



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo  
artesanías de colombia.s.a.



**Asesoría y Asistencia Técnica**  
**“Para cualificación, selección de la artesanía y del mecato y montaje y exhibición del producto en el Pueblito Artesanal y la Plaza del Mecato, en el marco de la Feria de Tulúa, que celebra sus 50 años”**

**Informe final**  
Presentado por Subgerencia de Desarrollo  
Artesanías de Colombia.S.A.

Bogotá D.C.  
Julio 2005

**Propuesta de Asesoría y Asistencia Técnica**  
**“Para cualificación, selección de la artesanía y del mecato y montaje y exhibición del producto en el Pueblito Artesanal y la Plaza del Mecato, en el marco de la Feria de Tulúa, que celebra sus 50 años”**

**Tabla de Contenido.**

**Informe Ejecutivo**

Introducción

1. Antecedentes

2. Objetivo general

3. Objetivos específicos

3.1. Área Artesanal

3.2. Área de Mecato

4. Metodología

4.1. Área Artesanal

4.2. Área de Mecato

5. Actividades

5.1. Asistencia técnica para el mejoramiento de la producción del mecato, presentación y exhibición.

5.2. Reconocimiento de los espacios para el montaje del evento artesanal y del mecato en el Coliseo de Tulúa y contacto con el grupo organizador y coordinador de la Feria de Tulúa en sus 50 años.

5.3. Distribución del espacio por áreas y subáreas, tanto en el Pueblito Artesanal como en la Plaza del Mecato.

5.4. Convocatoria de artesanos y productores de dulces y repostería.

5.5. Evaluación y selección del mecato y del producto artesanal

5.6. Talleres Creativos para cualificación y desarrollo de nuevos productos de artesanos del Valle

5.7. Desarrollo e implementación de identidad gráfica, empaque y presentación final del producto artesanal y del mecato.

5.8. Curso taller sobre participación en eventos feriales para artesanos y productores de dulces

6. Logros e impacto de las actividades que se realizaron

6.1. Área Artesanal

6.2. Área de Mecato

7. Conclusiones y recomendaciones

7.1. Área Artesanal

7.2. Área de Mecato

8. Limitaciones y dificultades

8.1. Área Artesanal

8.2. Área de Mecato

9. Proyecciones

### **Informe sobre Ejecución del Proyecto**

1. Asistencia técnica para el mejoramiento de la producción de mecato, presentación y exhibición

1.1. Entrevista Personal con los Artesanos

1.2. Estandarización y Costos de la Receta del Producto Estrella.

1.3. Taller de Manipulación Higiénica de Alimentos

2. Asistencia técnica para el mejoramiento de la producción de artesanía, presentación y exhibición

2.2. Reconocimiento de los espacios para el montaje del evento artesanal y del mecato en el Coliseo de Tulúa y contacto con el grupo organizador y coordinador de la Feria de Tulúa en la celebración de sus 50 años.

2.3. Distribución del espacio por áreas y sub áreas, tanto en el Pueblito Artesanal como en la Plaza del Mecato.

2.3.1. Estimación de la demanda de stands, a partir de listados de participantes en ferias anteriores.

2.3.2. Desarrollo de propuesta para la exhibición de los productos en los stands

2.4. Convocatoria de artesanos y productores de dulces

2.5. Evaluación y selección del mecato y del producto artesanal.

2.5.1. Desarrollo de formatos de evaluación y diligenciamiento de los mismos.

2.5.2. Resultados de la evaluación y selección de productos artesanales y de mecato

2.6. Talleres Creativos para Cualificación y Desarrollo de nuevos productos de artesanos del Valle.

2.6.1. Capacitación en Tendencias y Segmentación de Mercados

2.6.2. Asistencia para rediseño de producto

2.7. Desarrollo de identidad gráfica, empaque y presentación final del producto artesanal y de mecato.

2.7.1. Capacitación en Imagen Corporativa

2.7.2. Capacitación en Empaque y Embalaje

2.8. Curso taller sobre Mercadeo y Participación en Eventos Feriales para artesanos y productores de dulces.

2.9. Asesoría en montaje y exhibición del producto artesanal y del mecato en: Capilla, Pueblito Artesanal, Salón Especial y Plaza del Mecato.

2.10. Asesoría para el montaje de stands.

2.11. Asesoría para el desmonte de stands.

2.12. Coordinación y seguimiento

2.13. Evaluación del Evento

- 2.13.1. Desarrollo y aplicación de encuestas y reportes de ventas
- 2.13.2. Tabulación de resultados
- 2.13.3. Seguimiento realizado por un funcionario de Artesanías de Colombia
- 3. Soportes

Bibliografía.

### **Ilustraciones**

- 1. Venta en Feria por artesano
- 2. Curva de ventas Feria de Tulúa 2005
- 3. Productos más vendidos

### **Tabla**

- 1. Resultado de asesorías
- 2. Evaluación de capacitación en Tendencias y Segmentación de Mercados
- 3. Evaluación de capacitación en Imagen Corporativa
- 4. Evaluación de capacitación en Empaques y Embalajes
- 5. Evaluación de capacitación en Mercadeo y Participación en Ferias
- 6. Evaluación de capacitación en Producción
- 7. Clasificación de productos

### **Agradecimientos**

### **Realización**

**Propuesta de Asesoría y Asistencia Técnica**  
**“Para cualificación, selección de la artesanía y del mecateo y montaje y exhibición del producto en el Pueblito Artesanal y la Plaza del Mecato, en el marco de la Feria de Tulúa, que celebra sus 50 años”**

## **Informe Ejecutivo**

### **Introducción**

El Convenio de Cooperación CNV2005-009 se suscribió entre la Junta de Ferias y Exposiciones de Tulúa y Artesanías de Colombia, para asesorar la organización del segmento de artesanía y del mecato, en el marco de la quincuagésima Feria de Tulúa, que es la más grande del país en su género y que anualmente atrae a más de doscientos mil visitantes provenientes principalmente del sur occidente colombiano.

Artesanías de Colombia, a través del Laboratorio Colombiano de Diseño, puso al servicio de los organizadores de la Feria de Tulúa la experiencia exitosa de la Empresa en este tipo de actividades. Para ello, evaluaron, seleccionaron y asesoraron a más de 150 artesanos de todo el país y a productores de mecato, especialmente del Departamento del Valle del Cauca, que participaron en el evento. La asesoría contribuyó con el logro del objetivo de elevar el nivel de la muestra artesanal expuesta en la 50 versión de la Feria de Tulúa, para consolidar dicho evento como uno de los más importantes del país en su género.

Artesanías de Colombia, igualmente proporcionó la participación de la Corporación Academia Colombiana de Gastronomía, que asesoró el proceso de rescatar y apoyar a los productores de mecato de Tulúa, para estandarizar sus recetas y costearlas, con el fin de preservarlas y mejorar sus ingresos, dando como resultado una optimización de las mismas, manteniendo su carácter tradicional y artesanal.

Gracias a los productores de mecato, estas recetas continúan vigentes en la región del Valle del Cauca y, a través de éstas, los productores han encontrado una forma digna de trabajar e inconscientemente han protegido y divulgado los sabores del pasado de su región.

Desde hace ya tres años, la Cámara de Comercio y la Junta de Ferias y Exposiciones de Tulúa, bajo el nombre de Plaza del Mecato, han involucrado a los productores del mecato en La Feria de Tulúa. Por esta razón, se trabajó en conjunto con esta entidad para asesorar a 30 productores de mecato, inscritos para participar en la versión 50 de la Feria de Tulúa.

Para cumplir los objetivos se adelantaron las siguientes acciones:

- Reunión en la sede de la Cámara de Comercio de Tulúa, con los productores invitados a participar en la feria, con el fin de explicar el trabajo de la Academia y sus objetivos. Tal reunión se llevó a cabo el 11 de mayo/05. (**Ver Anexo 1 Academia Colombiana de Gastronomía**)
- Entrevista personal con cada uno de los participantes del programa para rescatar una de las recetas originales de mecato que trabajan, y de esta manera analizar las debilidades y fortalezas de la preparación.
- Taller personalizado, con una instructora de la Academia, para estandarizar y costear la receta escogida, dando como resultado platos, dulces y postres, con igual sabor y calidad, a precios competitivos en el mercado.
- Taller de Manipulación Higiénica de Alimentos.

## **1. Antecedentes**

Los organizadores de la Feria de Tulúa se propusieron este año elevar la calidad de la artesanía y de los productos de mecato, con el fin de posicionar mejor la Feria, que en junio de 2005 celebró sus 50 años de existencia. Para ello solicitaron la asesoría y asistencia técnica de Artesanías de Colombia, entidad a la que le reconocen el Know How y el éxito en la organización de eventos feriales como EXPOARTESANÍAS, MANOFACTO, Eje Cafetero, Encuentro Andino y Artes Manuales.

Artesanías de Colombia, a su vez, vinculó a la Corporación Academia Colombiana de Gastronomía, que encontró un grupo de productores con gran interés en progresar, abiertos a sugerencias para mejorar la producción, calidad y precios de sus productos, manteniendo la parte artesanal y tradicional de los mismos.

Para superar las dificultades económicas que atraviesa el país, muchas familias han visto, en la elaboración artesanal de productos tradicionales de dulcería y mecato, una forma efectiva y rápida de incrementar sus ingresos económicos. Estas familias, por lo general mujeres cabeza de hogar, han sacado de la mesa diaria de su casa las recetas del mecato vallecaucano, para dar inicio a pequeños negocios y comercializarlas en las diferentes plazas y ferias de la ciudad de Tulúa. Las recetas, por lo general, han sido transmitidas de madre a hija, de generación en generación, y se vienen preparando de la misma forma rudimentaria, con medidas “propias” poco exactas, y con un mal manejo de costos.

## **2. Objetivo General**

En el área artesanal, elevar la calidad de la muestra que se realizará en el marco de la Feria de Tulúa, que en el 2005 cumple 50 años de existencia y contribuir para que este evento se convierta en uno de los más competitivos y con mayor reconocimiento a nivel nacional. En el área del mecato, mejorar los procesos de producción mediante la estandarización de recetas y enseñar a los productores de mecato a manejar la fórmula básica para sacar los costos de sus productos, de manera que el artesano sepa exactamente cuánto le cuesta su producto y cuánto está ganando por la venta del mismo.

## **3. Objetivos Específicos**

### **3.1. Área Artesanal**

- Seleccionar y desarrollar productos artesanales y de mecato acordes con las tendencias del mercado, que satisfagan las expectativas de los organizadores de la Feria de Tulúa y causen impacto en los compradores que la visitan.
- En la Feria de Tulúa, contar con productos artesanales, de dulcería y repostería con mayores estándares de calidad, empaques e imagen corporativa.

- Exhibir los productos de tal manera que se realcen sus atributos e induzcan fácilmente a la compra.
- Capacitar a los artesanos y a los productores de dulce y repostería para que dispongan de mayores conocimientos sobre la manera como deben participar en eventos feriales.
- Trabajar con los artesanos y los productores de dulce para que alcancen una mayor capacidad creativa y mayores conocimientos sobre las tendencias del mercado.
- Reunir una muestra artesanal con productos de calidad, en un porcentaje del 40%, diferentes a los exhibidos en la Feria en años anteriores.
- Consolidar una muestra artesanal y de mecato que se destaque en el marco de la Feria, tanto por su calidad como por su presentación atractiva al público.
- Lograr ventas de productos artesanales y de mecato superiores en un 10% a las del año 2004.
- Lograr satisfacción en los expositores por haber alcanzado un volumen de ventas mayor al año anterior.

