



artesanías de colombia s.a.



POLÍTICA PÚBLICA DE
MUJER Y GÉNEROS

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
Artesanías de Colombia S.A.
Centro de Desarrollo Artesanal

**“Preparación, Acompañamiento y Ejecución de la II Feria de
Redes de Mujeres productoras 2007 Plazoleta de Unilago 13, 14 y
15 de diciembre”**

Interventoría: Pedro Perini Guzmán
Coordinador Centro de Desarrollo Artesanal

**D.T. Lizett Pardo Duran
D.I. Karly Paola Osorio Sandoval
D.I. Paula Marcela Olarte**

Enero del 2.008



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

Créditos Institucionales

Paola Andrea Muñoz Jurado
Gerente General

Juan Carlos Cabrera Córdoba
Director de Proyecto
Subgerente Administrativo y Financiero

Manuel José Moreno Brociner
Subgerente de Desarrollo

Sandra Strouss de Jaramillo
Subgerente Comercial

Germán Ortiz
Jefe de Planeación

Lyda del Carmen Díaz López
Coordinadora Plaza de los Artesanos

Pedro Perini Guzmán
Coordinador Centro de Desarrollo Artesanal

David Correal Gentry
Coordinador Laboratorio de Diseño Armenia

Dayra Palacios Mulcue
Coordinador Laboratorio de Diseño Pasto

Claudia Paola Ramírez
Coordinadora de Proyecto

Lizett Pardo Duran
Diseñadora Textil
Asesora en Diseño CDA

Karly Paola Osorio Sandoval
Diseñadora Industrial
Asesora en Diseño CDA

Paula Marcela Olarte
Diseñadora Industrial
Asesora en Diseño CDA



Tabla de Contenido

- Introducción
- 1. Objetivo General
- 2. Objetivos Específicos
- 3. Contexto: Plazoleta de Unilago
- 4. Antecedentes
- 5. Metodología
- 5.1 Criterios de Evaluación
- 5.2 Requisitos de Participación
- 6. Ejecución
- 7. Actividades Desarrolladas
- 7.1 Pasarela – desfile – actividades culturales
- 8. Conclusiones
- 9. Recomendaciones
- 10. Anexos
 - A. Listado: base de datos de selección y evaluación de productos.
 - B. Lista de entrega de materiales.
 - C. Cronograma de actividades II Feria de Redes de Mujeres productoras 2007 Política Pública de Mujer y Géneros.
 - D. Presentaciones



INTRODUCCION

El 13, 14 y 15 de diciembre de 2007, se realizó la segunda versión de la Feria de Redes de Mujeres productoras; fue una iniciativa promovida por la Política Pública de Mujer y Géneros, que tiene como objetivo promover el reconocimiento y comercialización de productos con el sello "HECHO POR MUJERES"¹. En un sólo espacio para exponer y comercializar se reunió a expositoras de joyería, bisutería, confecciones, tejidos, artesanías, cuero, madera, cerámica, cestería, escultoras, pintoras, productoras de arte manual como lencería, arte country, artículos de navidad, papel hecho a mano, transformación de alimentos, productos alternativos, agricultura orgánica y gastronomía.

En esta ocasión se encontraron piezas decorativas, regalos y artículos para el hogar, con el mejor precio y calidad y una variada agenda cultural. El evento se llevó a cabo en la plazoleta de Unilago, ubicada en la Cra 16 A Calle 79.

La Feria de Redes de Mujeres Productoras logró reunir a 200 productoras del Distrito, con el objetivo de exponer y comercializar sus productos. Este evento les dio la oportunidad de fortalecer sus iniciativas productivas y de contribuir con su imaginación y creatividad al perfeccionamiento de los oficios y técnicas que desarrollan.

La feria contó con la participación del Centro de Desarrollo Artesanal de Bogotá, a través de las Diseñadoras Lizett Pardo Duran, Paula Marcela Olarte y Karly Paola Osorio Sandoval, quienes se encargaron de realizar la recepción de muestras, seminarios, convocatorias, exhibiciones, comités de evaluación, selección y entrega de muestras, la asignación de los stands y la supervisión de la exhibición de los stands durante toda la Feria.

Finalmente, en términos de ejecución y logística, se hizo la asignación de los stands y/o espacios de las expositoras, la supervisión de la exhibición de los productos y el apoyo en el proceso de montaje y desmontaje de la feria.

Para cumplir con tal propósito y con el fin de asignar un circuito a los recorridos del público, se colocaron manteles de colores con la siguiente codificación: Para los tejidos (manteles vinotinto), para confección (manteles café), para la bisutería, joyería y accesorios de moda en cuero (manteles negros), para las artes manuales que contemplaron oficios como el arte country, tarjetería, trabajo con plastilina, entre otros (manteles de color mostaza).

