

Informe final
de realización de la Feria Expoartesano 2014



Medellín, Julio 2014

Aida Vivian Lechter de Furmanski
Gerente General

Cristian Alberto Castillo
*Subgerente de Promoción y
Generación de Oportunidades Comerciales*

Alvaro Ivan Caro Niño
*Profesional de Ferias y Eventos
Subgerencia de Promoción y
Generación de Oportunidades Comerciales*

Tabla de Contenido

Introducción

1. Convocatoria Expoartesano 2014

- 1.1. Convocatoria durante Expoartesanía
- 1.2. Convocatoria abierta
- 1.3. Convocatoria en Medellín
- 1.4. Lista de precios de stands por pabellón
- 1.5. Artesanos Apalancados por entidades y proyectos
- 1.6. Avances de Convocatoria
- 1.7. Base de datos Expoartesano

2. Material Gráfico

- 2.1. Manuales
- 2.2. Formatos
- 2.3. Cartas de invitación

3. Planimetrías y asignaciones

- 3.1. Geografía Ferial
- 3.2. Cupos por pabellón
- 3.3. Consolidado de piso

4. Curaduría

- 4.1. Selección de Artesanos por pabellón
- 4.2. Construcción de Listas de espera

5. Apoyos a artesanos brindados por el evento

- 5.1. Beneficios indígenas y tradicionales
- 5.2. Transporte y movilidad artesanos.

6. Cartera y contratos

7. Comparativo Expoartesano 2013 vs 2014

8. Medios

- 8.1. Gestión de la comunicación con medios
- 8.2. Impactos de medios
- 8.3. Siart

9. Encuesta Expositores y visitantes

10. Valores Agregados

- 10.1. Alianzas con terceros
- 10.2. Pre-decorado empresa de montaje
- 10.3. Del recinto ferial y el evento

11. Entidades

- 11.1. Contacto Entidades
- 11.2. Atención entidades durante feria

12. Conclusiones, observaciones y recomendaciones.

Introducción

Este documento contiene toda la información relacionada con el procedimiento de ferias llevado a cabo para el desarrollo de EXPOARTESANO LA MEMORIA, del 5 al 11 de Julio de 2014 en Plaza Mayor Medellín, en el cual se describe paso a paso la metodología de trabajo desarrollada por el equipo de trabajo de Artesanías de Colombia junto a la información necesaria para planear a partir de cifras y datos las futuras versiones del evento, con el fin de mejorar la muestra artesanal generando nuevas oportunidades comerciales.

1. Convocatoria Expoartesano 2014.

La estrategia de convocatoria para los artesanos aspirantes a participar en la feria EXPOARTESANO 2014 tuvo varias etapas descritas a continuación.

La convocatoria fue abierta y se publicó a través del SIART para conocimiento del público en general, se encuentra en www.artesantiasdecolombia.com.co ingresando por el link ferias.

El resultado de la convocatoria tuvo un total de **540** artesanos inscritos incluyendo todos los documentos actualizados RUT, fotocopia de la cédula y en los casos pertinentes la cámara de comercio. (Se encuentra en archivo físico de ferias de Artesanías de Colombia- Ferias)

Se seleccionaron en un segundo comité de evaluación los mejores puntajes de los participantes de Expoartesánias y de los que se presentaron nuevos a la convocatoria para seleccionar la mejor muestra de artesanos, en total fueron seleccionados **316** expositores.

1.1. Convocatoria en Expoartesánias

Se hizo una invitación escrita que se distribuyó a los expositores participantes de Expoartesánias 2013 durante el evento, entregando un total de **759** formularios postales y cartas de invitación

Se entregaron por área de la siguiente manera.

CONVOCATORIA REALIZADA EN EXPOARTESANIAS 2013	
TRADICIONALES	138
INDIGENAS	130
INSTRUMENTOS	12
INFANTILES	43
MESA Y DECORACIÓN	190
JOYERIA	82
BISUTERIA	59
MOBILIARIO	7
MODA	98
TOTAL:	759

Inscripciones

De los 759 formularios entregados en Expoartesanías, 93 lo diligenciaron para hacer la respectiva inscripción.

