

DI-1999.24

INFORME STAND

Unidad
de Diseño
Diseño

EXPOARTESANIAS 99



Ministerio de Desarrollo Económico
artesanías de colombia

Cecilia Duque Duque

Gerente General

Ernesto Orlando Benavides

SubGerente Administrativo y
Financiero

Lyda del Carmen Díaz

Directora Unidad de Diseño

Presentado por:

Luisa Fernanda Quintero
María Antonia Martínez
María Fernanda Almonacid
Oscar Darío Núñez
José Daniel Rubio

Santafé de Bogotá, Enero del
año 2000

PRESENTACION

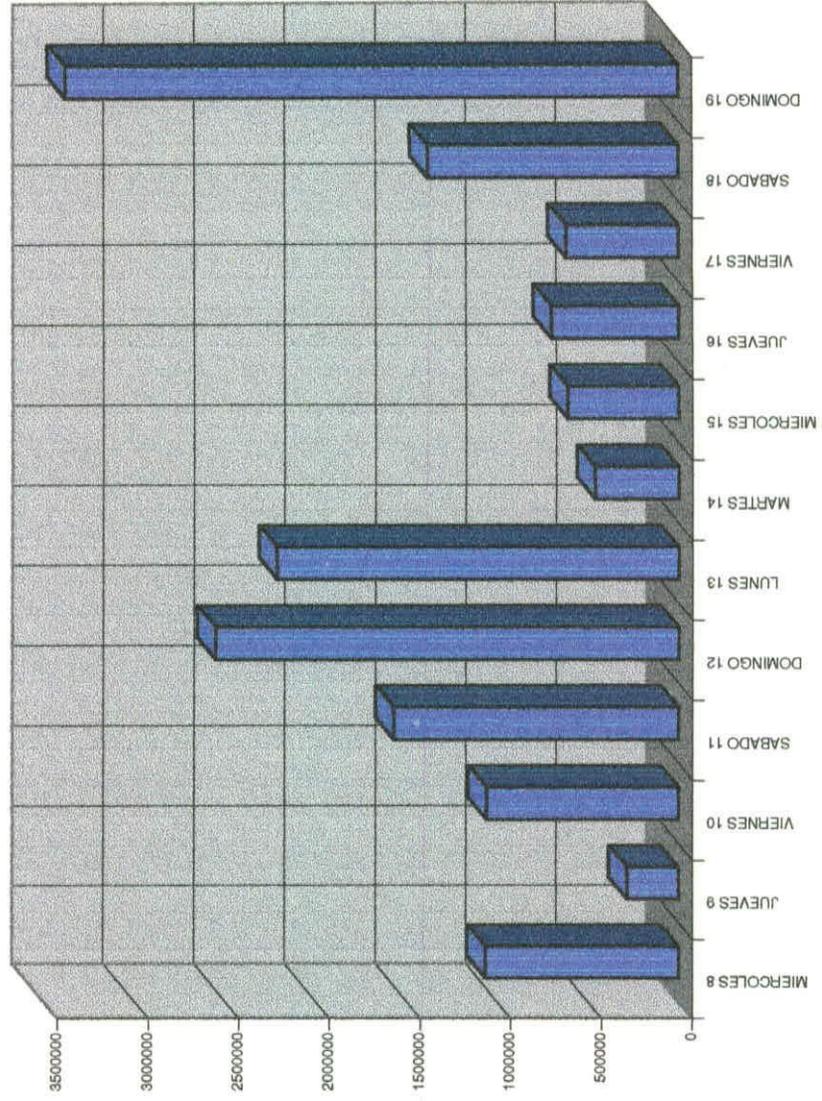
El siguiente documento resume el resultado de los productos del Stand de la Unidad de Diseño de Artesanías de Colombia S.A. durante el evento de Expoartesanías 99, llevado a cabo en Coorferias en la ciudad de Santafé de Bogotá durante los días 8 al 19 de diciembre del año en curso.

Este documento ha sido creado buscando que al lector le sea posible estudiar el resultado en ventas de cada uno de los productos expuestos por la Unidad De Diseño, separados por áreas y tipos de productos, asimismo, encontrará las consideraciones respectivas sobre cada producto, que a manera de un breve análisis individualizado busca interpretar lo que expresan las cifras.

COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS DIA DIA

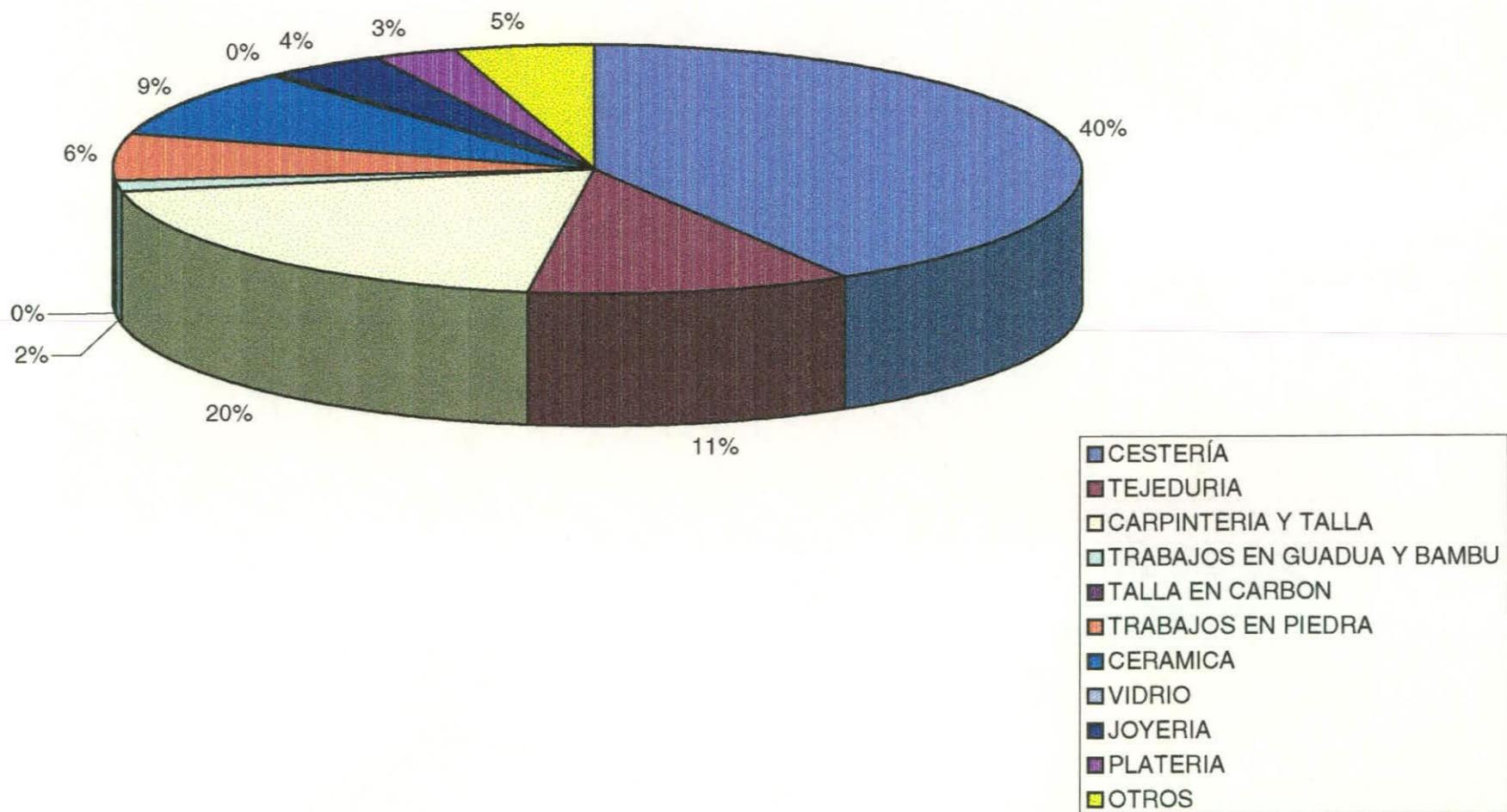
FECHA	TOTAL VENTAS
MIERCOLES 8	1066699
JUEVES 9	284442
VIERNES 10	1059834
SABADO 11	1572314
DOMINGO 12	2555021
LUNES 13	2217169
MARTES 14	460678
MIERCOLES 15	612937
JUEVES 16	701946
VIERNES 17	620834
SABADO 18	1384423
DOMINGO 19	3386351
TOTAL	15922648

COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS DIA A DIA



TOTAL VENTAS 15'922.648.°°

TOTAL NUMEROS DE PRODUCTOS VENDIDOS POR AREAS



TOTAL NUMERO DE PRODUCTOS VENDIDOS POR AREAS

AREA	CANTIDADES VENDIDAS
CESTERIA	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

PRODUCTOS ASESORIAS DE DISEÑO NOVIEMBRE - DICIEMBRE

Algunos de los productos de diseño fueron sometidos igualmente a esta prueba de mercado donde se midió el nivel de aceptación que tuvieron dentro del público, el cual fue advertido sobre la novedad del producto y acerca del carácter de primer desarrollo no perfeccionado del mismo.

Algunos de estos productos fueron:

1 Animales tallados en corteza de moho, tuvieron una gran aceptación siendo vendidos en su totalidad y casi todos en el mismo día. La talla simple y el precio muy accesible fueron las determinantes del éxito del producto.

2 Bancos y fruteros de guacamayas, gustaron dentro del público, los bancos especialmente fueron muy bien aceptados, la mezcla de materiales impactó al público favorablemente.

3 Juego de cama madera y cuero, lamentablemente no fue posible exhibir la cama por problemas de espacio y algunos de orden estético, la silla, el banco y el frutero tuvieron gran acogida, lastimosamente la silla no fue vendida por tener problemas ergonómicos pero a nivel estético fue muy admirada, el banco y el frutero fueron vendidos.

4 Juego de cubrecama en lana, Boyacá, los cojines debido a su buen precio y estética fueron vendidos, los sobre camas y los pie de camas no fueron vendidos, en la venta de los cojines influyó el hecho de tener disponibles dos colores y tres tamaños diferentes para la elección.

5 Etiquetas, Bolsas y cajas, la presentación de los productos fue muy buena, lastimosamente no se pudo contar con las etiquetas a tiempo y esto genero desconciertos y trauma el primer día de feria especialmente pero los visitantes del stand encontraron muy interesante la información que contenían las fichas. Las bolsas dejaron una excelente impresión el diseño gustó mucho al punto que algunas de estas fueron vendidas por separadas aunque el costo no era muy accesible, el problema inicial de resistencia fue superado en el transcurso de la feria, las cajas fueron igualmente bien vistas y recibidas.

6 Silla chigüiro, este producto fue muy controvertido, la propuesta de diseño gustó mucho, el precio era muy elevado motivo por el cual no fue vendido.

COMPORTAMIENTO DE PRODUCTOS DE LA UNIDAD DE DISEÑO FRENTE AL
MERCADO EN EXPOARTESANÍAS 99

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 nos manifestaron su opinión acerca de cada producto, opiniones que fueron recogidas por los cuatro diseñadores de la Unidad de Diseño que estuvieron encargados de este espacio durante el transcurso del evento.

Este año se abolió la modalidad de encuesta para la evaluación de los productos por considerar que estas generan rechazo dentro del público.

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 Figue 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, Servilletos, 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 Manofacto 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 venideron 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 portacauzelas.

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.

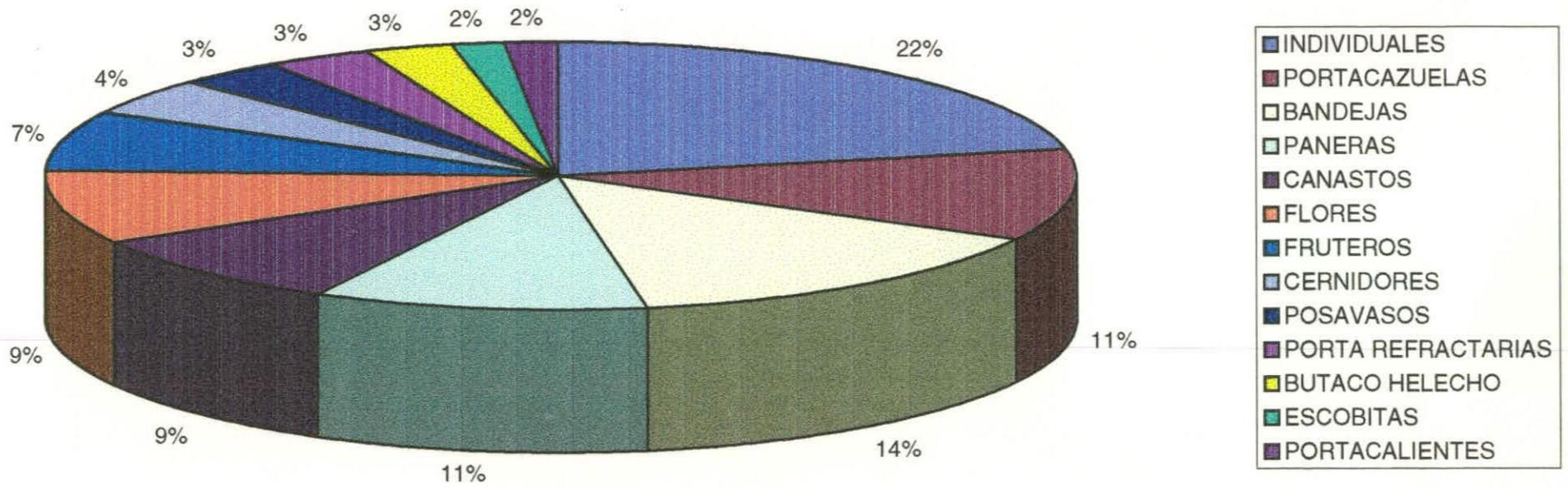
32 Muñeca, Uvas, y Pendones Navideños en Cabecinegro y Damagua.

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.

VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO - CESTERIA

TIPO DE PRODUCTO	TOTAL VENDIDO	
INDIVIDUALES	39	PROMEDIO
PORTACAZUELAS	20	PROMEDIO
BANDEJAS	26	PROMEDIO
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	

VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO - CESTERIA



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.

34 Manteles 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.

35 Individuales Algodón San Jacinto.

Este producto se vendió con mayor facilidad que los manteles a pesar de que su precio no es cómodo.

36 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.

37 Manteles 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.

38 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.

39 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.

40 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.

41 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.

42 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.

43 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.

44 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.

45 Individuales de Tipacoque Figue

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.

46 Tapetes Nudo Figue.

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.

47 Tapetes Crochet Figue.

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.

48 Tapetes Grandes Telar Figue.

Tuvieron una excelente aceptación y pedido los clientes admiraron su colorido tejido y diseño. El valor comercial fue aceptado.