¹ Oficina de Política Pública de Mujer y Géneros.

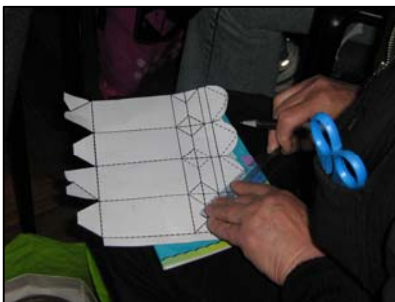
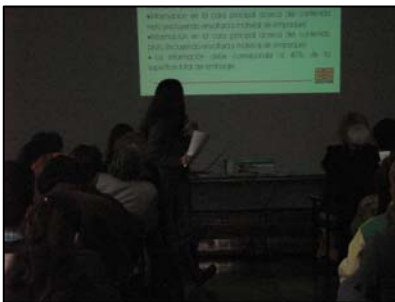


1. Objetivo General

Generar y desarrollar la II versión de la Feria de Redes de Mujeres productoras 2007 para la exhibición, promoción y comercialización de la oferta productiva artesanal. Asesoría en diseño para mejoramiento de productos, creación e implementación de sistemas de exhibición del producto artesanal en eventos promocionales y comerciales.

2. Objetivos Específicos

- Convocatoria para la Feria de Redes de Mujeres Productoras
- Evaluación y selección de producto de las expositoras del evento.
- Capacitar a los beneficiarios para la correcta participación de ferias y exhibiciones.
- Organizar un espacio seductor: (buena distribución y exhibición del producto) que impulse la comercialización.
- Acompañamiento en montaje y exhibición de los diferentes stands.
- Seguimiento a las expositoras durante la feria.
- Resultados del evento



Fotografía N° 1

Jornada de desarrollo e implementación de empaques y embalaje del producto artesanal, para la II Feria de Redes de Mujeres Productoras 2007

Tomada por: Karly Paola Osorio Sandoval, noviembre de 2007, Artesanías de Colombia S.A.



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

3. Contexto

Plazoleta de Unilago

El evento se llevó a cabo en el centro de negocios empresariales, Plazoleta Unilago de Bogotá, ubicado detrás del centro comercial de la informática Unilago (Cra 16 A Calle 79).

Fotografía N° 2
Montaje e Inauguración de la II Feria de
Redes de Mujeres Productoras 2007
Plazoleta Unilago
Tomada por: Karly Paola Osorio Sandoval,
diciembre de 2007, Artesanías de Colombia
S.A.



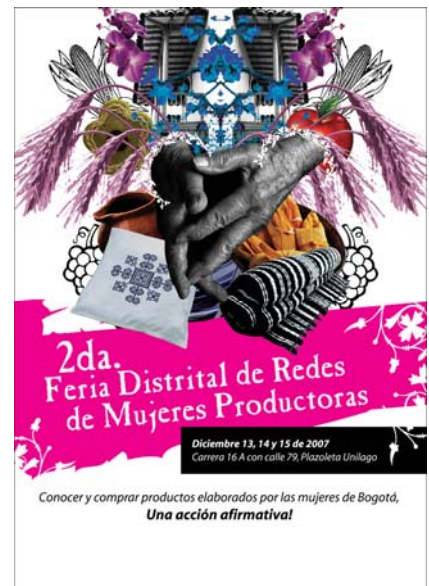
4. Antecedentes

La Política Pública de Mujer y Géneros en desarrollo del Plan de Igualdad de Oportunidades, en el derecho al trabajo en condiciones de igualdad y dignidad, realizó la II feria de redes de mujeres productoras, como estrategia de visibilización y comercialización de su producción y contribuir a fortalecer las iniciativas orientadas a la generación de ingresos propuestas por las mujeres y sus organizaciones dentro de criterios de equidad y sostenibilidad.²

La Feria fue una iniciativa promovida por la Política Pública de Mujer y Géneros y los grupos de mujeres productoras, como propuesta de reconocimiento y significación comercial y cultural, como escenario de posibilidades para afianzar la actividad productiva, posicionarse comercialmente y así contribuir al mejoramiento de los ingresos de las mujeres,

² Boletín de prensa de Política Pública de Mujer y Géneros.
Feria distrital de redes y mujeres productoras

Artesanías de Colombia S.A.
Subgerencia de Desarrollo
Unidad de Diseño CDA para las Artesanías y las Pymes
D.T. Lizett Pardo Duran
D.I. Karly Paola Osorio Sandoval
D.I. Paula Marcela Olarte





pero fundamentalmente, fortalece el sentido de pertenencia local.

Fue un escenario de identificación, reconocimiento, construcción de confianza social y comercial; además, posibilitó la articulación de proyectos individuales y el establecimiento de relaciones de intercambio y reciprocidad, con el propósito de motivar y dinamizar las actividades de producción y comercialización.

