja: Este objeto fue atractivo por la combinación de materiales, su peso era muy alto y su capacidad poca.

TIPO DE PRODUCTO	UNIDADES VENDIDAS
CANDELABROS	7
MORTEROS	6
PISAPAPELES	6
SERVILLETEROS	5
MASCARAS	3
ACUÑA LIBROS	3
PIEDRAS DE MOLER	3
FRUTERO	1
ALDABONES (FORJA)	1

- *METAL*

1. Haladeras y Haldabones: La exhibición de los mismos dificultó el que los compradores pudieran entender su función, el público se quejó de su precio y su peso.

- *CERAMICA*

En general les fue muy bien a los productos exhibidos, los cuales fueron en su mayoría superados por la demanda, aunque todos los productos expuestos fueron bien recibidos los de cerámica del Guainía fueron aquellos de mayor aceptación.

El producto de arcilla mezclado con chiqui chiqui agradó al público notoriamente.

El Bar B Q y los posavasos fueron igualmente bien recibidos.

1. Hornos (Guainía): Son de muy buena aceptación, llamaron más la atención con las parrillas como complemento.

2. Portacalientes, Contenedores, Jarros, Tarros Cerámica y Chiqui-Chiqui. (Guainía): Se sitúan por encima del nivel de aprobación de la línea de Usiacurí. Todos gozaron de excelente aceptación gracias a su combinación de materiales, técnicas y carga cultural. Los compradores nacionales e internacionales se mostraron interesados en adquirirlos en grandes volúmenes. La demanda superó abiertamente la oferta.

3. Posavasos Oiba: Gustó mucho la diversificación de las iglesias de colección el empaque en Guadua y el precio.

4. Bar-B-Q: Pese al problema de diseño en el anclaje de la parrilla el producto gustó mucho, la presentación en dos colores fue bien recibida.

5. Cazuelas de La Chamba: Este es un producto que ya goza de la aceptación del público, la idea de vender las cazuelas dentro del stand mejora la exhibición de los portacazuelas y ayuda a la imagen del stand en general.

TIPO DE PRODUCTO	UNIDADES VENDIDAS
CAZUELAS La Chamba	24
PORTA CALIENTES	8
HORNOS	7
TARROS	4
JARRONES	3
BAR B.Q.	2
POSAVASOS	2

- *VIDRIO*

1. Vajilla Para Infusiones. (Santa Fe de Bogotá): Este producto gusto por su sofisticación, buen gusto y concepto, la vajilla de Nazareno y Plata resultó un poco costosa. Deberían producirse juegos de mezcladores en nazareno ya que llamaron la atención.

2. Copas de Vidrio. (Santa Fe de Bogotá): Este producto no pudo ser sondeado adecuadamente pues sólo se exhibió el último día.

- *PLATERIA Y JOYERIA*

Estos productos gozaron en general de buena aceptación, el costos de la platería impidió que las ventas fueran mayores, la joyería en general dio mejores resultados a nivel de ventas.

1. Platería. (Santa Fe de Bogotá)

- *Juego de Té Burbuja*

Este llamó poderosamente la atención de todos los compradores, quienes conocen el oficio se sorprendieron por la calidad de los acabados, la perfección en las soldaduras, las texturas. Muchos compradores quisieron conocer el peso de las piezas. Otros no consideraron que este trabajo fuese artesanal.

- *Juego de Té Facetas*

Esta juego tuvo menos éxito que el anterior, sin embargo fue muy admirado. Las ventas de platería no fueron altas debido a los precios.

TIPO DE PRODUCTO	UNIDADES VENDIDAS
CUBIERTOS PLATA CACHO	7
SALSERAS PLATA COCO	5
PASABOQUERO PLATA COCO	1
AZUCARERA PLATA	1
CAFETERA PLATA	1
LECHERA PLATA	1

2. Joyería (Santa Fe de Bogotá)

El aderezo más exitoso fue el de "Tensión", seguido de "Cajas" y "Muro". Se vendieron aretes del aderezo "Triángulos" y del juego de Tagua los aretes y los anillos. El aderezo "Inravisión Presenta" no tuvo mucha aceptación. El precio de la joyería en algunos casos afectó la decisión de compra. Para algunos visitantes conocedores de joyería los sistemas y ensambles de estas piezas son muy acertados.