### 3.2. Área de Mecato

- Manejar buenas prácticas en la manipulación higiénica de alimentos, tanto en la preparación como en el almacenamiento de los insumos y del producto final.
- Manejar con los artesanos pesos y medidas estandarizadas para un mejor resultado final del producto.
- Mejorar los procesos de producción de los mecatos para optimizar tiempos.
- Trabajar con el productor el costo real de sus productos, para que conozca cuánto está gastando en la producción y cuánto es la ganancia real.

## 4. Metodología

### 4.1. Área Artesanal

Las actividades que se desarrollaron con los artesanos estuvieron antecedidas por reuniones con los organizadores del evento y en particular con la Ejecutiva del área artesanal, en representación de la Junta de Ferias y Exposiciones de Tulúa y el Ejecutivo de la Plaza de mecato, en representación de la Cámara de Comercio de Tulúa. Las agendas de las reuniones incluyeron la presentación de los programas a desarrollar en cada una de las actividades y el consenso entre las partes, buscando con ello la armonía en la ejecución de las obligaciones

pactadas entre las dos entidades y el cumplimiento satisfactorio de las metas que se propuso alcanzar Artesanías de Colombia.

El trabajo con los artesanos y los productores de mecato se llevó a cabo de forma interactiva, de manera que éste se pudiera enriquecer, tanto desde los artesanos como beneficiarios de las asesorías y asistencias técnicas, como desde los diseñadores y especialistas de la gastronomía, como facilitadores de los procesos de aprendizaje. Esta metodología se aplicó, tanto en las sesiones de trabajo que se llevaron a cabo con grupos de beneficiarios, como durante las jornadas de trabajo personalizado, que se realizaron con cada uno de los beneficiarios del proyecto.

Con el ánimo de mejorar la calidad del servicio que prestó Artesanías de Colombia, a los beneficiarios se les solicitó la evaluación de cada una de las actividades realizadas, cuyos resultados se presentan en un capítulo posterior.

## 4.2. Área de Mecato

Después de la reunión sostenida con el representante de Artesanías de Colombia y de escuchar expectativas referentes a la mejora de la calidad del mecato del municipio de Tulúa y luego de haber realizado entrevistas personales con los productores, para conocerlos y tener información sobre sus productos, se dividió el trabajo en dos etapas:

Primera etapa: estandarización de recetas y costos de preparación y venta del producto. En esta etapa se organizó un programa individualizado de trabajo, de una y media horas por mecatero, con el fin de estandarizar sus medidas personalizadas de “un tantico”, “un puchito”, “una cajita”, “un frasco”, entre otras, y pasarlas a gramos y concientizarlos sobre la importancia de trabajar con estas medidas para la preservación de recetas típicas de la región y conservarlas para las generaciones futuras, como patrimonio familiar y del país; además obtener una preparación con calidad constante y precios de venta al público que cubran los costos fijos y dejen utilidades apropiadas para el crecimiento del “negocio”.

Segunda etapa: Curso de 4 horas sobre Manipulación Higiénica de Alimentos, con el objeto de instruir a los productores de mecato en la forma correcta de la manipulación de alimentos, además de la higiene y desinfección, tanto de las áreas de trabajo, como de los trabajadores.

## 5. Actividades

5.1. Reconocimiento de los espacios para el montaje del evento artesanal y del mecato en el Coliseo de Tulúa y contacto con el grupo organizador y coordinador de la Feria de Tulúa en sus 50 años.

Sobre el plano, en medio digital, del Coliseo de Ferias se planteó, tanto la modificación de la distribución de los nuevos stands del Pueblito Artesanal, como la reubicación de la Plaza de Mecato.

5.2. Distribución del espacio por áreas y subáreas, tanto en el Pueblito Artesanal como en la Plaza del Mecato.

Para la exhibición del producto artesanal, se acordó, con los organizadores de la Feria, en cabeza del Presidente de la Junta de Ferias y Exposiciones de Tulúa, doctor Jorge Alberto Cruz, escoger entre dos propuestas planteadas, la que preveía una distribución de 40 stands de 3 m. de ancho x 2 m. de profundidad x 2.70 m. de altura, por el hecho de facilitar el flujo de personas, favorecer la iluminación y permitir la participación de un número mayor de artesanos expositores.

Para la organización y disposición de los sitios de exhibición en la Plaza del Mecato, se presentaron cuatro propuestas, para ubicar una cantidad estimada de 35 toldos y cuatro carpas blancas de 4 m. x 4 m. Las cuatro propuestas tuvieron en cuenta los siguientes parámetros: aprovechamiento del espacio, áreas de circulación, coherencia con los espacios del entorno, y seguridad, tanto de los productores de mecató, como de los visitantes, en razón a que algunos expositores manipularían altas temperaturas con fogones y hornos.

Con el fin de lograr un montaje uniforme, se propuso que los stands para los expositores de artesanía fueran desarrollados en guadua, lo cual fue aceptado por los organizadores. Para la Plaza del Mecato se planteó una propuesta similar y para los expositores de esta área se propuso un delantal, con el fin de generar en el público visitante una atmósfera de armonía, organización y especialmente higiene.

### 5.3. Convocatoria de artesanos y productores de dulces y repostería.

La convocatoria se hizo a 198 artesanos y productores de dulces, a quienes se les solicitó presentar, en el momento de la preinscripción, el producto con el que deseaban participar, para ser sometido a evaluación del equipo asesor de diseñadores del Laboratorio Colombiano de Diseño, encargado de realizar la selección de los productos para el evento. Estos procesos fueron acogidos con interés y entusiasmo por los artesanos y los productores de dulces, quienes respondieron positivamente, tanto a la invitación para participar en el evento, como al proceso de evaluación del producto.

Para la convocatoria se utilizaron, tanto las bases de datos suministradas por el Equipo Coordinador de la Feria de Tulúa, como la información de Artesanías de Colombia sobre los eventos de EXPOARTESANÍAS y Eje Cafetero.

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

Este proceso se llevó a cabo en las instalaciones del Coliseo de Ferias “Manuel Victoria Rojas” y para ello se analizaron aspectos relativos a la imagen corporativa del taller productor, contenido de diseño, innovación del producto, calidad y empaque. Se atendieron 79 talleres artesanales de los cuales 36 fueron aprobados. Los 22 productores de mecató fueron aprobados en su totalidad y se les asesoró en imagen corporativa y empaque. A los artesanos del Eje Cafetero se les atendió en la sede del Laboratorio Colombiano de Diseño, en Armenia-Quindío. A los artesanos con residencia en otras ciudades del país se les pidió enviar cinco muestras físicas del producto, catálogo digital o impreso de productos con su respectiva imagen corporativa en el caso de poseerla.

## 5.5. Talleres Creativos para cualificación y desarrollo de nuevos productos de artesanos del Valle.

Luego de hacer la evaluación a tres productos en promedio de 79 talleres, se trabajó con los artesanos en el mejoramiento de la calidad del producto, especialmente acabados, implementación de nuevas formas y optimización del proceso de producción. También se desarrolló la imagen corporativa y los elementos gráficos para 43 talleres de artesanos y productores de mecato que fueron seleccionados para participar en la Feria de Tulúa.

En un primer momento del proceso de evaluación, a los artesanos se les hicieron observaciones y recomendaciones sobre el diseño en sí del producto, los materiales utilizados y la calidad de los acabados. Luego se les dio un plazo de 10 días para realizar las modificaciones y recibir una nueva asesoría del Equipo de Diseñadores. De los 79 talleres atendidos, sólo se les seleccionó producto a 36 artesanos. Doce talleres atendieron las recomendaciones, realizaron las mejoras propuestas por los asesores y regresaron para recibir una nueva asesoría. Los 31 talleres restantes prestaron poco interés en una nueva asesoría.

En el marco de esta actividad se realizaron capacitaciones sobre los temas de: Tendencias y Segmentación de Mercados; Imagen Corporativa; Empaques y Embalajes; Comercialización y Participación en Ferias y finalmente, Producción. Al término de dichos cursos, cada artesano y cada productor de mecato que participó, evaluó la actividad, con los siguientes resultados: Muy Bueno: 66.4%; Bueno: 27.1%; Aceptable: 7.2% y Deficiente: 1.0%

## 5.6. Asistencia técnica para el mejoramiento de la producción del mecato, presentación y exhibición.

Durante la asesoría para estandarización de recetas y costeo del producto, la Academia Colombiana de Gastronomía atendió a 25 productores de mecato (14 mujeres y 11 hombres), durante un promedio de 2 horas dedicadas a cada uno, quienes obtuvieron la estandarización de la receta seleccionada y aprendieron a sacar los costos de producción y fijar los de venta para obtener una ganancia justa.

Los productos objeto de esta asesoría fueron: “Empanaditas”; “Marranitas, Champús y Lulada”; “Obleas Domínguez”; “Dulcería Ramírez”; “Mecateando con Onelia”; “Distribuidora de coco del Pacífico”; “Dulces Carmelita”; Distribuidora “La Vaquita”; “Delihojaldre”; “Guarapo Natural de Caña”; “Algodón de Dulce”; “Empanadas Doña Doris”; “La tradicional”; “Granja El Hato”; “El Crispetero”; “Mecateras de Tulúa”; “Manjares Vásquez”; “Antojitos”; “Jalea de pata”; “La Casona”; “Brevas la Caserita”; “Pan Selecto - Ricuras Tulueñas”; “Heladería Santiago”; “Proageld EDT”.

Todos los productores de mecato recibieron un certificado de asistencia al curso de Estandarización de Recetas, otorgado por la Corporación Academia Colombiana de Gastronomía. Al finalizar dicho curso, cada productor evaluó la actividad, con los siguientes resultados: Muy Bueno: 87%; Bueno: 10.5%; Aceptable: 0.6% y No responde: 1.9%

La capacitación sobre Manipulación Higiénica de Alimentos se realizó dos veces, puesto que el número de personas interesadas en tomarlo aumentó de 30 a 38 (Mujeres 27, hombres 11).

Al finalizar el Taller de Manipulación Higiénica de Alimentos, cada asistente evaluó la actividad con los siguientes resultados: Muy Bueno: 78.5 %; Bueno: 12%; Aceptable: 6%; Deficiente: 0.4% y No responde: 3.1%.

5.7. Desarrollo e implementación de identidad gráfica, empaque y presentación final del producto artesanal y del mecató.

Esta actividad incluyó dos capacitaciones con su respectivo ejercicio práctico, una en relación con imagen corporativa y la otra sobre empaque.

#### 5.7.1. Capacitación en Imagen Corporativa

A esta capacitación, con intensidad de cuatro horas, asistieron 18 personas. Se realizaron dos ejercicios prácticos, uno con el fin de analizar diferentes imágenes corporativas de empresas, para identificar nombres y colores corporativos de cada una, y otro para trabajar en el desarrollo de imágenes corporativas para una panadería, una ferretería, un restaurante, un banco y una droguería.