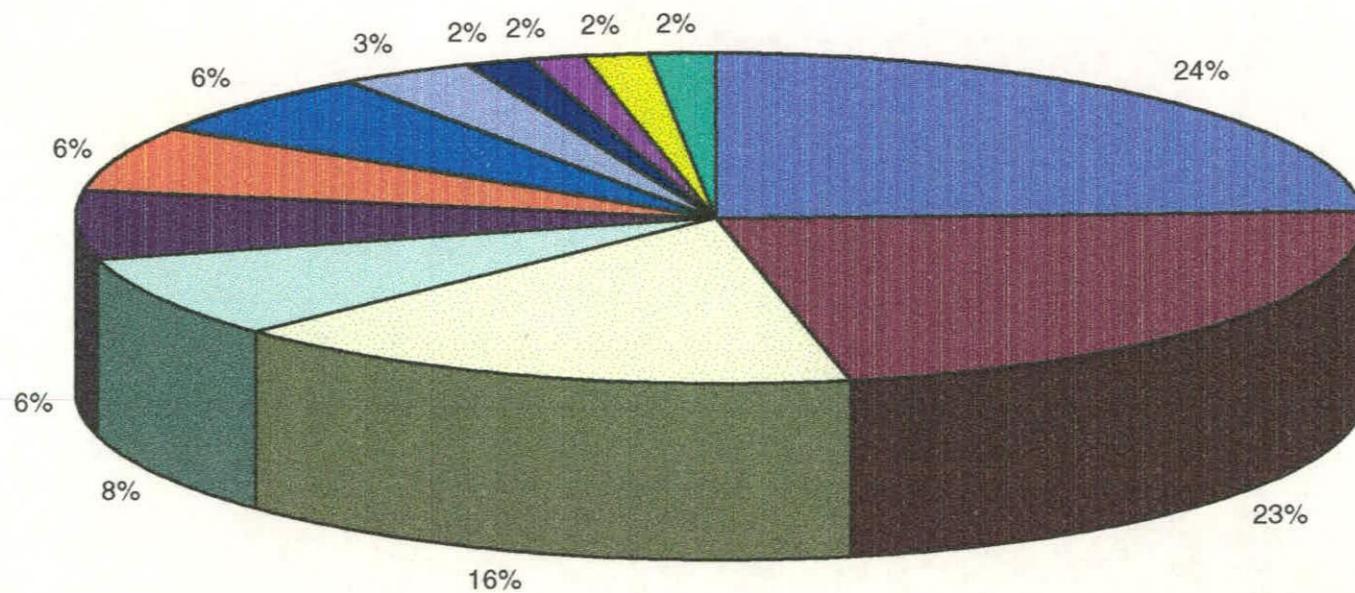
49 Cojines de Fibra de Plátano.

Llaman 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.

VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO - TEJEDURIA

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

VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO - TEJEDURIA



- TAPETES
- INDIVIDUALES
- MOCHILAS
- COJINES
- CORTINAS
- BOLSOS EN SEDA
- RACIMOS UVA
- MANTELES
- TELAS BALAY
- THROUS
- RUANAS
- MANTAS

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.

47 Kamizú (Guangúí Cauca).

Estos productos no llamaron la atención. La falta de claridad en su uso obstaculizó la venta de los mismos.

48 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.

49 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.

50 Rayo Maritza (Itsmina Chocó).

El producto gusta por su calidad, forma, carga, cultural y tradición de uso. Su precio es accesible.

51 Servilleteros de Coco.

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

52 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.

53 Pasaboqueros Coco (Barú - Bolivar).

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.

54 Silleta Chocó Picos. (Itsmina)

Este es una diversificación del rayo Maritza, tuvo buena acogida entre compradores jóvenes, su precio dificultó un poco su venta.

55 Pesebre de Pauche. (Zapatoca - Santander).

Se vendió muy bien, por su delicadeza, precio, limpieza; fue adquirido en su mayoría por coleccionistas de pesebres.

56 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.

57 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.

58 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.

59 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.

60 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.

61 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.

62 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.

63 Silla Amarillo Araña (Nuquí).

Este tipo de silla gustó mucho por su diseño, estabilidad y precio, la demanda superó la oferta.

64 Mesa Amarillo .(El Rosal).

Tuvo buena aceptación, pero infortunadamente el transporte avería un poco los muebles, su valor comercial fue aceptado.

65 Mesa Pepe Chonta (Jurubidá Chocó).

Esta llamó la atención a nivel estético, sin embargo presenta algunos problemas de estabilidad y construcción.

66 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.

67 Butacos en Chonta. (Nuquí Chocó).

Estos gustaron formalmente, pero resultaron bastante frágiles.

68 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.

69 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.

70 Solitarios Guadua Coco (Zipacón Cachipay).

Producto de buena aceptación, gusto su diseño y utilidad. El precio dificultó la venta.

71 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.

72 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.

73 Ensaladeras de Madera Torneadas (Colosó Sucre).

La grande se vendió rápidamente, su precio resultó muy accesible, las pequeñas tuvieron menor aceptación.

74 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.

75 Papeleras (Incontro).

Llamó la atención la combinación de materiales, sin embargo el producto necesita modificaciones a nivel de calidad y precio.

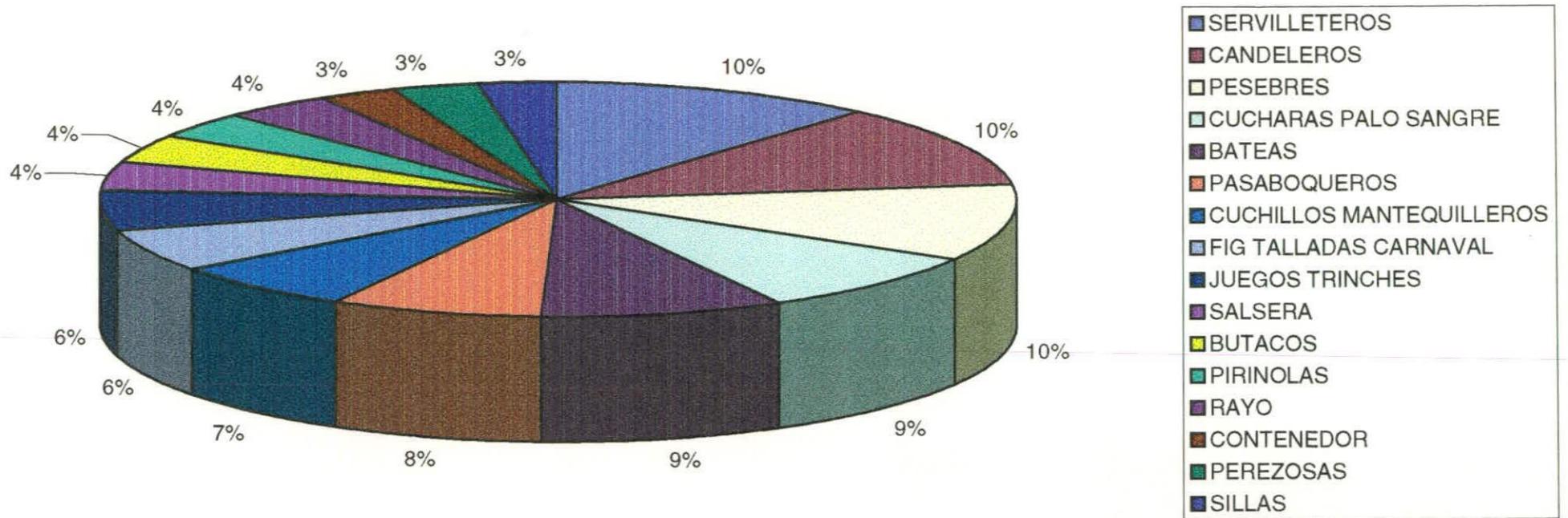
76 Lámparas (Incontro).