Como resultado de esta actividad se recibieron por área los siguientes formularios:

INSCRIPCIONES REALIZADAS EN EXPOARTESANIAS 2013	
TRADICIONALES	26
INDIGENA	23
INSTRUMENTOS	1
INFANTILES	2
MESA Y DECORACION	17
JOYERIA	7
BISUTERIA	7
MODA	10
TOTAL :	93

Consolidado de Convocatoria Expoartesano 2014

CONSOLIDADO DE CONVOCATORIA EXPOARTESANO 2014	
TOTAL DE ARTESANOS QUE RECIBIERON INVITACIÓN EN EXPOARTESANIAS	759
TOTAL ARTESANOS INSCRITOS CON DOCUMENTOS	540
TOTAL ARTESANOS SELECCIONADOS	316

1.2. Convocatoria abierta

Registro de llamadas convocatoria

Llamadas de enero 28 a marzo 3 de 2014 para inscripciones Expoartesano 2014

Durante esta fecha se contactaron 554 artesanos que fueron tomados de la base de datos de Expoartesanías y de un archivo de tarjetas que se obtuvo de ferias pasadas.

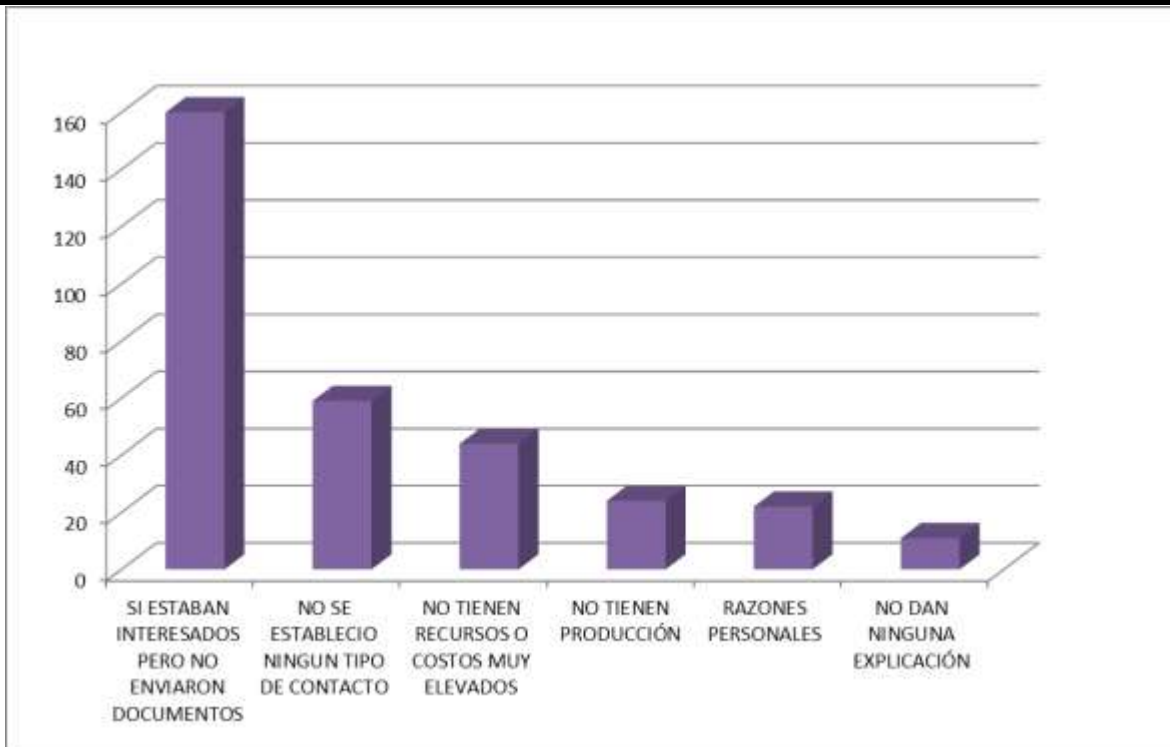
Por medio de llamadas se efectuó un seguimiento, durante el proceso de inscripción de cada uno de los artesanos a continuación mostraremos los datos obtenidos.