Hasta el 13 de mayo/05 se desarrollaron 43 paquetes gráficos acordes con los requerimientos del beneficiario, que incluían propuestas de logotipos, logotipo final, tarjetas de presentación, etiquetas y diagramación de papelería.

#### 5.7.2. Capacitación en Empaque y Embalaje

A esta capacitación, con intensidad de cuatro horas, asistieron 20 personas. En ésta se desarrollaron temas relativos a la clasificación de empaques, características de los mismos, propiedades y tipos de materiales utilizados para su elaboración. Este trabajo se complementó con un ejercicio práctico, que permitió ilustrar a los asistentes sobre la manera de utilizar adhesivos o ensambles simples y la forma de realizar un empaque de dos piezas, con el fin de ser desarrollado por el artesano para su propio taller.

#### 5.8. Curso taller sobre participación en eventos feriales para artesanos y productores de dulces

A esta capacitación, con intensidad de cuatro horas, asistieron 23 personas. Se desarrollaron temas sobre comercialización y venta de productos, mercadotecnia, actitudes del cliente potencial en una feria, atención al cliente, servicio post-venta y conceptos básicos de exhibición como, jerarquía de los productos, color, iluminación y finalmente, utilización de la imagen corporativa. También se realizó un ejercicio práctico para ilustrar a los asistentes sobre la manera de realizar estructuras en cartón corrugado y tubos de aluminio, con el fin de obtener estanterías sólidas para el montaje de stands en eventos feriales como el de Tuluá.

Adicionalmente, y a solicitud de la Junta de Ferias y Exposiciones de Tuluá, el 26 de mayo/05, se dictó una conferencia sobre producción, con intensidad de cuatro horas, a 12 mujeres cabeza de hogar de comunidades negras de Tuluá.

## 6. Logros e impacto de las actividades que se realizaron

### 6.1. Área Artesanal

- Organización y distribución de stands en el Pueblito Artesanal: con el fin de lograr un desarrollo más dinámico y nutrido de la Feria, se realizó un montaje, con 40 stands más que el año anterior, de manera que se pudiera aumentar el número de participantes, que efectivamente pasó de 58 talleres artesanales en el 2004, a 98 talleres artesanales en el 2005.
- En el 90% de los stands se exhibió producto que fue evaluado, mejorado y seleccionado por expertos en el tema.



**Imagen 1: Tinglado sin montar, Pueblito Artesanal.**

- Identidad e imagen de la Feria de Tuluá: Se mejoraron los elementos de señalética del Coliseo de Ferias, así como los pendones, pasacalles y plegables con la ubicación y el mapa gráfico del evento.



- Se reubicó la Plaza del Mecato en una zona contigua al área de artesanías, con el objetivo de buscar confluencia de público para incrementar las ventas de ambos sectores.
- Capacitación: 99 personas se beneficiaron de los Talleres teórico-práctico sobre temas de Tendencias de Mercado, Producción, Imagen Corporativa, Empaques, Embalajes y Montaje en Ferias, las tres últimas con su respectivo ejercicio práctico.
- 79 Artesanos y 22 productores de mecató se beneficiaron de la valoración del producto por parte de expertos en el tema y recibieron asesoría para el mejoramiento de la calidad del producto, diseño y soporte gráfico representado en logotipo, tarjetas, etiquetas, papelería y empaque.
- Reconocimiento y motivación: Por el buen nivel de los productos, contenido de diseño en sus trabajos, aplicación de la imagen corporativa y el empaque, se otorgó premio a los Talleres “Unicornio”, “Tapioca”, “Antacarana”, “Enredajos” y “Taller Artesanal Zinú”.
- La alcaldía de Tuluá, a través de la doctora Clara Inés Espinel, Directora del Área de Arte y Cultura de la Casa de la Cultura, expresó al grupo de diseño su satisfacción y su interés en promover más programas como el presente, para mejorar las condiciones de los artesanos de la región y del departamento.

### 6.2. Área de Mecato

El impacto que los talleres realizados tuvieron sobre los asistentes fue positivo; los mecateros entendieron la razón por la que deben estandarizar sus recetas, no solo para dejar un registro escrito de éstas como patrimonio familiar y del país, si no también por que comprendieron la importancia de saber exactamente qué cantidad de ingredientes necesitan para producir una determinada cantidad del producto, y por lo tanto cuanto les deben durar los insumos.

Igualmente, al sacar los costos de las diferentes preparaciones, los mecateros entendieron que cosas como el empaque y factores como la economía de escala, los servicios, el transporte y los salarios, incluido el propio, influyen directamente en el costeo y también hay que tenerlos en cuenta a la hora de averiguar el costo real del producto. Adicionalmente conocieron cuanto dinero estaban ganando o si, por el contrario, estaban vendiendo sus productos por debajo del costo real.

## **7. Conclusiones y recomendaciones**

### **7.1. Área Artesanal**

- Es necesario que el contratante tenga una claridad absoluta de sus requerimientos para así optimizar los recursos del contratista.
- Se recomienda en futuras ocasiones tener en cuenta la fecha estipulada para el pago de las primas de mitad de año, para ser asertivos y señalar la fecha de realización del evento en un momento posterior a la fecha de este pago, con el fin de que los visitantes tengan en dicha ocasión una mayor capacidad adquisitiva que pueda influir positivamente en las ventas.
- Para procesos de esta índole, se recomienda ampliar los tiempos de ejecución, para así lograr una mayor cobertura al gremio artesanal, generar una mayor capacidad de seguimiento a los artesanos en el desarrollo de sus productos y poder prestar asistencia técnica en los talleres de producción.

### **7.2. Área de Mecato**

- Los artesanos quedaron agradecidos con el apoyo y la ayuda que tanto Artesanías de Colombia cómo la Corporación Academia Colombiana de Gastronomía y la Cámara de Comercio de Tuluá les brindó en la estandarización y costeo de sus productos.
- La mayoría de los artesanos ven una buena oportunidad de trabajo y de aumentar sus ingresos en la dulcería y el mecato artesanal, y están abiertos a cualquier tipo de ayuda que se les pueda prestar.
- Se observó que los artesanos no tienen un concepto claro en cuanto a los factores que intervienen en el cálculo de los costos para las diferentes preparaciones y no saben, algunas veces, como mercadear sus productos.

- Sería interesante, por parte de la Cámara de Comercio de Tuluá con el apoyo Artesanías de Colombia, hacer un seguimiento acerca del crecimiento de los productores y de sus industrias.
- Se deberían buscar alianzas estratégicas con la industria de alimentos y equipos, para el apoyo de los programas y talleres de formación y rescate de los mecatos tradicionales.
- Se deberían crear estímulos para los artesanos del mecato y canales de mercadeo para sus productos.
- Se deberían implementar programas de apoyo integral a los productores, quienes además de generar recursos, rescatan un importante patrimonio intangible como son los mecatos tradicionales de los pueblos.
- Estas actividades se deberían extender a otros municipios y regiones del país, con el objeto de promover el desarrollo de la cocina artesanal y de las personas que de ella obtienen su sustento.
- La Corporación Academia Colombiana de Gastronomía logró su objetivo de alcanzar credibilidad y respeto entre los artesanos sobre la confidencialidad de sus recetas.

## **8. Limitaciones y dificultades**

### 8.1. Área Artesanal

- La adjudicación de algunos stands a Talleres o artesanos que no habían cumplido ninguno de los requerimientos acordados entre el Equipo asesor de Diseñadores de Artesanías de Colombia y los representantes del Grupo Coordinador del evento.
- Las limitaciones de tiempo del artesano, en general, para dedicarse a implementar las recomendaciones del Equipo asesor en diseño.
- Dificultades para la toma de decisiones, especialmente en lo concerniente con el traslado de la Plaza del Mecato a su nueva ubicación.

### 8.2. Área de Mecato

Debido al gran interés que los productores mostraron en los diferentes talleres, no se encontraron dificultades o limitaciones para realizar este trabajo. La única observación que vale la pena comentar, fue que a varios productores les hubiera gustado tener mas tiempo para practicar la formula de costos.

El apoyo que nos brindó la Cámara de Comercio de Tuluá y Artesanías de Colombia, fue fundamental para el excelente desarrollo y éxito del programa.

## **9. Proyecciones**

- Crear espacios, como ferias y exposiciones temporales, para difundir y mantener la tradición de los mecatos dentro del Valle del Cauca y el resto del país.
- Hacer un seguimiento a estas industrias nacientes y brindarles el apoyo necesario para que puedan crecer.
- Brindarle apoyo a los productores de mecato para que se asocien entre si con el objeto de formar cooperativas de autoayuda comercial y formación integral, suministrándoles información y orientación sobre desarrollo y manejo de las cadenas productivas y del programa PYMES.
- Publicación de libros con la historia y tradiciones de los mecatos regionales.

**Propuesta de Asesoría y Asistencia Técnica**  
**“Para cualificación, selección de la artesanía y del mecato y montaje y exhibición del producto en el Pueblito Artesanal y la Plaza del Mecato, en el marco de la Feria de Tulúa, que celebra sus 50 años”**

**Informe sobre la ejecución del proyecto**

**1. Asistencia técnica para el mejoramiento de la producción de mecato, presentación y exhibición**

De acuerdo con la metodología que se presentó al principio de este informe, la realización de la actividad se dividió en tres etapas: entrevista personal con los artesanos; estandarización y costos de las recetas seleccionadas por parte de cada productor (receta estrella) y taller de manipulación higiénica de alimentos.



**1.1. Entrevista Personal con los Artesanos**

Del 11 al 16 de mayo/05 se entrevistó, de manera individual, a 25 de los 30 productores participantes en el proyecto. En esta actividad, cada productor le contó a un profesional de la Corporación Academia Colombiana de Gastronomía cómo había aprendido a hacer los diferentes productos que comercializa, lugar de venta y antigüedad de la actividad. Esta entrevista personal tuvo una duración de 30 minutos promedio por productor.



## 1.2. Estandarización y Costos de la Receta del Producto Estrella.

Después de la entrevista, los productores y la instructora de la Academia se dedicaron, por espacio de una hora, en promedio por persona, a la estandarización de una de sus recetas; por la variedad y cantidad de productos que cada mecatero produce, cada individuo tenía que escoger una sola de sus recetas para estandarizarla y costearla. El proceso se realizó explicándole claramente al productor las conversiones de pesos y medidas; todas las recetas se trabajaron en gramos. En el segundo paso de este taller, se les enseñó a sacar los costos reales del producto; los productores de mecatato suelen tener en cuenta únicamente los costos de los ingredientes, dejando por fuera el costo del empaque, servicios, salarios y transporte. Con estas bases, los productores adquirieron la capacidad de estandarizar sus recetas y costearlas adecuadamente.



A continuación se presenta una descripción detallada del trabajo que realizó la Corporación Academia Colombiana de Gastronomía, desde el arribo de su personal técnico a la ciudad de Tuluá, con los 25 productores de mecatato que asistieron a los talleres.