Necesitan ajustes a nivel de diseño, a pesar de esto se vendieron algunas piezas, gustó la combinación de materiales en las mismas.

VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO - CARPINTERIA Y TALLA

TIPO DE PRODUCTO	TOTALVENTAS
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

VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO - CARPINTERIA Y TALLA



TRABAJOS EN GUADUA Y BAMBU

77 Silla Bar Alta Mimbres (Silvania).

Esta silla gustó pero los compradores prefieren la de Yaré.

79 Mesedora (Silvania).

Está dentro de los muebles más exitosos, la gente solicitó los cojines.

80 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.

TALLA EN CARBON

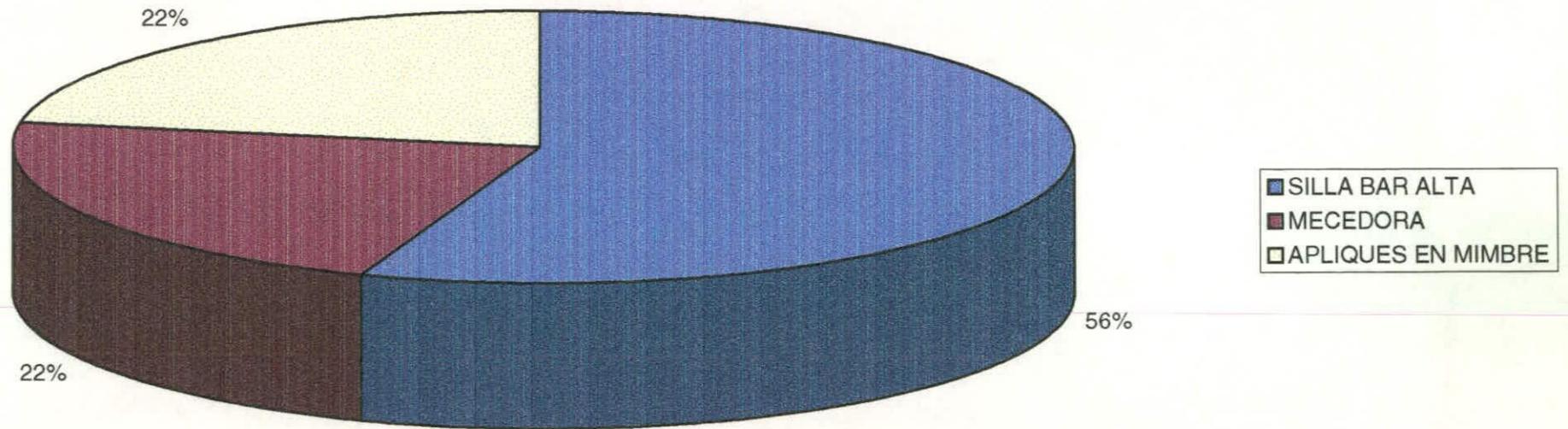
73 Productos de Carbón. (Morcá, La Jagua).

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.

VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO - TRABAJOS EN GUADUA Y BAMBU

TIPO DE PRODUCTO	TOTAL VENTAS
SILLA BAR ALTA	5
MECEDORA	2
APLIQUES EN MIMBRE	2

VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO - TRABAJOS EN GUADUA Y BAMBU



VENTAS POR TIPO DE PRODUCTOS - TALLA EN PIEDRA

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

TALLA EN PIEDRA

74 Piedra Jabón Servilleteiros y Animales (Santa Marta Magdalena).

Tuvieron gran aceptación sobre todo las tallas de animales, los servilleteiros no se venden tan bien. El precio de estas tallas es muy bueno.

75 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.

76 Candelabros y Acuñaibros 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.

77 Frutero en Piedra y Forja.

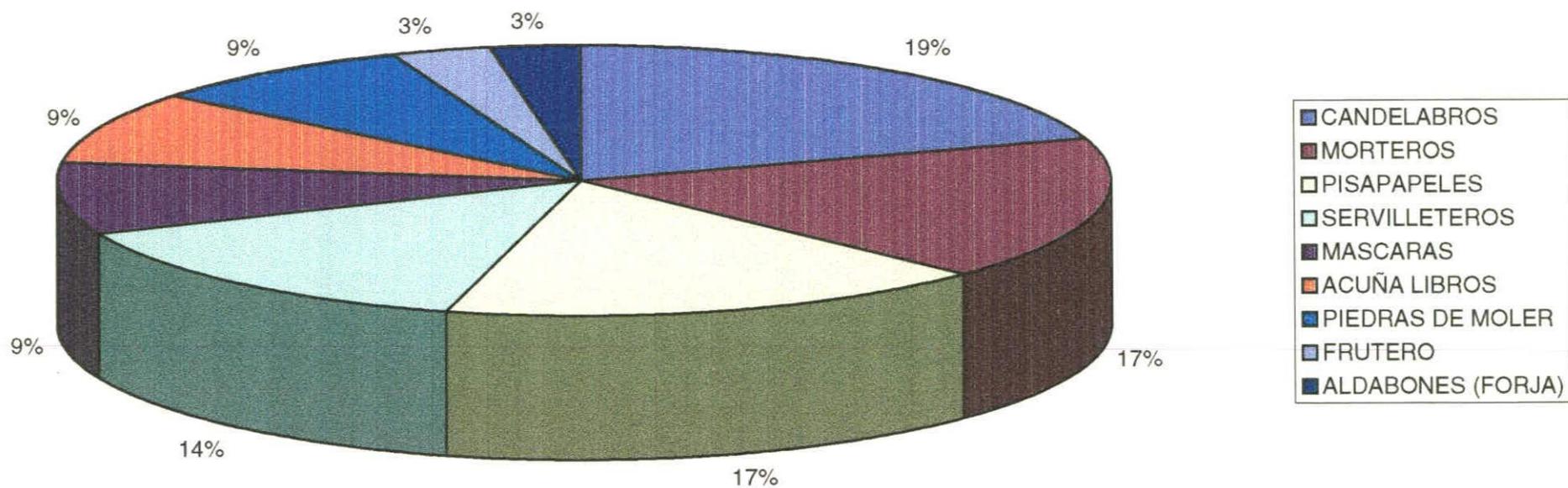
Este objeto fue atractivo por la combinación de materiales, su peso era muy alto y su capacidad poca.