TIPO DE PRODUCTO	UNIDADES VENDIDAS
ANILLOS	11
ARETES	7
PULSERAS	2
GARGANTILLA	1

B. Ventas Durante Expoartesanías 99

Durante Expoartesanías 99 el Stand de la Unidad de Diseño vendió \$15.992.648 pesos durante los 12 días de duración de la feria. En este transcurso los productos más vendidos fueron los correspondientes al oficio de Cestería, en segundo lugar los trabajos en carpintería y talla y en tercer lugar los productos de tejeduría.

Se pudo observar que los productos de carbón aunque gastaron en el mercado, debido a sus altos costos no tuvieron aceptación.

VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO

AREA	CANTIDADES VENDIDAS
CESTERÍA	235
TEJEDURIA	62
CARPINTERIA Y TALLA	111
TRABAJOS EN GUADUA Y BAMBU	9
TALLA EN CARBON	0
TRABAJOS EN PIEDRA	35
CERAMICA	50
VIDRIO	2
JOYERIA	21
PLATERIA	16
OTROS	27
TOTAL	568

VENTAS DÍA A DÍA

FECHA	TOTAL VENTAS
MIERCOLES 8	1066699
JUEVES 9	284442
VIERNES 10	1059834
SABADO 11	1572314
DOMINGO 12	2555021
LUNES 13	2217169
MARTES 14	460678
MIERCOLES 15	612937
JUEVES 16	701946
VIERNES 17	620834
SABADO 18	1384423
DOMINGO 19	3386351
TOTAL	15'922.648

OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES DEL STAND

Se debería implementar un sistema de software que permita controlar a diario el estado de existencias de los productos, así como una forma de cargar y descargar productos a través de un código de barras. Esto disminuiría el tiempo de facturación de la mercancía lo cual constituyó un motivo de quejas permanente durante la feria por parte de los clientes.

Aunque a lo largo del evento se recibieron muchos elogios por la manera como se mostraba exhibida la mercancía debemos reconocer que existieron muchas fallas en la exhibición, algunas de estas fueron subsanadas durante la exposición pero otras definitivamente no, a este respecto se debe aclarar que el tiempo para la preparación de la exhibición fue demasiado corto y esto constituyó el principal motivo para que la exhibición no pudiera ser planeada en sus más mínimos detalles.

En futuro se debe planear una exposición de estas características teniendo certeza sobre cuales productos y en que cantidad serán exhibidos.

La contratación de una persona diferente a la Unidad de Diseño para el manejo de la caja fue una decisión acertada por la seriedad y tranquilidad que brinda al grupo responsable del stand.

OBSERVACIONES

En cuanto a la participación de artesanos y sus productos:

Un gran porcentaje de expositores requieren apoyo en diseño y desarrollo de imagen y empaque de su producto, aspecto que se apoyo por medio de las asesorías por computador.

Dentro de la unidad de Diseño se ha incorporado la estrategia de combinación de materiales en el desarrollo de productos, este aspecto no ha sido considerado en Expoartesanías, ya que algunos artesanos fueron ubicados por oficio y material y se le impidió presentar estas propuestas, un ejemplo de ello lo presentan los artesanos del cuero, madera y talla en piedra.

En la mayoría de los stand de la zona indígena no existe unidad, por cuanto ellos representan a diferentes grupos, y cada uno de ellos presenta diferentes problemas en cuanto a materiales, acabados, calidad, tamaño de los productos tradicionales, y precio. Con el grupo de artesanos indígenas es importante profundizar temas como exhibición, imagen empaque, definición de precios y desarrollar talleres para mejorar el proceso de venta.

Algunos grupos ubicados cerca a los Laboratorios de Pasto y Armenia argumentan que falta cobertura y mayor divulgación en la zona, para conocer y acceder a los programas allí desarrollados.

Muchos artesanos no fueron receptivos debido a la situación presentada durante la feria de muchas personas acreditadas como compradores, y fotógrafos. Se recomienda por tal razón controlar su acceso a la feria, los artesanos argumentan no conocer los resultados, ni el objeto final de toda la información obtenida.

El artesano rural e indígena en la mayoría de los casos no sabe vender su producto, la rotación de los artesanos participantes tiene ventajas y desventajas en este aspecto, aquellos que vienen por primera vez, no saben como desempeñar su papel, en esto radica el éxito o fracaso de la actividad y su resultado comercial.