Los delegados de la Academia Colombiana de Gastronomía arribaron a la ciudad de Tuluá el 10 de mayo/05; a las cuatro de la tarde se realizó una reunión en el Hotel Juan María, a la que asistieron:

- Dr. Jesús Ernesto Victoria, Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio
- Sr. Fabio Hernán Gómez. Ejecutivo de la Cámara de Comercio
- Sra. Sonia Patiño, Ejecutiva de Artesanías y
- Sra. Sandra Patricia Quiroz, Asistente de Capacitación
- Sra. Clemencia Price de Arellano, Nutricionista Gastrónoma, Directora Ejecutiva de la Academia Colombiana de Gastronomía, y
- Sylvia Arellano Price, Instructora de la Academia.

Durante la reunión se plantearon las estrategias a seguir con los productores de mecato y los objetivos del trabajo que se realizaría con cada uno de ellos, comenzando actividades a las 8 de la mañana del miércoles 11 de mayo/05, en las instalaciones de COMFAMILIAR de Chiminangos (**Ver Anexo 2 ACG**). Para dar inicio, fueron citados 3 productores. Con el fin de motivar la asistencia a los talleres, mediante la presentación del programa a realizar durante la semana, en horas de la tarde se realizó una reunión, en la sede de la Cámara de Comercio, con los productores de mecato que participarían en la versión 50 de la Feria de Tuluá, cuyos productos se relacionan a continuación, a los cuales se les estandarizó la receta y se les calculó costos:

- “Empanaditas”, del Señor Jorge Castañeda, propietario, con 4 semestres de estudios de Ingeniería de alimentos. Presenta variedades de empanadas de masa de maíz retrillado, como la hawaiana, de pollo y mexicana.
- “Marranitas, Champús y Lulada”, de la Señora Amanda Tascón, propietaria y preparadora del producto. Se estandarizó la receta de las Marranitas y se le entregó la receta estándar del producto. Se hizo un costeo de la fórmula para comprobar su estado de ganancias.

- “Obleas Domínguez”, de Ferney Domínguez, propietario y preparador, quien presentó medidas “propias” basándose en empaques de plástico desechables y porciones al “cálculo” de algunos de sus ingredientes. Con la misma masa de la preparación de las obleas, más azúcar, prepara barquillos, canastillas y cucuruchos para servir helado o frutas. Se estandarizaron las formulas mediante la preparación directa, pesando los ingredientes de cada una de las medidas utilizadas y pasándolas a gramos. Se le recomendó utilizar recipientes sencillos y de fácil consecución para elaborar los moldes de las canastillas.
- “Dulcería Ramírez”, de Benjamín Ramírez, propietario; presentó el turrón de leche, cuya fórmula la compró hace más de 10 años a un mercader que se quedó sin dinero en un mercado de Tuluá y en ese momento pagó por ella la suma de \$ 300.000 pesos en efectivo. Se trata de un pequeño caramelo, dulce y melcochudo, de muy buen sabor, que empaca en papel parafinado y en bolsas de polietileno de 10 unidades. Los distribuye en tiendas y recibe devoluciones por “azucaramiento”. Estas devoluciones las vuelve a “reciclar” en la siguiente preparación sin alteración del producto final. Ha estandarizado las medidas de los dulces mediante moldes y cortes de su propia creatividad, con buen resultado.
- “Mecateando con Onelia”, de la Señora Rosalba Ayala, hija de la propietaria, “socia” y preparadora del mecato. Esta “empresa” tiene más de 60 años de funcionamiento; viene de madres a hijas y funciona dentro de la Galería; ofrecen mecatos tradicionales, como trasnochados y cuaresmeros, entre otros. Doña Onelia es una persona mayor, reconocida por sus recetas tradicionales y ya está enseñando a una de sus nietas los secretos de sus preparaciones. Sorprendió el hecho de que los trasnochados, al pasarlos por la gramera pesaran 100 gramos, a pesar de que toda la vida los ha preparado con medidas “propias” o al “ojo”.
- “Distribuidora de coco del Pacifico”, de Humbertina Caicedo, propietaria de un negocio de “panelitas y cocadas”, las que ella misma prepara en colaboración de algunos miembros de su familia, tal como le enseñó su abuela materna. Presentó panelitas de leche y cocadas redondas, en forma de bolitas, empacadas en bandejas de icopor, de 20 unidades cada una, que cubre con papel transparente autoadhesivo. Las distribuye en su casa a menor precio a revendedores, y en tiendas de la localidad.
- “Dulces Carmelita”, de la Señora María del Carmen Tumbaquí, propietaria y preparadora. Aprendió la preparación de su madre y ella de su abuela. Hoy, la hija es su mano derecha en la producción “pero siempre bajo la mirada mía”. Con el fruto de la venta de los dulces mantiene a su familia. Presentó dulces de vidancas. Cuentan que esta receta fue inventada por el hijo de un esclavo cortero que la preparaba, la llevaba a la plantación y la repartía entre los corteros mayores para darles fuerzas en el trabajo. Algunas mecateros nos contaron que el nombre le fue puesto por la abreviación del de su inventor: Vicente Daniel Caicedo”; presentó además manjarblanco, combinado, guayaba, cebo, panelas, dulce de mamey y brevas, entre otros. El fuerte de su negocio son los dulces de vidancas, cortao, manjarblanco, combinado y guayaba. La

presentación del producto es en forma de bolitas empacados en bolsas de polietileno; los distribuye contra pedidos por teléfono celular, desde su casa. Se estandarizó la receta del dulce de guayaba y al sacar los costos se observó la poca ganancia que obtenía, por lo cual optó por subir los precios.

- Distribuidora “La Vaquita”, de la Señora Esther Arroyave, propietaria de una microempresa que produce entre otros: dulce de leche cortada, brevas, manjarblanco, leche condensada y arequipe especial para obleas, que es el producto estrella por la forma de su empaque y la consistencia del arequipe. La microempresa tiene estandarizadas sus recetas y manejan apropiadamente los costos. Su problema es el tiempo de elaboración de sus productos, que afecta directamente los costos por la baja producción. Se le explicó como optimizar los procesos de producción para que se vieran reflejados en el aumento de la producción y la disminución de costos de la misma.
- “Delihojaldre”, del Señor Juan Manuel González, propietario y preparador. Es Técnico Hotelero. Presenta empanadas de hojaldre con rellenos de pollo, carne y hawaiana, entre otras. Se estandarizó la masa de las empanadas y las porciones de relleno, y se calculó el costo de una variedad; al sacar los costos se observó que presentaba pérdidas; se le recomendó hacer las compras al por mayor para bajar los costos de los ingredientes.
- “Guarapo Natural de Caña”, del Señor Yeison Afanador, propietario y productor, quien va de feria en feria promocionando el zumo natural de la caña, que extrae directamente de un antiguo trapiche de madera. La bebida la vende con hielo y limón. Su inquietud es promocionarlo con la adición de diversas bebidas alcohólicas; se le aconsejó no hacerlo, por la posibilidad de presentar mezclas de alcoholes perjudiciales para la salud. Durante la clase se preparó y degustó la mezcla de zumo de caña con café preparado, logrando un sabor muy agradable, sirviéndolo al 50%, más el hielo y el limón. Al sacar los costos se observó la posibilidad de obtener una muy buena ganancia.
- “Algodón de Dulce”, del Señor Alirio Zambrano, propietario y preparador, quien presentó el algodón de dulce y las crispetas amoldadas. Se le recomendó una muy buena presentación personal y un uniforme, preferiblemente blanco, para marcar la diferencia con los competidores.
- “Empanadas Doña Doris”, propietaria, productora y promotora. Prepara los más variados platos de la cocina vallecaucana, como son el sancocho de gallina, las empanadas vallunas, el tamal, la chuleta y las marranitas, entre otros. Tiene un punto de venta en un lindo sector de Tuluá, donde atiende mecatos y almuerzos en forma sencilla y cálida. Los fines de semana atiende un puesto de mecato en el Centro Comercial La 14, donde vende empanadas y marranitas. Se estandarizó la receta de las empanadas vallunas. Luego de sacar los costos, la Señora Doris se sorprendió y tomó conciencia de la necesidad de llevar un mejor control diario de las ventas.



- “La tradicional”: arepas, tortas y envueltos de choclo de la Señora Ana Milena Viveros, propietaria preparadora que aprendió desde pequeña. Los distribuye personalmente, puerta a puerta o por encargo, en restaurantes de la localidad. Ella misma estandarizó sus moldes y cantidades, basándose en recipientes de metal o desechables. Sus productos son de muy buen sabor y presentación tradicional. Se estandarizó la receta de las tortas de choclo y al sacar los costos se observó un margen muy pequeño de ganancias. Se le recomendó subir el precio o bajar la medida de cada producto.
- “Granja El Hato”, de Doña Gladys Bravo Carvajal, socia, ejecutiva y promotora. Esta empresa es realmente un ejemplo de superación. En momentos de crisis económica de sus padres, hace 50 años, iniciaron vendiendo pandebonos, receta original de la abuela materna, prácticamente de puerta en puerta y entre amigos. Al ver que la compra de la leche para el queso subía mucho el costo del producto - que cada día se vendía más y más - resuelven comprar una vaca, que la tenían en el solar de la casa de habitación, que era de alquiler; después compraron el toro y ya empezaron a conseguir plazas para tener allí el ganado que fue aumentando. Hoy en día tienen una finca, casi en zona urbana, con venta de productos lácteos y de repostería en parador de carretera.

Es tan positiva la mentalidad del negocio y la calidad del producto, que ellos mismos producen el alimento del ganado y también lo venden. En la actualidad, el yogurt lo envían, en buena parte, para la Universidad Javeriana, en Bogotá. Para la estandarización presentaron un biscochuelo especial, preparado en moldes a partir de “latas de atún”, con un resultado muy positivo y económico. Hoy producen cerca de 250 biscochuelos al día. Con ellos se estandarizaron las recetas por porcentaje, de manera que pudieran manejar pequeñas y grandes cantidades de ingredientes.