METAL

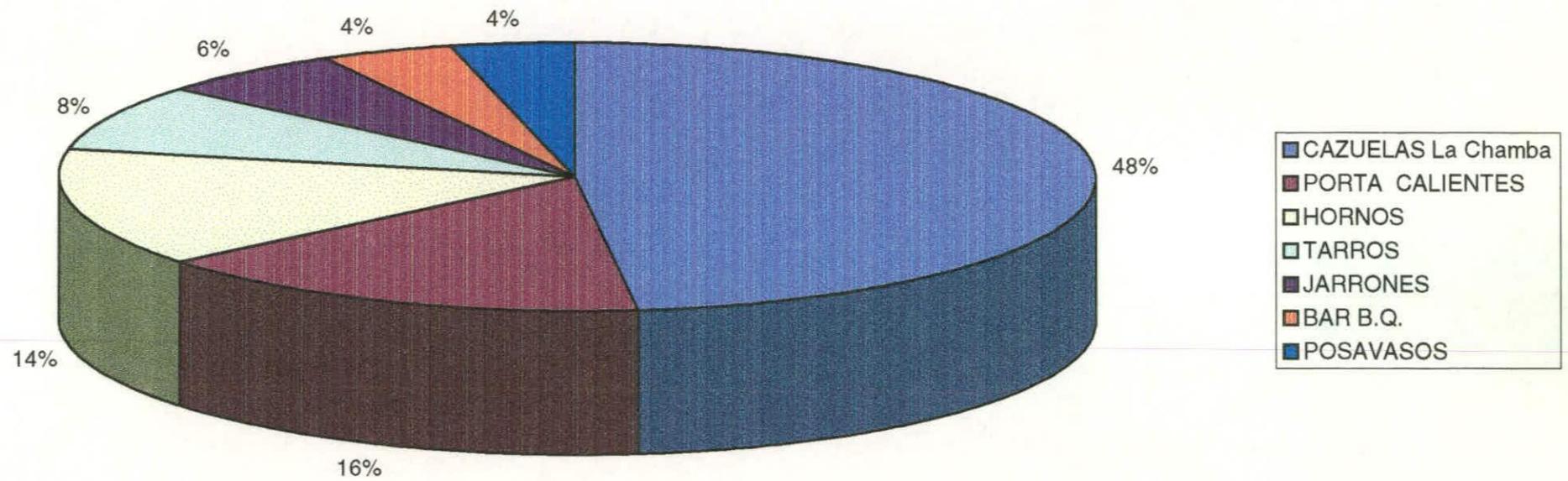
78 Haladeras y Haldabones.

La exhibición de los mismos dificultó el que los compradores pudieran entender su función, el público se quejo de su precio y su peso.

VENTAS POR TIPO DE PRODUCTOS - TALLA EN PIEDRA



VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO - CERAMICA



VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO - CERAMICA

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

VIDRIO

84 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.

85 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 dió mejores resultados a nivel de ventas.

86 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.

87 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.

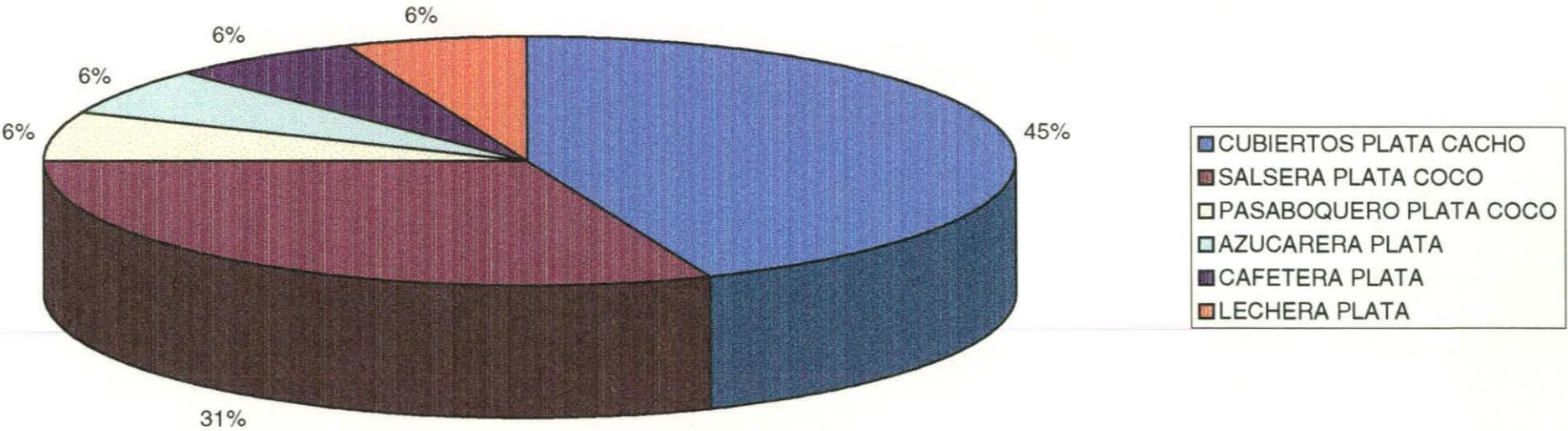
El aderezo "Inravisión Presenta" no tuvo mucha aceptación. El precio de la joyería en algunos casos afectó la decisión de compra.

Para algunos visitantes conocedores de joyería los sistemas y ensambles de estas piezas son muy acertados.

VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO - PLATERIA

TIPO DE PRODUCTO	TOTAL VENTAS
CUBIERTOS PLATA CACHO	7
SALSERA PLATA COCO	5
PASABOQUERO PLATA COCO	1
AZUCARERA PLATA	1
CAFETERA PLATA	1
LECHERA PLATA	1

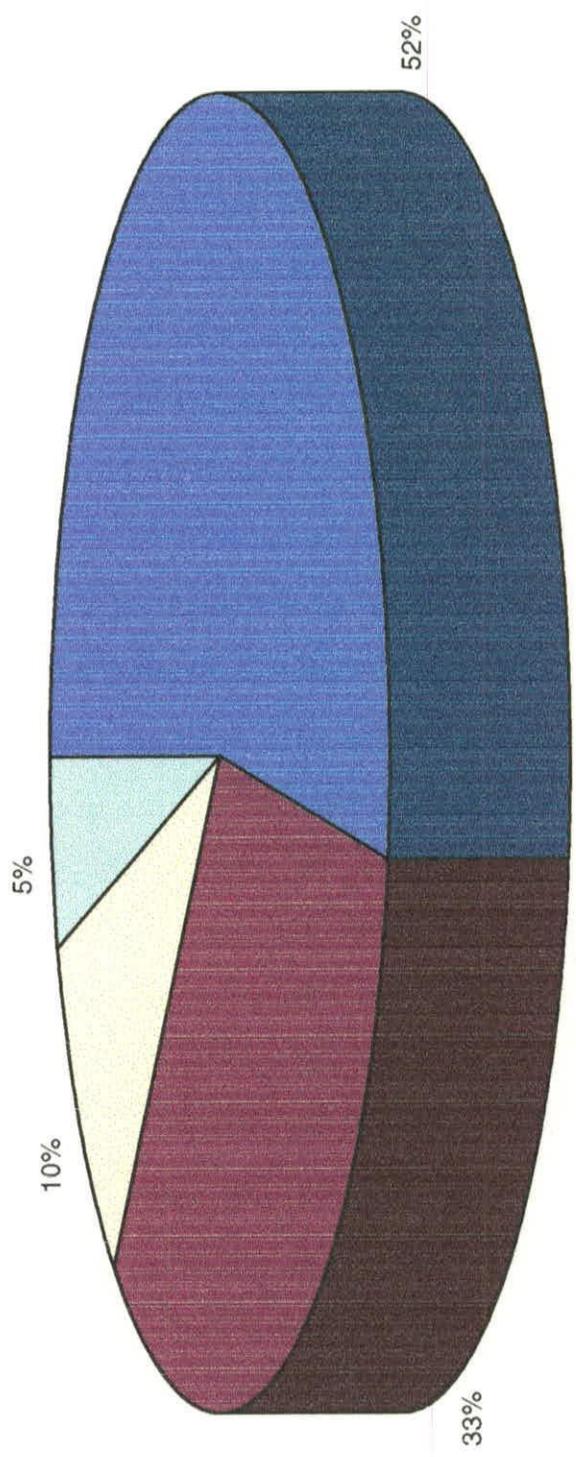
VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO - PLATERIA



VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO - JOYERIA

TIPO DE PRODUCTO	TOTAL VENTAS
ANILLOS	11
ARETES	7
PULSERAS	2
GARGANTILLA	1

VENTAS POR TIPO DE PRODUCTO - JOYERIA



- ANILLOS
- ARETES
- PULSERAS
- GARGANTILLA

OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

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.