En cuanto a la participación de los diseñadores y sus propuestas:

Fue responsabilidad de cada diseñador acompañar durante la feria a cada uno de los grupos asesorados, esto permitió evaluar la apropiación que han hecho los grupos de las nuevas propuestas, evaluar aciertos y desaciertos, y lo mas importante conocer el concepto del comprador frente al producto tradicional y a las nuevas propuestas.

Existió gran receptividad por parte de los artesanos, ya que muchos de ellos no conocían la actividad desarrollada por la Unidad de Diseño de Artesanías de Colombia.

El grupo de profesionales de la Unidad prestó un gran servicio durante el evento, logrando a la vez conocer e interactuar con nuevos grupos y oficios, que le permitieron ampliar su panorámica estética y productiva del producto artesanal nacional.

Se detectó carencia de catálogos, plegables, fotografías, en la mayoría de los expositores, esto limita las ventas por mayor nacionales e internacionales.

CONCLUSIONES

La planeación y distribución de la actividad fue de gran importancia, ya que se pudo dar cobertura a un gran número de expositores.

En un comienzo los artesanos argumentaron la dificultad de atender al diseñador, pero al finalizar comprendieron los beneficios de dicho trabajo en equipo, dando como resultado una gran demanda tanto de apoyo como de asesoría por computador.

Las reuniones por subgrupos y la reunión general diaria, dio buenos resultados por el intercambio de inquietudes, manejo de la información general y propuestas de solución a las situaciones presentadas tanto en el desempeño de la actividad como en la parte logística .

Se requiere realizar un taller orientado por Expoartesanías para que todo el equipo de la Unidad de diseño conozca los parámetros utilizados en la planeación y organización de la feria, de esta manera la acción del diseñador será mas amplia y pertinente.

El trabajo desarrollado por la Unidad de Diseño durante la feria, fue apreciado y valorado por los artesanos como un servicio mas que les ofrece Artesanías de Colombia dentro de su propósito de acompañar y fortalecer la actividad artesanal, el cual requiere de continuidad y resultados concretos en calidad y cobertura.

Todo el equipo de diseño debe tener los *requisitos* necesarios para desarrollar asesorías por computador, ya que con el tiempo y su divulgación se ha ampliado la demanda de este servicio.

En lo posible debe existir un lugar específico para tal fin, y equipos suficientes para atender un buen número de artesanos.

Estas asesorías deben priorizarse a los grupos que se encuentran ubicados lejos de Bogotá, puesto que en la Unidad se presta este servicio de forma permanente.

RECOMENDACIONES

Existe un contraste muy marcado entre los artesanos rurales y urbanos, esto presenta una desventaja, por cuanto en muchas localidades se están quedando atrás en conocimientos y procesos técnicos, un ejemplo de este caso son los procesos de fabricación y acabados en el oficio de cerámica; por tal razón se propone tener este aspecto en cuenta en el momento de ubicar los stand, ya que de acuerdo a las técnicas y los acabados utilizados los productos varían, aspecto que competitivamente presenta dificultades de comercialización en la feria.

Los stand presentan dificultades en cuanto a su señalización, los colores utilizados fueron de bajo contraste, y los paneles no señalan a que stand corresponden, sería importante definir esto con una flecha, el espacio vacío diseñado en esta oportunidad en medio de los stand, límite y resto área de exhibición, además la estructura portante era muy débil y no daba posibilidades para usar este espacio. En la zona indígena no hay posibilidades para exhibir hamacas, chinchorros y otros productos que de no exhibirse bien es imposible su venta. Además el dimensionamiento de los corredores internos limita su acceso.

Es muy importante con anticipación, confirmar con los artesanos que se requiere para la exhibición de los productos pues en su mayoría los artesanos indígenas y rurales, tuvieron problemas para exhibir productos de mesa y de pared, aspecto que se puede prever, ya sea para conseguir desde el lugar de origen los elementos necesarios o para incluirlos en la negociación que se haga sobre el stand.

La toma de fotografías debe desarrollarse por un grupo específico no menor a tres personas, las cuales deben estar desde un comienzo acreditadas para tal fin, debe desarrollarse con profesionalismo y con los mejores equipos posibles, además confirmando la calidad y totalidad de las tomas. De esta actividad debe estar enterado con anticipación el artesano.

Debe haber un mayor acompañamiento por parte del equipo de Expoartesanías, ya que surgen muchas inquietudes y situaciones que requieren tomar acciones o decisiones inmediatas, y que solo de acuerdo a lo establecido al inicio de la actividad, serían tomadas solo por este equipo.