- “El Crispetero” - Papas fritas y crispetas de la Señora Blanca Lilia Isaza, propietaria y preparadora, quien empezó a trabajar desde muy niña, por lo que no pudo ir a la escuela y aunque no sabe leer ni escribir, maneja bien los números y las cuentas. El esposo le ayuda en su negocio. Presenta la papa frita fresca; para el corte se ingeniaron y construyeron un cortador “industrial”. Comentan la pérdida de clientes al no poder tener la papa cortada con anticipación, porque se “negrea” y la tiene que botar. Se les indicó que lavándola y manteniéndola en agua con hielo se conserva fresca y después, al freírla, aumenta su “crocancia”. Se estandarizó la receta, no por unidad de papa sino por gramos y su costeo permitió ver las buenas ganancias.
- “Mecateras de Tuluá”, de la Señora María Isabel Ramírez, dueña de un negocio de mecatos. Actualmente es la Presidenta de las Mecateras de Tuluá - grupo de mujeres cabeza de familia que tiene deseos de salir adelante - pero por falta de un líder fuerte, con conocimientos en cooperativismo, no ha sido posible conformarlo debidamente. En la actualidad tienen una casa en alquiler con dotación especial para la elaboración y producción semi industrial de repostería, pero por falta de entendimiento entre ellas mismas no se utiliza. La señora Ramírez produce mecatos especiales tales como: galletas de café, maní y coco, además de dulce de arroz y dulce de tomate chonto. Para la estandarización presentó el dulce de leche, que realmente es bueno, pero dice que tiene pérdidas en el empaque de una taza (250 gr.) y que se vende más fácil el empacado en vaso desechable de 4 onz. Se le recomendó hacer el de 250 gr. sólo por encargo. La presentación es buena y los costos en empaque de 4 onz dejan buena ganancia.
- “Manjares Vásquez”, del Señor Jaime Vásquez, propietario, preparador y vendedor. Presentó manjarblanco y combinado. Dos productos de muy buena calidad y presentación. Se estandarizó la receta del manjarblanco y, al sacar los costos, la ganancia superó las expectativas. Quedó demostrado que el producto resiste el sobre costo dada su calidad. Inició hace tres años vendiendo el producto puerta a puerta y hoy lo distribuye personalmente a los clientes y en algunos pocos mercados.
- “Antojitos”. Microempresa creada para conseguir recursos económicos para el mantenimiento de la “Fundación Nuevo Mundo”, dedicada a la protección del menor. El Señor Hugo Arbey García, autodidacta, de profesión panadero, prepara además de una buena variedad de panes, pasteles de gloria, mini tortas, galletas y pandebono, entre otros, los mismos que vende en empresas y colegios, bajo contrato. Tiene algunas recetas estandarizadas, las cuales maneja diariamente para un número muy alto de porciones. Se estandarizó en porcentajes, de manera que pudieran manejar ingredientes desde media libra en adelante. La materia prima es donada por las industrias, pero el señor García sabe manejar los costos de su producción y venta.
- “Jalea de pata”. Ecoparque de Salud - Pance. El Señor Onoraldo Cruz, invidente, es propietario y productor, con la ayuda de la mamá y su familia. Cuenta que al perder la visión un señor lo buscó para trabajar como ayudante en la venta de jalea de pata en el Ecoparque de Salud en Pance, a fin de que a ese señor le dieran la licencia como vendedor. Ganaba 8.000 pesos diarios, lo ponían a batir la preparación y de esta

manera lo “explotaba” y aumentaba las ventas. Un día resolvió independizarse y con la ayuda de la mamá y unos familiares logró sacar la fórmula con tacto y olfato. Hoy es dueño de su negocio y vende él mismo su producto. Dadas las circunstancias, se le explicó verbalmente la forma de estandarizar la receta y costear el producto.

- “La Casona”, de la Señora Luz Helena Arias, profesora. La familia Arias, desde hace unos años, creó un centro de instrucción informal en una casona del centro de Tuluá. Entre los cursos que se dictan está “El arte de las Macetas de San Antonio”, tradición del Valle del Cauca, que se celebra el 28 de junio, día de San Pedro, fecha en la que los padrinos hacen un homenaje a sus ahijados obsequiándoles las “Macetas”. Estas son una colección de bombones, elaborados totalmente a mano, lindamente decorados con banderas, papelillos de colores y una hélice o ringlete que se coloca en la parte superior de un palo de maguey; a todo lo largo de dicho palo se van colocando las colombinas y bombones, hasta formar una especie de arbolito lleno de dulces y color. Los dulces de la maceta tradicional son de azúcar blanqueada; hoy, con base en dulces industriales, los decoran con azúcar trabajada, se forman los muñecos de moda, aunque en Cali se conserva la tradición con los dulces de azúcar trabajados artesanalmente. Es muy difícil estandarizar una receta exacta debido a que la imaginación del productor no tiene límites, sin embargo se sacaron los costos de algunas de las colombinas.
- “Brevas la Caserita”, de la Señora Miller Stella Varela, propietaria de una micro empresa que produce brevas rellenas de arequipe, en variadas presentaciones, empacas en cazuelas de barro, bandejas de icopor e individualmente, todas cubiertas con papel transparente autoadhesivo. El producto es de buena calidad y presentación y lo distribuye en puntos de venta en carreteras y en tiendas de la ciudad. Se estandarizó la receta y se sacó el costo de una breva con su empaque. La ganancia es baja; se le recomendó sacar los costos de las demás presentaciones e incrementar el precio de manera escalonada para conservar los clientes.



- “Pan Selecto - Ricuras Tulueñas”, del Señor Humberto Potes Becerra, propietario de una panadería que vende masato, avena, jugos de frutas, variedad de panes, pandeyuca y pandebono. Presentó el pandebono para estandarizar la receta y se sacaron los costos; para sorpresa del señor Potes, se presentó una pequeña perdida en la venta del producto, debido al alto costo de los insumos que compra prácticamente al día. Al no poder subir el precio de venta, se le recomendó hacer la compra de insumos al por mayor.
- “Heladería Santiago”, de la Señora Patricia Erazo Rosero, propietaria, quien es oriunda de Pasto; los “helados de paila” son una tradición familiar desde hace 80 años; trabaja con su esposo y viajan de feria en feria promoviendo sus helados que son a base de frutas naturales, que preparan en presencia del cliente y son de excelente calidad. Los sirven en vasos desechables, combinados al gusto y acompañados de una galleta waffle. Se estandarizó la receta de 6 onzas. Al sacar el costeo se observó el gravoso peso de la galleta, a pesar de que el helado presenta una buena ganancia. Se recomendó servirlos en conos o sobre canastilla de masa, presentación que lo haría más apetecible, con un costo que no alteraría la buena ganancia en la venta. Se les puso en contacto con el señor Ferney Domínguez, productor de obleas, barquillos y canastillas, de manera que pudieran iniciar una alianza estratégica en la Feria de Tuluá. **(Ver Anexo 2 ACG)**
- “Proageld EDT”, del Señor Carlos Colmes Arias, representante. Esta empresa está dedicada a la producción de gelatina negra y blanca de pata de res, tradicional del municipio de Andalucía. Estaba inscrito para el curso pero por diferentes motivos no pudo asistir. Asistió al Curso de Manipulación Higiénica de Alimentos, donde nos dio la oportunidad de conocerlo y conocer productos tan tradicionales de la región.



En vista de la no asistencia de algunos productores invitados a la Feria de Tuluá, por vivir en otros municipios y ciudades del país tales como Chinchiná - Caldas, Montería - Córdoba, Duitama - Boyacá, Cali - Valle y Armenia - Quindío, la Cámara de Comercio, por sugerencia

de la Corporación Academia Colombiana de Gastronomía, invitó al personal de Alimentos y Bebidas del Hotel Juan Maria y del Hotel Príncipe, al curso de Manipulación Higiénica de Alimentos.

Por solicitud del Hotel Príncipe, se les brindó una rápida asesoría sobre estandarización de recetas y costos; el personal asistente, por parte del Hotel, fue:

- Paulina Gaviria, Cocinera jefe.
- John Jairo Vergara, Auxiliar de cocina.

En las instalaciones del Hotel se dio una corta asesoría sobre el manejo de pesas y medidas para la estandarización de las recetas y el fácil costeo de las mismas, así como el manejo de los cuadros de menús diarios.

Todos los productores de mecató recibieron un Certificado de Asistencia al curso de Estandarización de Recetas, otorgado por la Corporación Academia Colombiana de Gastronomía (**Ver Anexos 3 y 4 ACG**). Al finalizar el curso de estandarización de Receta, cada productor evaluó la actividad (**Ver Anexo 5 ACG**).

### 1.3 Taller de Manipulación Higiénica de Alimentos

Debido al número de productores interesados en este taller - algunos de ellos llevaron a las personas que les ayudan en la elaboración de los productos - (**Ver Anexo 8 ACG**), el taller de Manipulación Higiénica de Alimentos se realizó dos veces. El primer taller se efectuó el sábado 14 de mayo/05, de 2:30 p.m. a 6:30 p.m., en las instalaciones de COMFAMILIAR Chiminangos, y el segundo taller, el domingo 15 de mayo/05, de 8:00 a.m. a 12:00 m., en las instalaciones del Colegio de primaria de la misma entidad. (**Ver Anexo 6 ACG**).

Estos talleres estuvieron a cargo de la Ingeniera de Alimentos Alexandra Lozano, quien, con la ayuda de medios audiovisuales, resaltó la importancia del conocimiento y práctica del tema, además de hacer énfasis sobre las debilidades que se detectaron durante las entrevistas con los productores de mecató.

Resaltó la importancia de la limpieza, de la higiene personal y del correcto manejo de los alimentos antes, durante y después de los procesos de preparación de los diferentes productos, y sobre el manejo de basuras y control de plagas. Cada participante recibió el respectivo certificado de asistencia a la charla, que tiene vigencia de un (1) año (**Ver Anexo 9 ACG**). Las memorias del taller fueron entregadas a la Cámara de Comercio de Tuluá para ser reproducidas y entregadas a los participantes (**Ver Anexo 7 ACG**).

Por petición de la Cámara de Comercio de Tuluá, a este taller asistieron además 5 personas que trabajan en dos de los hoteles más prestigiosos de la ciudad y que manipulan alimentos. Este taller tuvo, en sus dos días de programación, una asistencia de 36 personas. (**Ver Anexo 4 ACG**).

Al finalizar el Taller Manipulación Higiénica de Alimentos, cada asistente evaluó la actividad (**Ver Anexo 10 ACG**).

## 2. Asistencia técnica para el mejoramiento de la producción artesanal, presentación y exhibición

2.2. Reconocimiento de los espacios para el montaje del evento artesanal y del mecató en el Coliseo de Tulúa y contacto con el grupo organizador y coordinador de la Feria de Tulúa en la celebración de sus 50 años.

Se hizo el reconocimiento de los espacios para el montaje del evento en el Pueblito Artesanal y en la Plaza del Mecato, en el Coliseo de Ferias “Manuel Victoria Rojas”, una vez establecido el contacto con el grupo organizador y coordinador del evento. Esta labor se inició el martes 5 de abril de 2005 y fue realizada en un tiempo de 6 horas, en el cual se habló de la posibilidad de reubicar la Plaza del Mecato en un espacio que mejorara las posibilidades de venta de los productos. En años anteriores la Plaza del Mecato se había ubicado al lado de la entrada de vehículos, en medio de las áreas de especies menores y bovinos, que naturalmente expelían olores y atraían plagas que no favorecían la venta de productos comestibles.



**Imagen 2: Casa Quincha, Pueblito Artesanal.**

Esa ubicación no favorecía la articulación del área del mecató con el resto de las áreas de la Feria, situación que generaba descontento en los productores de mecató, quienes, en su mayoría, solicitaban reubicación. Previo acuerdo con el Ejecutivo de la Plaza de Mecato, doctor Fabio Hernán Gómez, el Director de Mercadeo y Publicidad de la Feria de Tulúa, doctor Jaime Hernán Gutiérrez y la Ejecutiva de Artesanías de la Feria de Tulúa, señora Sonia Patiño, el Laboratorio de Diseño presentó una propuesta para la nueva ubicación de los productores de mecató y planteó la metodología para realizar las asesorías.