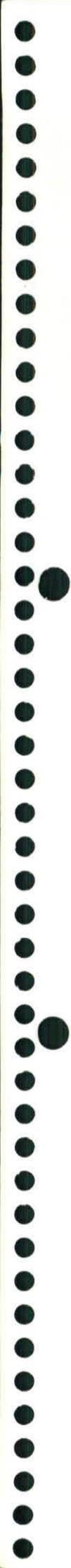
La contratación de una persona diferente a la Unidad de Diseño para el manejo de la caja fue una decisión acertada por la seriedad y tranquilidad que brinda al grupo responsable del stand.

ANEXOS

PROPUESTA APROBADA DEL STAND

TARJETAS DE PRESENTACION CONTACTOS
REALIZADOS DURANTE LA FERIA

RPOPUESTA MOBILIARIO STAND, NO APROBADO



PERSPECTIVA STAND



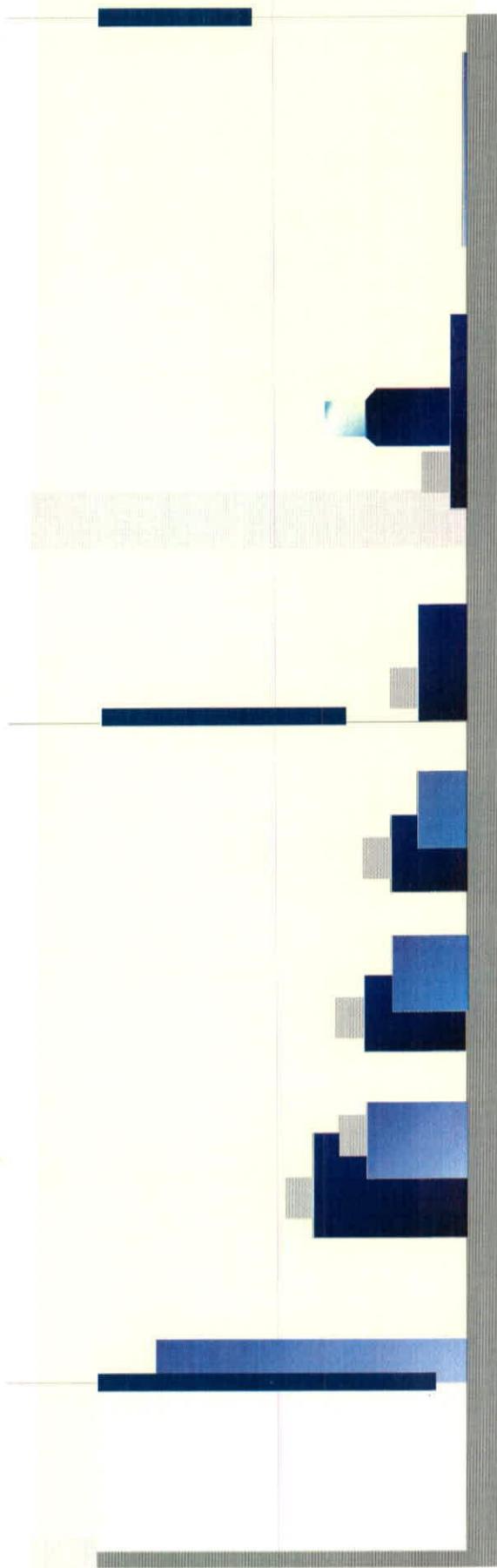
DISTRIBUCIÓN

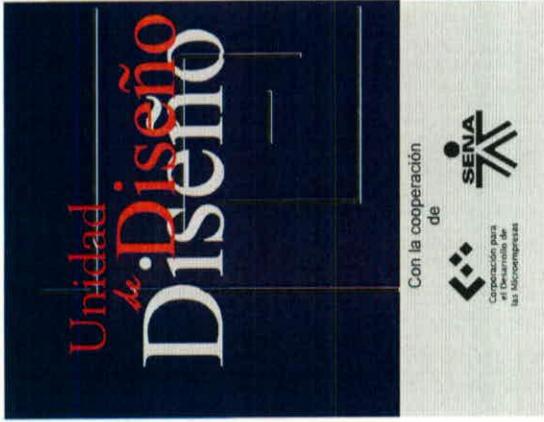
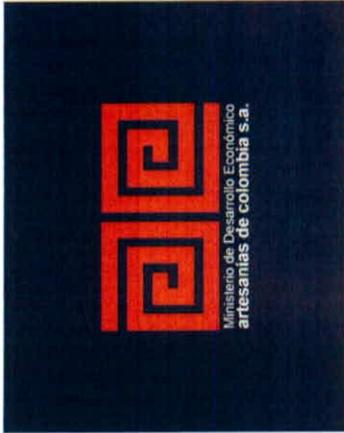
vista frontal



DISTRIBUCIÓN

vista lateral





Artesanías de Colombia S.A.
por medio de la Unidad de Diseño
ejecuta proyectos y acciones que
están encaminadas a beneficiar
el sector artesanal.

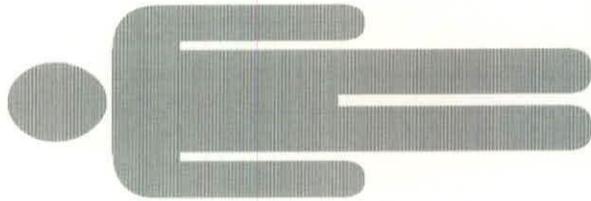
Para este propósito la
Unidad de Diseño ha generado dos
grandes estrategias que son:

Innovación y mejoramiento tecnológico
Investigación y desarrollo de productos

Los cuales desarrolla a través del
rescate, rediseño, diversificación y
creación de nuevos productos
artesanales con proyección comercial.