Se presentaron productos elaborados por las mujeres, de manera individual y colectiva y se constituyó en una excelente oportunidad de crecimiento, cualificación y proyección de las iniciativas productivas de las mujeres, orientadas a la ampliación de oportunidades comerciales.

5. Metodología

Con el fin de lograr una muestra con los mejores productos del Distrito, las participantes se acogieron a un proceso de preselección y selección de productos.

Criterios	
Calidad	Materiales
	Técnica
	Destreza
	Acabados
Diseño	Creatividad
	Innovación
	Artístico
Funcionalidad	Propuesta de uso
	Experimentación
	Investigación
Mercadeo	Precio vs. Valor Percibido
	Precio vs. Imagen corporativa
	Capacidad de producción

Criterios de Evaluación

Los criterios de evaluación tomados en cuenta fueron:

- **Calidad del producto:** Se evaluó el uso de los materiales, la especialización en la técnica, la habilidad, nivel de transformación, investigación, experimentación, acabados y la calidad del producto.
- **Diseño:** Se evaluó la creatividad y el diseño del producto, lo novedoso y lo artístico. Asimismo, los siguientes conceptos: línea, colección, propuesta formal de la función, propuesta de uso, investigación y experimentación, funcionalidad, ergonomía, antropometría y criterio de color.
- **La funcionalidad:** Se evaluó el valor de uso y la exploración de nuevos usos.
- **Mercadeo e Imagen:** Se reconoció y se evaluó el precio vs. el valor percibido, precio vs. imagen corporativa, capacidad de producción, calidad de la producción, valor del producto, gastos, empaque, catálogo y concepto gráfico.

Para desarrollar ésta actividad, se utilizó un formato con una ponderación de 1 a 5, para calificar los criterios de evaluación, teniendo en cuenta el valor de 5 como el puntaje más alto. Los productos preseleccionados participaron en la Feria de Redes de Mujeres Productoras 2007, acatando las observaciones y sugerencias de las diseñadoras.



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

Se realizó una asesoría puntual para el mejoramiento de producto. Así mismo, se extendió una invitación a participar en las jornadas de asesoría puntual de Artesanías de Colombia S.A., que se realizan usualmente el primer miércoles de cada mes.

REGISTRO DE EVALUACIÓN

Nombre	Cedula	Localidad
Actividad Productiva		Teléfono
Evento		Fecha

Criterios		5	4	3	2	1	Observaciones
Calidad	Materiales						
	Técnica						
	Destreza						
	Acabados						
Diseño	Creatividad						
	Innovación						
	Artístico						
Funcionalidad	Propuesta de uso						
	Experimentación						
	Investigación						
Mercadeo	Precio vs. Valor Percibido						
	Precio vs. Imagen corporativa						
	Capacidad de producción						

Total							
--------------	--	--	--	--	--	--	--

Producto Seleccionado	<input type="checkbox"/>	Producto Preseleccionado	<input type="checkbox"/>
Sujeto Asesoría	<input type="checkbox"/>	No aprobado	<input type="checkbox"/>
Diseñador	_____		

Artesanías de Colombia S.A.
Subgerencia de Desarrollo
Unidad de Diseño CDA para las Artesanías y las Pymes
D.T. Lizett Pardo Duran
D.I. Karly Paola Osorio Sandoval
D.I. Paula Marcela Olarte



Requisitos de Participación

Los requisitos establecidos para la participación en la Feria de Redes de Mujeres Productoras 2007 fueron:

- Llevar mínimo un año en la actividad productiva; estar vinculada a las acciones de Política Pública de Mujer y Géneros y pertenecer a las áreas productivas definidas:
 - Artesanías
 - Bisutería
 - Confecciones
 - Cuero
 - Gastronomía
 - Joyería
 - Manualidades
 - Tejidos
 - Transformación de alimentos y productos alternativos
- Aplicar los criterios de evaluación para la participación en eventos feriales, establecidos por Artesanías de Colombia, entidad que ha desarrollado mecanismos de selección, que tienen como finalidad definir y seleccionar los objetos de carácter artesanal y diferenciarlos con los objetos trabajados como arte manual. Esta selección la realiza un equipo de diseñadores del Centro de Desarrollo Artesanal de Bogotá. Para esta selección se tuvieron en cuenta los criterios nombrados anteriormente.

Nota: se respetaran las observaciones y sugerencias de la diseñadora.

6. Ejecución

Para la jornada de selección y evaluación de producto se presentaron 300 mujeres productoras.

Los grupos se definieron por áreas productivas; se entregaron manteles a cada diseñadora del CDA para ambientar los stands y se establecieron los diseños más convenientes, según el producto a exhibir.