**Imagen 4: Stands, Pueblito Artesanal**

En estos procesos participaron el D.I Manuel José Moreno, Coordinador del Laboratorio Colombiano de Diseño Unidad Armenia – Manizales y los asesores en diseño: Ángela María Merchán, David A. Correal Gentry y Andrés Ramírez.



**Imagen 5: Área asignada para nuevos stands, Pueblito Artesanal.**

El día 5 de abril/05, con la colaboración del Dr. Jaime Hernán Gutiérrez, Director de Mercadeo y Publicidad, se obtuvo el plano del Coliseo de Ferias

en medio digital (Autocad), sobre el cual se planteó, tanto la modificación de la distribución de los nuevos stands del Pueblito Artesanal, como la reubicación de la Plaza de Mecato.

2.3. Distribución del espacio por áreas y sub áreas, tanto en el Pueblito Artesanal como en la Plaza del Mecato.

Durante los días comprendidos entre el 6 y 8 de abril/05 se desarrollaron 2 propuestas de distribución de las áreas y sub-áreas para el Pueblito Artesanal, que se plantearon con estructuras en guadua. En la primera se propuso una distribución de 80 stands de 1.5 m. de ancho x 2 m. de profundidad x 2.70 m. de altura, (**Ver Anexo 1 Laboratorio Colombiano de Diseño**). En la segunda propuesta se acordó una distribución de 40 stands de 3 m. de ancho x 2 m. de profundidad x 2.70 m. de altura; El Grupo organizador de la Feria, encabezado por el Presidente de la Junta de Ferias y Exposiciones de Tulúa, doctor Jorge Alberto Cruz, escogió la segunda propuesta, por el hecho de responder mejor a los parámetros fijos, como flujo de personas, iluminación y número de artesanos expositores. (**Ver Anexo 2 LCD**).

Para la organización y disposición de los sitios de exhibición en la Plaza del Mecato, el Laboratorio de Diseño presentó cuatro propuestas, para ubicar una cantidad estimada de 35 toldos y cuatro carpas blancas de 4 m. x 4 m. Las cuatro propuestas tuvieron en cuenta los siguientes parámetros: aprovechamiento del espacio, áreas de circulación, coherencia con los espacios del entorno, y seguridad, tanto de los productores de mecato, como de los visitantes, en razón a que algunos expositores manipularían altas temperaturas con fogones y hornos (**Ver Anexo 3 LCD**). Después de presentar las diferentes propuestas, el doctor Fabio Hernán Gómez, Ejecutivo de la Plaza del Mecato, organizó el espacio y ubicó 25 toldos y 2 carpas.



**Imagen 7: Montaje, Plaza del Mecato.**

2.3.1. Estimación de la demanda de stands, a partir de listados de participantes en ferias anteriores.

Debido a que no se encontraron datos estadísticos sobre la participación de los artesanos en las ferias anteriores, ni tampoco cifras sobre ventas y rotación de productos, se debió utilizar información que suministró la Asistente de Artesanías, Claudia Ortiz, quien fue la encargada en las pasadas ferias de realizar la inscripción de los artesanos. Los datos sobre ventas, los recolectó el Equipo de Diseñadores asesores, mediante las encuestas que realizó durante la feria.



**Imagen 6: Montaje, Plaza del Mecato.**

### 2.3.2. Desarrollo de propuesta para la exhibición de los productos en los stands

A partir del 6 de Abril, se desarrollaron varias propuestas para el montaje de los stands del Pueblito Artesanal y la Plaza del Mecato. Con el fin de lograr un montaje uniforme, se propuso que los stands para los expositores de artesanía fueran desarrollados en guadua, lo cual fue aceptado por los organizadores. Para la Plaza del Mecato se planteó una propuesta similar y para los expositores de esta área se propuso un delantal, con el fin de generar en el público visitante una atmósfera de armonía, organización y especialmente higiene (**Ver Anexo 2 LCD**)

El Diseñador Industrial David A. Correal del Laboratorio Colombiano de Diseño realizó la propuesta de señalización para toda la feria, actividad que no se había incluido en la propuesta de asesoría y asistencia técnica que presentó Artesanías de Colombia y que se inició el 6 de abril/05, luego de ser aprobada el 6 de Mayo/05 por el doctor Jorge Alberto Cruz, Presidente de la Junta de Ferias y Exposiciones de Tuluá y por el doctor Jaime Hernán Gutiérrez, Director de Mercadeo y Publicidad de la Feria de Tuluá (**Ver Anexo 4 LCD**)



**Imagen 8: Señalización, especies menores**

### 2.4. Convocatoria de artesanos y productores de dulces

Desde el 5 de abril/05 hasta el 18 de mayo/05, los organizadores del evento, en cabeza de la Ejecutiva del área de artesanía, señora Sonia Patiño y del Ejecutivo de la Plaza del Mecato doctor Fabio Hernán Gómez, coordinaron la convocatoria a 198 artesanos y productores de dulces para participar en la Feria de Tuluá, a quienes se les solicitó presentar, en el momento de la preinscripción, el producto con el que deseaban participar, para ser sometido a evaluación del equipo asesor de diseñadores del Laboratorio Colombiano de Diseño, encargado de realizar la selección de los productos para el evento. Estos procesos fueron acogidos con interés y entusiasmo por los artesanos y los productores de dulces, quienes respondieron positivamente, tanto a la invitación para participar en el evento, como al proceso de evaluación del producto.

Para la convocatoria se utilizaron, tanto las bases de datos suministradas por el Equipo Coordinador de la Feria de Tuluá, como la información de Artesanías de Colombia sobre los eventos de EXPOARTESANÍAS y Eje Cafetero.

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

Entre el 11 de abril/05 y el 20 de mayo/05, se llevó a cabo la evaluación y selección del mecató y la artesanía, en las instalaciones del Coliseo de Ferias “Manuel Victoria Rojas” y para ello se analizaron aspectos relativos a la imagen corporativa del taller productor,

contenido de diseño, innovación del producto, calidad y empaque. Se atendieron 79 talleres artesanales de los cuales 36 fueron aprobados. Los 22 productores de mecato fueron aprobados en su totalidad y se les asesoró en imagen corporativa y empaque. A los artesanos del Eje Cafetero se les atendió en la sede del Laboratorio Colombiano de Diseño, en Armenia-Quindío. A los artesanos con residencia en otras ciudades del país se les pidió enviar cinco muestras físicas del producto, catálogo digital o impreso de productos con su respectiva imagen corporativa en el caso de poseerla.

#### 2.5.1. Desarrollo de formatos de evaluación y diligenciamiento de los mismos.

Se diseñó un formato acorde con los aspectos objeto de análisis, que fueron diligenciados por las personas interesadas en participar en la Feria, con el apoyo del Equipo de asesores en diseño. Luego de hacer la evaluación a tres productos en promedio de 79 talleres, se trabajó con los artesanos en el mejoramiento de la calidad del producto, especialmente acabados, implementación de nuevas formas y optimización del proceso de producción. También se desarrolló la imagen corporativa y los elementos gráficos para 43 talleres de artesanos y productores de mecato que fueron seleccionados para participar en la Feria de Tulúa (**Ver Anexo 5 LCD**)

En un primer momento del proceso de evaluación, a los artesanos se les hicieron observaciones y recomendaciones sobre el diseño en sí del producto, los materiales utilizados y la calidad de los acabados. Luego se les dio un plazo de 10 días para realizar las modificaciones y recibir una nueva asesoría del Equipo de Diseñadores. De los 79 talleres atendidos, sólo se les seleccionó producto a 36 artesanos. Doce talleres atendieron las recomendaciones, realizaron las mejoras propuestas por los asesores y regresaron para recibir una nueva asesoría. Los 31 talleres restantes prestaron poco interés en una nueva asesoría.

#### 2.5.2. Resultados de la evaluación y selección de productos artesanales y de mecato

El 20 de mayo/05, una vez terminado el proceso de evaluación y selección del producto, de los 36 artesanos seleccionados, sólo 14 separaron stand oportunamente. El número restante manifestó no poder acceder a los espacios, debido a los costos de los mismos, además este número se vio afectado por la realización de otras ferias regionales y nacionales que coincidieron con el evento en Tulúa. (**Ver Anexo 6 LCD**)

<b>Beneficiarios</b>	<b>Número</b>
Artesanos asesorados	79
Productores de mecato asesorados	22
Artesanos seleccionados para participar en la Feria	36
Artesanos con adjudicación de stand	14

**Tabla 1: Resultados de Asesorías**

2.6. Talleres Creativos para Cualificación y Desarrollo de nuevos productos de artesanos del Valle. Se desarrollaron actividades de asesoría, individuales y en grupo, con el fin de analizar la calidad de los productos y en el caso en que éstos lo requirieran, se trabajó con el artesano

en el mejoramiento del diseño, las técnicas y los acabados. En los casos que lo ameritaron, se realizaron aclaraciones, cambios y se hizo seguimiento a los productos, mediante asesorías semanales, lo cual permitió que el producto cumpliera con los requerimientos establecidos para participar en la Feria de Tulúa. También se realizaron capacitaciones en tendencias y segmentación de mercados, para aclarar e ilustrar, a los artesanos, de una manera más detallada, los posibles colores, técnicas, y formas a utilizar para mejorar los productos.

### 2.6.1. Capacitación en Tendencias y Segmentación de Mercados

El 19 de abril/05 se dictó una capacitación, con intensidad de cuatro horas, en Tendencias y Segmentación de Mercados para los artesanos del departamento del Valle del Cauca. La actividad estuvo a cargo del Diseñador Industrial Andrés Ramírez, quien desarrolló los temas sobre segmentación de mercados nacionales e internacionales y tendencias para cada una de las áreas y tipologías de vivienda, en cuanto a color, texturas y materiales de moda para el año 2005 y primer semestre de 2006. Asistieron 26 personas. **(Ver Anexo 7 LCD)**

Nombre de la Actividad: Capacitación en Tendencias y Segmentación de Mercados  
 Diseñador Industrial Andrés Ramírez  
 Instructor o Asesor: Diseñador Industrial Andrés Ramírez

Aspectos a Evaluar	Deficiente (%)	Aceptable (%)	Bueno (%)	Muy Bueno (%)
1 Conocimiento del tema		6,25	50	43,8
2 Cumplimiento de Horario		37,5	43,8	18,8
3 Calidad del material didáctico utilizado	6,25	12,5	62,5	18,8
4 Claridad en la exposición			50	50
5 Oportunidades de participación de los asistentes		25	63	12,5
6 Calidad de la relación con los asistentes		12,5	50	37,5
7 Aplicabilidad de lo aprendido en su trabajo			43,8	56,3
<b>General</b>	<b>0,80</b>	<b>13,4</b>	<b>51,9</b>	<b>33,9</b>

**Tabla 2: Evaluación de capacitación en Tendencias y Segmentación de Mercados**

### 2.6.2. Asistencia para rediseño de producto

Para los participantes que requerían cambios en el producto, se les hicieron las observaciones pertinentes para rediseñar el producto y se estableció un plazo de 10 días para que éste realizara los cambios y regresara a la asesoría, este proceso lo llevaron a cabo 12 del los talleres y se asesoraron 36 productos, 3 por taller. Una vez que el producto se había modificado y el diseñador lo consideraba viable, se le comunicaba al artesano o productor para que separara su stand. Esta actividad se realizó desde el 11 de abril hasta el 20 de mayo de 2005.