Corporación para el Desarrollo de las Microempresas

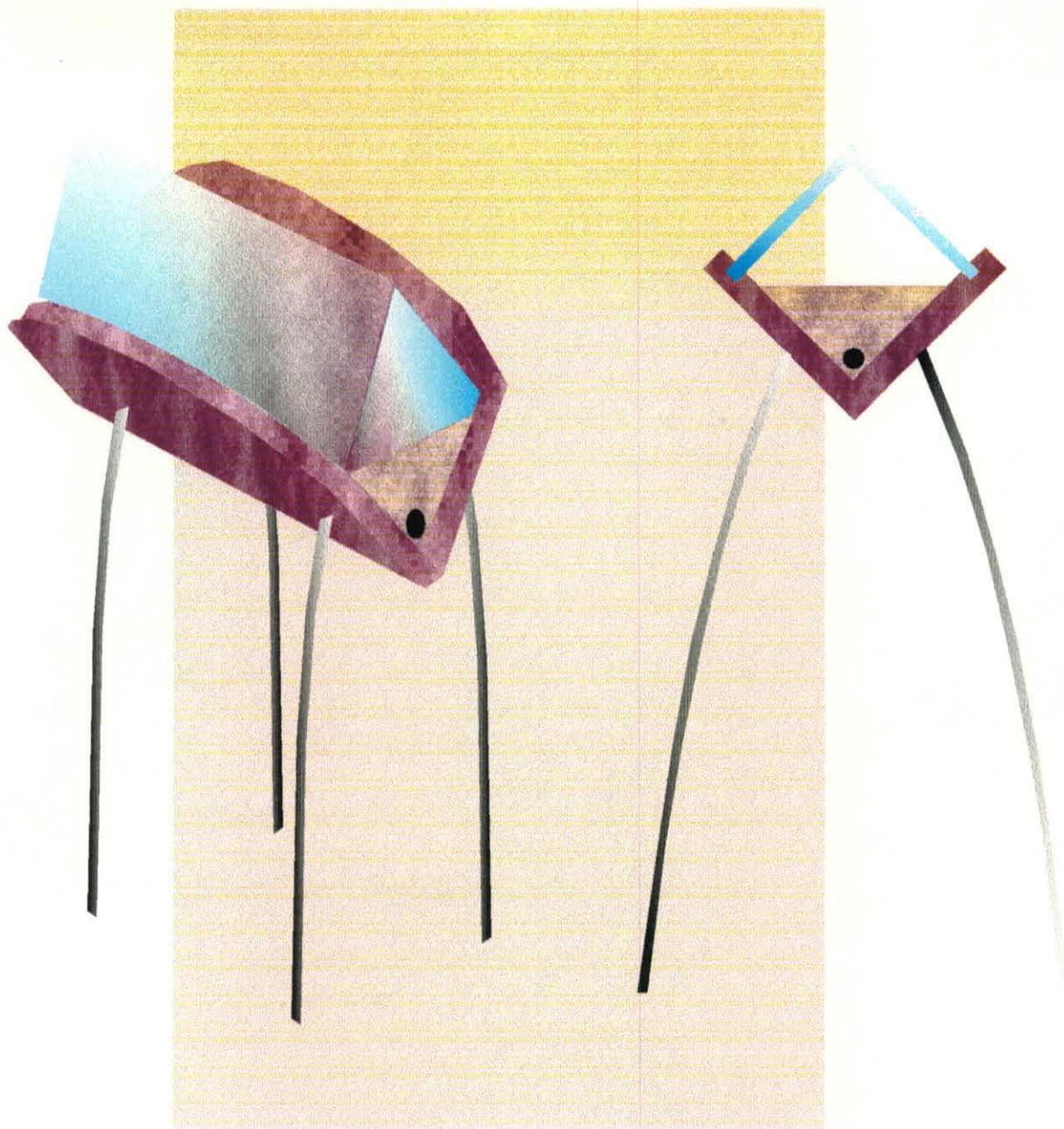


PENDONES

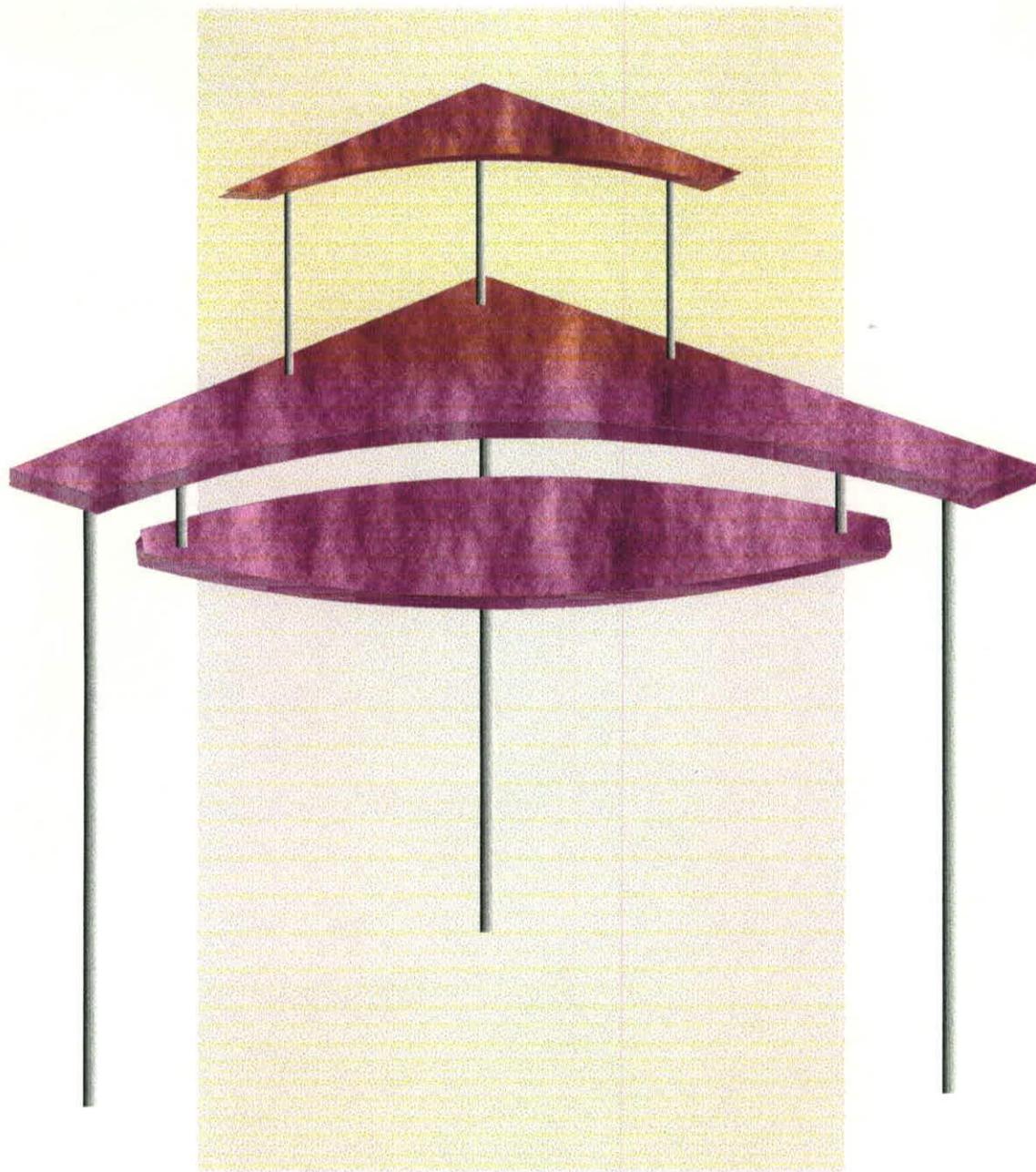
**LISTA DE CONTACTOS REALIZADOS DURANTE EXPOARTESANÍAS 99
EN EL STAND DE LA UNIDAD DE DISEÑO**

NOMBRE	PRODUCTO	TELEFONO
MARIA EUGENIA PELAEZ	PASABOQUEROS EN COCO	61612453
MYRIAM BOTERO	MUEBLES Y ENSALADERAS MADERA	6152986
MARIA CRISTINA TORRES	JUEGO DE TE BURBUJA	2561076 - 5308032
LETICIA CARVAJAL	BANDEJA CUADRADA USIACURI	2131224
LUCIA DE CASTELL	JUEGO DE TE FACETAS	2131440
LYDA ROMERO	BANCO REDONDO GUACAMAYAS, BANDEJAS USIACURI	3366266
MARIA CRISTINA DE ESCOBAR	PASABOQUEROS COCO	2167977
LILIANA BERNAL	TODOS LOS ARTICULOS DEL CATALOGO	2144965
JOSE A. ARIAS	SILLAS PLEGLABLES	967451941
JAVIER JARAMILLO	SILLA CHIGUIRO	335559033
CAROLINA PRECIADO	TODOS LOS ARTICULOS Y CATALOGO	2262847
IVAN CORTES	BANCO RECTANGULAR GUACAMAYAS	5725137
ESMERALDA DE DAGER	HORNOS DEL GUAINIA, SILLA BAR , SILLA PLEGABLE	6114193
YOLANDA GAMBOA	MUEBLES	6107717
ARTURO CARRILLO	SILLA BAR	6219374
BEATRIZ OBREGON	BANDEJAS USIACURI	2431707
MARIA CRISTINA MEJIA	CANASTAS Y PORTACAZUELAS EN GAITA	2531405
MARIA LEIDA GUZMAN	JARRON EN ARCILLA Y CHIQUI CHIQUI	2563995
GERMAN FIGUEROA	TODO DOCE PIEZAS POR OBJETO, CATALOGO	6430292
PATRICIA GUERRERO	APLIQUES EN MIMBRE	3339224
MARCO TULIO MEJIA	MECEDORAS EN MIMBRE	4160103
ESPERANZA DE MARIN	JUEGO PLATA FACETAS	3383292
MARIA CLARA DE VILLEGAS	COJINES EN FIBRA DE PLATANO TRES EN CADA COLOR	6362151
GUILLERMO MARROQUIN	MUEBLES EN YARE	6180525
GLORIA CARDONA	INDIVIDUALES EN FLOR DE NUDILLO	2532909
CECILIA LONDOÑO	MANTELES DE MORROA	6300191
LUIS ROBERTO RODRIGUEZ	PRODUCTOS DE COCO Y NACAR , PROVEEDOR EN SANTA MARTA	094 339018