Se realizaron recorridos durante la feria para identificar las participantes que utilizaron los siguientes **ítems** para una buena exhibición:

- Seducir y Cautivar
- Contar la historia del producto, la marca, la identidad y su dueño
- Tener en cuenta las temporadas, las festividades, las tendencias de moda



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

- Tener en cuenta las necesidades y perfiles de su cliente
- Paletas de color de la temporada
- Iluminación para resaltar y destacar
- Impacto de la fachada

Se dejó claro que el objetivo de los sistemas de exhibición consiste en exponer, de forma adecuada, una producción para atraer e incentivar al posible cliente y así poder concretar una venta.

Fotografía N° 3

Artesanas productoras de Artes Manuales y Tejidos II Feria de Redes de Mujeres Productoras 2007

Plazoleta Únilago

Tomada por: Karly Paola Osorio Sandoval, diciembre de 2007, Artesanías de Colombia S.A.



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



Mientras se desarrolló el montaje con los expositores, se especificaron espacios sencillos, fáciles y poco saturados.

Artesanías de Colombia S.A.
Subgerencia de Desarrollo
Unidad de Diseño CDA para las Artesanías y las Pymes
D.T. Lizett Pardo Duran
D.I. Karly Paola Osorio Sandoval
D.I. Paula Marcela Olarte



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



Fotografía N° 4
Artesanas productoras de Joyería II Feria de
Redes de Mujeres Productoras 2007
Plazoleta Unilago
Tomada por: Karly Paola Osorio Sandoval,
diciembre de 2007, Artesanías de Colombia S.A.

El apoyo prestado por las diseñadoras y el personal logístico, permitió llevar a cabo el montaje sin contratiempos y a la hora indicada, con el fin de estar preparadas para la inauguración.

7. Actividades

El 80% de las participantes beneficiarias asistieron continuamente a las actividades que se realizaron en el marco de los convenios suscritos durante el transcurso del año 2007, entre ambas entidades: La política Pública de Mujer y Géneros y Artesanías de Colombia S.A. La gran mayoría de las mujeres asistieron a los seminarios a cargo del CDA, sobre las experiencias en eventos feriales de años anteriores.

Se desarrollaron las siguientes charlas: “Componentes de un producto artesanal”, “empaques y embalajes”, “costos”.



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

7.1 Pasarela – desfile – actividades culturales

Fotografía N° 5

Modelos en pasarela, con prendas de nuestras mujeres artesanas participantes en la II Feria de Redes de Mujeres Productoras 2007
Plazoleta Unilago

Tomada por: Karly Paola Osorio Sandoval, diciembre de 2007, Artesanías de Colombia S.A.





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



Se realizaron diferentes actividades en el transcurso de la II Feria de Redes de Mujeres Productoras 2007, la gran mayoría elaboradas en conjunto con la oficina de política pública de mujer y géneros; a continuación se muestra el material fotográfico:

Artesanías de Colombia S.A.
Subgerencia de Desarrollo
Unidad de Diseño CDA para las Artesanías y las Pymes
D.T. Lizett Pardo Duran
D.I. Karly Paola Osorio Sandoval
D.I. Paula Marcela Olarte



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

Fotografía N° 6
Grupos musicales en la II Feria de Redes de Mujeres Productoras 2007
Plazoleta Unilago
Tomada por: Karly Paola Osorio Sandoval, diciembre de 2007, Artesanías de Colombia S.A.



8. Conclusiones

Al promover los procesos de formación de las artesanas en situación de vulnerabilidad, se dieron a conocer los productos que las mujeres aprendieron a elaborar, gracias a la participación en talleres, seminarios y asesorías sobre tendencias de diseño y desarrollo de líneas de producto.

Los participantes del evento que vinieron por primera vez y aplicaron las recomendaciones para una correcta participación en feria y asistieron desde el montaje, aprendieron a desenvolverse dentro de un ambiente ferial y como valor agregado, adquirieron contactos y vendieron con éxito su producto.

Se propició la ampliación de canales y contactos comerciales para mejorar el mercado de los productos expuestos.



9. Recomendaciones

Con anticipación, tener definidos los espacios donde se va a desarrollar el evento, de manera que la actividad se pueda desarrollar con la mayor eficiencia.

Tener una programación previa de las actividades.

La parte logística correspondiente al montaje debe ser organizada y acordada formalmente para evitar retrasos en el mismo.

Organizar la base de datos de las mujeres asociadas por oficio, con las observaciones de cada una y tener en cuenta los criterios de Mujer y Género cuando haya personas que no sean aptas o hayan tenido inconvenientes en el desarrollo de otras actividades.

Carnetizar o entregar una identificación a las personas que pertenecen al programa, con el fin de evitar la participación de personas ajenas a la actividad.