2.7. Desarrollo de identidad gráfica, empaque y presentación final del producto artesanal y de mecatro.

Esta actividad incluyó dos capacitaciones con su respectivo ejercicio práctico, una en relación con imagen corporativa y la otra sobre empaque.

#### 2.7.1. Capacitación en Imagen Corporativa

Esta capacitación, con intensidad de cuatro horas, fue dictada por la D.I Angela María Merchán, el 4 de mayo/05 y asistieron 18 personas. Se realizaron dos ejercicios prácticos, uno con el fin de analizar diferentes imágenes corporativas de empresas, para identificar nombres y colores corporativos de cada una, y otro para trabajar en el desarrollo de imágenes corporativas para una panadería, una ferretería, un restaurante, un banco y una droguería. (**Ver Anexo 8 LCD**).

Hasta el 13 de mayo/05 se desarrollaron 43 paquetes gráficos acordes con los requerimientos del beneficiario, que incluían propuestas de logotipos, logotipo final, tarjetas de presentación, etiquetas y diagramación de papelería. (**Ver Anexo 5 LCD**).

**A continuación se presentan algunos ejemplos de las imágenes corporativas que se desarrollaron para algunos talleres artesanales:**



Nombre de la Actividad:

Capacitación en Imagen

Corporativa

Instructor o Asesor:

D.I. Ángela María

Merchán

	Aspectos a Evaluar	Deficiente %	Aceptable %	Bueno %	Muy Bueno %
1	Conocimiento del tema				100
2	Cumplimiento de Horario			11,11	88,88
3	Calidad del material didáctico utilizado			27,77	72,22
4	Claridad en la exposición				100
5	Oportunidades de participación de los asistentes			28	72,22
6	Calidad de la relación con los asistentes			11	88,88
7	Aplicabilidad de lo aprendido en su trabajo				100
	<b>General</b>			<b>11</b>	<b>89</b>

**Tabla 3: Evaluación de capacitación en Imagen Corporativa.**

### 2.7.2. Capacitación en Empaque y Embalaje

Esta capacitación, con intensidad de cuatro horas, fue dictada por el D.I David Correal, el 5 de mayo/05 y asistieron 20 personas. En ésta se desarrollaron temas relativos a la clasificación de empaques, características de los mismos, propiedades y tipos de materiales utilizados para su elaboración. Este trabajo se complementó con un ejercicio práctico, que permitió ilustrar a los asistentes sobre la manera de utilizar adhesivos o ensambles simples y la forma de realizar un empaque de dos piezas, con el fin de ser desarrollado por el artesano para su propio taller. **(Ver Anexo 9 LCD)**

Nombre de la Actividad:

Capacitación en

Empaques y

Embalajes

Instructor o Asesor:

D.I. David Correal

	Aspectos a Evaluar	Deficiente %	Aceptable %	Bueno %	Muy Bueno %
1	Conocimiento del tema			25	75
2	Cumplimiento de Horario			25	75
3	Calidad del material didáctico utilizado	5		35	60
4	Claridad en la exposición		5	35	60
5	Oportunidades de participación de los asistentes		10	15	75
6	Calidad de la relación con los asistentes		5	10	85

7	Aplicabilidad de lo aprendido en su trabajo			30	70
<b>General</b>		<b>1,14</b>	<b>2,86</b>	<b>25</b>	<b>71</b>

**Tabla 4: Evaluación capacitación de Empaques y Embalajes.**

2.8. Curso taller sobre Mercadeo y Participación en Eventos Feriales para artesanos y productores de dulces.

Está capacitación, con intensidad de cuatro horas, fue dictada por el D.I Andrés Ramírez, el 6 de Mayo/05 y asistieron 23 personas. Se desarrollaron temas sobre comercialización y venta de productos, mercadotecnia, actitudes del cliente potencial en una feria, atención al cliente, servicio post-venta y conceptos básicos de exhibición como, jerarquía de los productos, color, iluminación y finalmente, utilización de la imagen corporativa. También se realizó un ejercicio práctico para ilustrar a los asistentes sobre la manera de realizar estructuras en cartón corrugado y tubos de aluminio, con el fin de obtener estanterías sólidas para el montaje de stands en eventos feriales como el de Tuluá. **(Ver Anexo 10 LCD)**

Adicionalmente, y a solicitud de la Junta de Ferias y Exposiciones de Tuluá, el 26 de mayo/05, se dictó una conferencia sobre producción, con intensidad de cuatro horas, a 12 mujeres cabeza de hogar de comunidades negras de Tuluá. **(Ver Anexo 11 LCD)**

Nombre de la Actividad: Capacitación en Mercadeo y Participación en Ferias  
 Instructor o Asesor: D.I. Andrés Ramírez

	Aspectos a Evaluar	Deficiente %	Aceptable %	Bueno %	Muy Bueno %
1	Conocimiento del tema		8,69	13	78,20
2	Cumplimiento de Horario			34,70	65,20
3	Calidad del material didáctico utilizado		8,69	21,70	69,50
4	Claridad en la exposición		4	21,70	74
5	Oportunidades de participación de los asistentes		8,69	30,4	60,80
6	Calidad de la relación con los asistentes			26,03	73,90
7	Aplicabilidad de lo aprendido en su trabajo			13	86,90
<b>General</b>			<b>4,37</b>	<b>23</b>	<b>72,63</b>

**Tabla 5: Evaluación capacitación en Mercadeo y Participación en Ferias.**

Nombre de la Actividad: Capacitación en Producción  
 Instructor o Asesor: D.I. Andrés Ramírez

	Aspectos a Evaluar	Deficiente %	Aceptable %	Bueno %	Muy Bueno %
1	Conocimiento del tema		8,33	16,65	75,00
2	Cumplimiento de Horario			25,00	75,00
3	Calidad del material didáctico utilizado		8,40	8,33	83,33
4	Claridad en la exposición			25,00	58,39

			6,6 5		
5	Oportunidades de participación de los asistentes		16,65	33,33	50,00
6	Calidad de la relación con los asistentes		8,33	33,33	58,39
7	Aplicabilidad de lo aprendido en su trabajo		8,33	33,33	58,39
<b>General</b>			<b>9.50</b>	<b>25,00</b>	<b>65,50</b>

**Tabla 6: Evaluación Capacitación en Producción**

2.9. Asesoría en montaje y exhibición del producto artesanal y del mecatro en: Capilla, Pueblito Artesanal, Salón Especial y Plaza del Mecato.

El montaje y la exhibición del producto artesanal y del mecatro se inició el 31 de mayo/05, de acuerdo con lo programado por la Junta de Ferias y Exposiciones de Tuluá. La asesoría para el montaje en el Pueblito Artesanal estuvo a cargo del Equipo de diseñadores del Laboratorio Colombiano de Diseño Unidad de Armenia - Manizales, quienes recomendaron soluciones puntuales a los problemas de montaje que se les presentaron a algunos expositores artesanos.



**Imagen 9: Stand, Laboratorio Colombiano de Diseño Unidad Pasto.**

La asesoría se centró en los temas de distribución, exhibición y montaje de productos. El D.I. David Correal prestó asesoría en montaje y distribución de productos a los artesanos provenientes de Pasto-Nariño.



**Imagen 10: Stand, Laboratorio Colombiano de Diseño unidad Pasto.**

La Junta de Ferias y Exposiciones de Tuluá reservó el espacio de la Capilla para el montaje de “Las Remembranzas Tuluéñas”, en homenaje a la Feria de Tuluá, en la celebración de sus 50 años. El montaje estuvo a cargo de la Cámara de Comercio y la Junta de Ferias y Exposiciones de Tuluá. En el Salón Especial se ubicó la muestra de tapetes persas, cuyo montaje estuvo a cargo de la Empresa Iraní: Iranian Carpet Ltda, que comercializa estos productos en el país.

Como se precisó anteriormente, la distribución de la Plaza del Mecato se hizo acorde con los criterios de la Cámara de Comercio de Tuluá.



## 2.10. Asesoría para el montaje de stands.

La exhibición del producto se inició el 31 de mayo/05, de acuerdo con el programa de la Junta de Ferias y Exposiciones de Tulúa, en los stands organizados en el Pueblito Artesanal.



**Imagen 11: Stand, Cañaflecha.**



**Imagen 12: Stand, Cámara de Comercio Armenia.**

Se prestó apoyo a los artesanos para la distribución, exhibición y montaje de los productos, teniendo en cuenta las áreas de circulación, el aprovechamiento de la iluminación y los elementos gráficos disponibles.

## 2.11. Asesoría para el desmonte de stands.

El desmonte de la feria se inició el 7 de junio/05, de acuerdo con las recomendaciones del Equipo Asesor, de levantar, en primer lugar la panelería en tela y los sistemas de entrepaños, con el fin de evitar daños o robos del material; en segundo lugar se hizo la recomendación de reforzar el cuidado al levantar las estructuras en guadua, para garantizar su buen estado y mantenimiento en el tiempo y prolongar la vida útil del sistema de exhibición. Igualmente se orientó en la manera de conservar la estructura armada, que requiere inmunización periódica y control permanente de plagas.

## 2.12. Coordinación y seguimiento

Se realizaron reuniones periódicas, cada dos semanas, con los Ejecutivos de la Feria, así como con el Presidente de la Junta de Ferias y Exposiciones de Tulúa, para resolver temas puntuales respecto al desarrollo de las actividades generales del proyecto, y establecer los acuerdos necesarios. De estas reuniones se levantaron actas en las cuales se consignaron los compromisos adquiridos por cada uno de los actores del proyecto. **(Ver Anexo 14 LCD)**

## 2.13. Evaluación del Evento

La evaluación de la Feria de Tulúa en el área del Pueblito Artesanal fue realizada por el Equipo de diseñadores del Laboratorio Colombiano de Diseño. Para acopiar la información se elaboró un formato de encuesta, en el cual se hizo el registro de las ventas diarias de cada taller. Esta información se contrastó con los resultados de las ventas de artesanía en otras

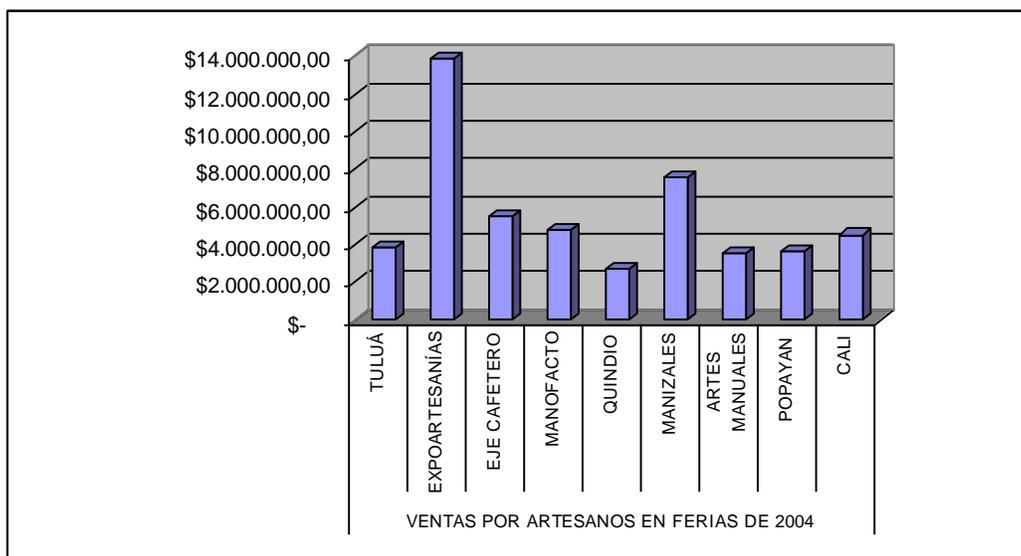
ferias artesanales que se realizaron en el país en el 2004, con el fin de mostrar los resultados de la Feria de Tulúa en un contexto más amplio.