EXHIBIDOR DE JOYERIA



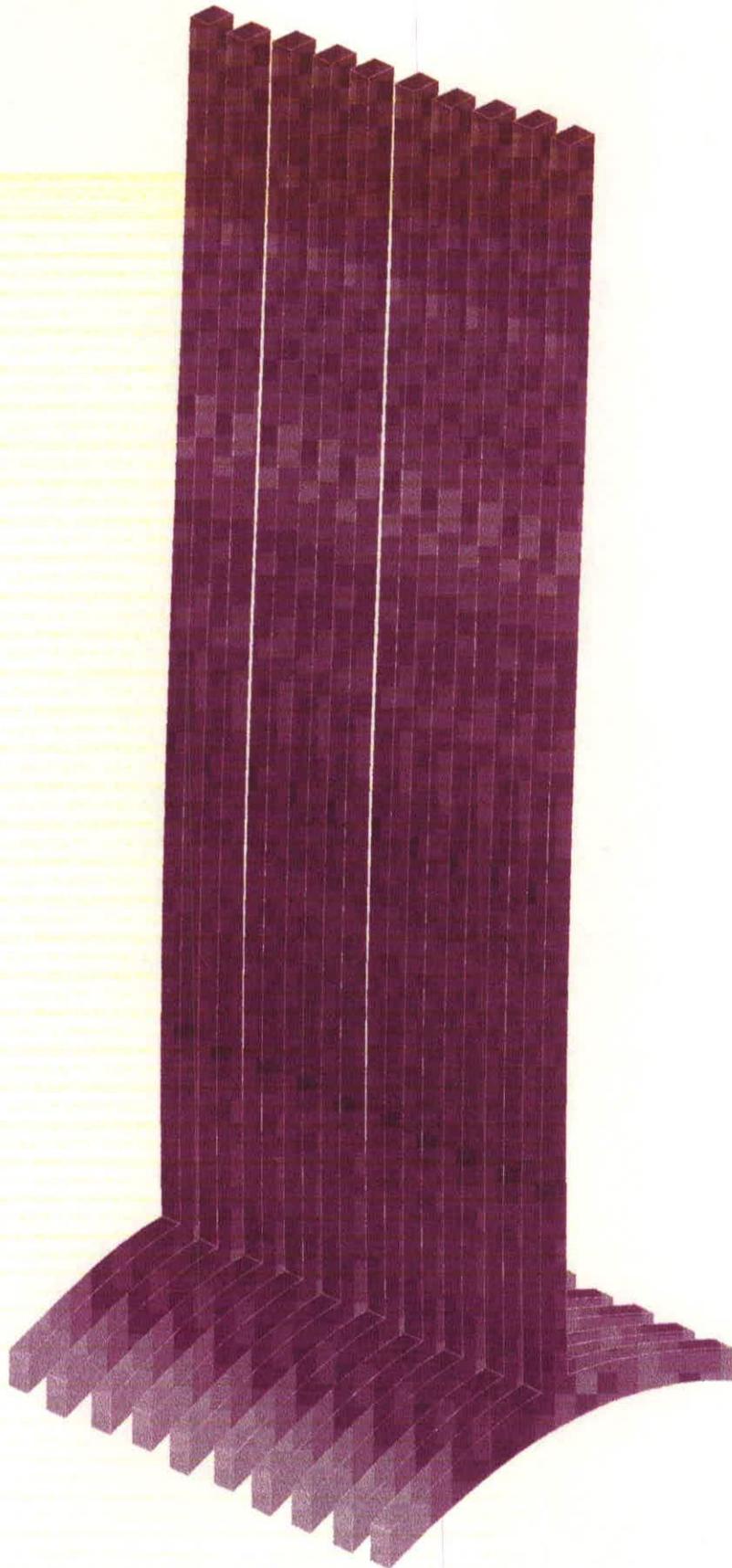
MUEBLE COMPUTADOR



HABLADORES



MUEBLE VERTICAL



Proyectos de arte
TALLER ARTE CARBE

LUIS ROBERTO RODRIGUEZ G

LAMPARAS BISUTERIA eTC

Color - Natur

CALLE 13N 18 76 STOR OJEDA
BONDA MAGDALENA
SANTA MARTA COLOMBIA

Tel : 094339018

PROYECTOS Y CONSTRUCCIONES S.A.
ARQUITECTURA CONVERTIDA EN DISTINCION

GERMAN FLORES

MARTHA VARGAS QUIROGA
SUB-GERENTE GENERAL

Calle 51 No. 36-30
Tel. 6430292 - Fax: 6432189
Bucaramanga - Colombia

E-mail: epycsa@col1.telecom.com.co



**HOGIER
GARTNER & CIA. S.A.**

ENRIQUE ORTIZ SANCHEZ
EJECUTIVO DE CUENTA

AVANTELE: 6238000 Cód. 120929 - CELULAR: (033) 2383995

Carrera 53A No. 81 - 16
Apartado Aereo 100654
Bogotá D.C., Colombia

PBX: 311 9899 - 630 6977
Fax: **2251700** e-mail:
hogier@cable.net.co

2 perdidas



VIEMAT LTDA.
COLOMBIA

Calle 52 No. 14-38 Fax 249 59 88
Teléfono: 235 82 55

MAGDA LORENA GUTIERREZ

Importación y suministros de
materias para la elaboración de:
pinturas, cerámicas y fricción

Santafé de Bogotá, D.C.


Earthest
The third planet company

**Soluciones digitales en
tecnología de la información**

LUIS MANUEL RUEDA
Gerente comercial

Calle 137 A No 52-35
Torre 7 of: 502 Tel: 2719785
Fax: 3479538
E-mail: earthest@excite.com
manuely2k0@excite.com
Santa fe de Bogotá Colombia


colexpo.com
www.colexpo.com

Carmen Luz Vélez V.
Gerente de Ventas

Tel: 624 0380 / Beeper: 288 0199 cod: 11477
e/mail: caluz@colexpo.com

Bayer 

Christina Streubel B.
Product Manager NT

Bayer S.A., Colombia
Business Group - Animal Health
Av. de las Américas No. 57 - 52
Conm: 414 22 77 Ext. 4202
Fax: 420 54 89 - A.A. 80387
Telephone Direct : 423 42 02
Santafé de Bogotá, D.C. 6

MUEBLE CENTRAL Y CAJA