### 2.13.1. Desarrollo y aplicación de encuestas y reportes de ventas

El desarrollo y elaboración de las encuestas y reportes de ventas estuvo a cargo de la D.I. Ángela Merchán. **(Ver Anexo 12 LCD)**

Del 3 al 7 de Junio/05 se comenzó la recolección de datos para obtener el comportamiento de las ventas diarias en la Feria, el tipo de producto más vendido, el tipo de producto menos vendido y los respectivos precios, para establecer resultados finales del evento en cuanto a ventas. Se entrevistaron 99 talleres de diferentes lugares del país.

Esta información se comparó con los resultados de comportamiento de productos similares en otras ferias del país, como EXPOARTESANÍAS, MANOFACTO, Artes Manuales, Eje Cafetero, Ferias del Quindío, Manizales, Cali y Popayán, con el fin de mostrar los resultados obtenidos en Tulúa en un contexto más amplio. Como se puede observar en el siguiente gráfico, la Feria de Tulúa, en el tema artesanal, ocupó el 6 lugar en ventas. **(Ver Anexo 13 LCD)**

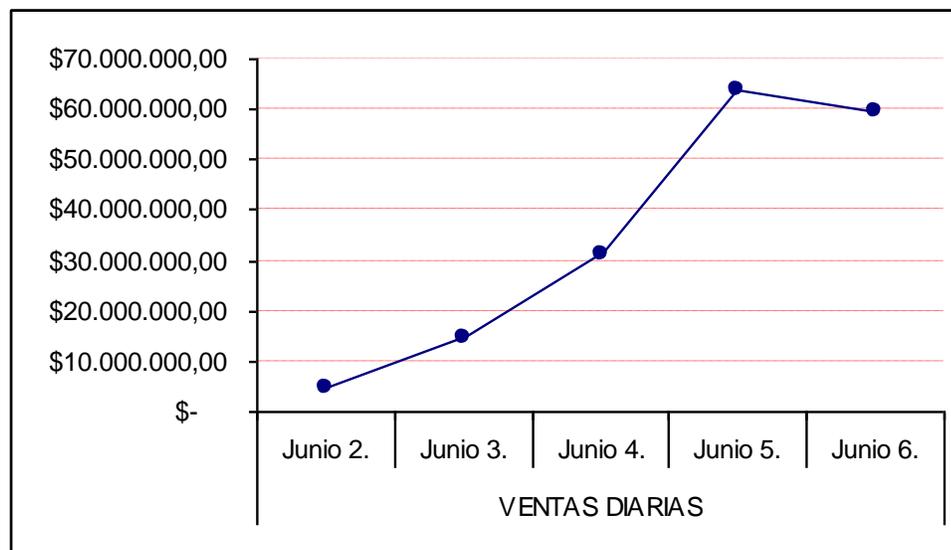


**Ilustración 2: Ventas en feria por artesano**

### 2.13.2. Tabulación de resultados

En los días de Feria, entre el 2 y el 6 de junio/05, las encuestas fueron respondidas por el 95.6% de los artesanos que estaban participando en el evento, con los siguientes resultados:

- Jueves, junio 2/05: Ventas por valor de \$4'527.000, correspondientes al 64,21% de la muestra artesanal.
- Viernes, junio 3/05: Se registró un incremento de \$10'257.000, para un total de \$14'784.000, correspondiente al 86.31% de la muestra artesanal.
- Sábado, junio 4/05: Se registró nuevamente incremento en las ventas, que reportaron un valor de \$30'986.380, correspondiente al 91,58% de la muestra artesanal, logrando una curva creciente en las ventas.
- Domingo, junio 5/05: Presentó el registro más alto en las ventas, por valor de \$63'981.200, correspondiente al 91,58% de la muestra artesanal.
- Lunes, junio 6/05: Presentó un leve descenso en la curva de ventas, con un total de \$59'785.000, correspondiente al 100 % de la muestra artesanal.



**Ilustración 3: Curva de ventas Feria de Tuluá 2005**

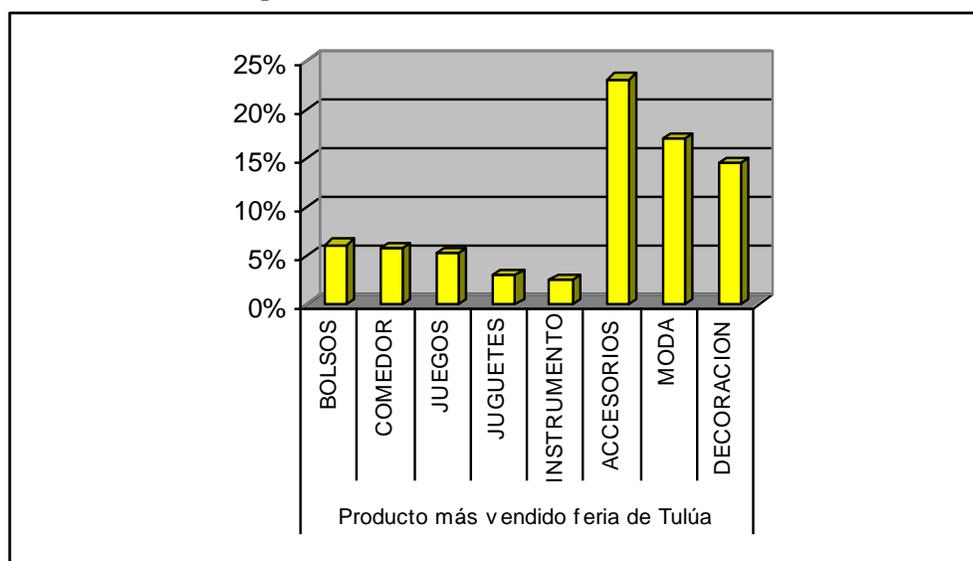
En conclusión, durante los 5 días de la Feria de Tuluá, en el área de artesanía, se evidenció que los mejores días de venta correspondieron a días festivos como domingo 5 y lunes 6 de junio/05, con un promedio de ventas de \$61'883.100 pesos por día, que consideramos que radicó en dos razones fundamentalmente: En primer lugar, dichas fechas coincidieron con un fin de semana, de puente, con afluencia masiva de visitantes que permanecieron mayor tiempo en el recinto ferial; en segundo lugar, el lunes 6 de junio fue el último día de feria, que se caracteriza porque los artesanos generalmente bajan el precio de sus productos, lo que posibilita una mayor oportunidad de venta para los talleres.

El total de ventas, en el Pueblito Artesanal, durante los cinco días de feria, ascendió a \$174'063.580, lo que da un promedio de \$1'832.248,21 por artesano. Comparando con datos del año anterior, obtenidos en otras encuestas, se observó que el hecho de haber ampliado el número de participantes en un 100%, aumentó por consiguiente la competencia entre talleres, haciendo más escasas las posibilidades de venta, por igual, para todos los talleres. De igual manera, se percibió en el público en general, una notable disminución en el dinero gastado en el recinto ferial, por factores externos, relacionados con otras actividades económicas.

El 86,73 % de los artesanos, de 95 talleres, realizó ventas todos los días del evento. En los siguientes gráficos se presentan, de mayor a menor, los productos más vendidos y demandados por el mercado en la Feria de Tulúa. Los más vendidos fueron accesorios, moda y decoración, que registraron un promedio de ventas por día del 55 %.

N°	Líneas	Producto
1	Accesorios	Bisutería, joyería, manillas.
2	Decoración	Móviles, jarrones, centros de mesa, cuadros, tallas, floreros, frutas, velas.
3	Moda	Ropa, correas, sombreros, billeteras, chal, ruanas, bufandas, zapatos, molas
4	Comedor	Individuales, caminos de mesa, bateas, vajillas, saleros, pimenteros, pasa boqueras.
5	Bolsos	Bolsos
6	Juegos	Jenga, triqui, dominó, solitario, juegos de mesa

**Tabla 7: Clasificación de productos.**



**Ilustración 4: Productos más vendidos**

El grupo de productos de más difícil rotación y venta correspondió a las áreas de comedor, sala, cocina, habitación, oficina, muebles, instrumentos, juegos, bocados típicos, juguetes, lámparas y canastos. Cada uno de estos grupos de productos arrojó un promedio de ventas por día del 3.75%. La agrupación de estos grupos de productos reportó un promedio de ventas por día del 45%. **(Ver Anexo 13 LCD)**

### 2.13.3. Seguimiento realizado por un funcionario de Artesanías de Colombia

El 4 de junio/05 el doctor Alexander Parra, profesional de la Subgerencia de Desarrollo de Artesanías de Colombia, hizo el seguimiento al resultado de las actividades que realizó el Equipo de diseñadores, en el marco de la asesoría y asistencia técnica a las áreas de artesanía y mecatro de la Feria de Tulúa.

### 3. Soportes

Acuerdos realizados con los organizadores del evento, en relación con los temas que requirieron aprobación, que quedaron consignados en las Actas de reuniones, debidamente firmadas por las partes y banco de imágenes del evento. Esta información se encuentra en el Anexo 14 del Laboratorio Colombiano de Diseño.

### **Bibliografía.**

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

## **Agradecimientos**

Junta de Feria y Exposiciones de Tuluá – Alcaldía de Tuluá – Cámara de Comercio de Tuluá:  
Doctor Jorge Alverto Cruz Dávila, Presidente Junta de Ferias y Exposiciones de Tuluá  
Señora Sonia Patiño, Ejecutiva Artesanías  
Señora Claudia Patricia Ortiz, Asistente Área Artesanía  
Doctor Jesús Ernesto Victoria, Presidente Cámara de Comercio de Tuluá  
Doctor Fabio Hernán Gómez, Ejecutivo Plaza de Mecato  
Doctora Clara Inés Espinel, Directora del Área de Arte y Cultura de la Casa de la Cultura,  
Alcaldía de Tuluá

## **Realización**

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

DI Manuel José Moreno Brociner, Coordinador General  
DI Ángela Merchán  
DI Andrés Ramírez  
DI David Correal  
Nancy Castrillón, Asistente General

Con apoyo de la Corporación Academia Colombiana de Gastronomía:  
Doctora Clemencia Price de Arellano  
Doctora Bibiana Valderrama  
Doctora Alexandra Lozano





















