A cada artesano en promedio se llamó de dos a tres veces, dependiendo de la respuesta que dieron en el primer contacto, para un total de aproximadamente 1.116 llamadas.

Artesanos que no participan

En la siguiente tabla se encuentran las razones por las cuales los artesanos decidieron no participar.

NO PARTICIPAN	
MOTIVO	NÚMERO DE PERSONAS
SI ESTABAN INTERESADOS PERO NO ENVIARON DOCUMENTOS	160
NO SE ESTABLECIO NINGUN TIPO DE CONTACTO	59
NO TIENEN RECURSOS O COSTOS MUY ELEVADOS	44
NO TIENEN PRODUCCIÓN	24
RAZONES PERSONALES	22
NO DAN NINGUNA EXPLICACIÓN	11
TIENE UN VIAJE PROGRAMADO PARA ESA FECHA	8
PARTICIPA EN LA FERIA DE COLONIAS	7
OTROS COMPROMISOS	7
REESTRUCTURACION DEL TALLER	6
NO PARTICIPAN PORQUE CONCUERDA CON LAS FECHA DEL MUNDIAL	4
PARTICIPAN EN COLOMBIA MODA	4
PARTICIPA EN LA FERIA DE PAJAROS Y FLORES	4
NO ES MERCADO PARA SU PRODUCTOS	3
PARTICIPAN EN LA FERIA DE POPAYAN	3
MALAS EXPERIENCIAS EN OTRAS FERIAS	3
NO ESTA DE ACUERDO EN LA FECHA QUE SE REALIZARÁ LA FERIA	3
PREFIERE INVESTIGAR EL MERCADO PREVIAMENTE	2
YA NO TRABAJAN EN ARTESANIAS	2
NO PARTICIPA EN FERIAS FUERA DE BOGOTA	2
ESTAN FUERA DE LA CUIDAD	2
NO TIENE QUIEN LA ACOMPAÑE POR SU EDAD	1
FERIA DEL HOGAR	1
SOLO PARTICIPAN EN EXPOARTESANIAS	1
SON PROVEEDORES DE OTRA EMPRESA	1
TOTAL:	384



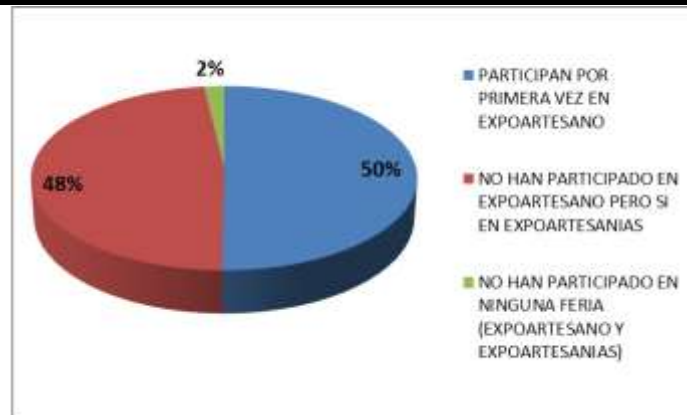
**En este grafico se representan los reclamos con más puntuación.*

Llamadas efectivas.

Del registro de llamadas realizadas al inicio de la convocatoria, se hizo un conteo de los talleres que fueron seleccionados, quedaron en lista de espera o fueron seleccionados para Maestros Sura.

LLAMADAS EFECTIVAS	
Aprobados	151
En lista de espera	16
Maestros Sura	3

Adicionalmente se tiene en cuenta que de acuerdo a la efectividad de la difusión y apoyo de Artesanías de Colombia al interior de la empresa hubo stands que no hubo que contactar para la gestión de inscripción.



Participación artesanos. De los artesanos inscritos y seleccionados, identificamos que tan *activa ha sido la participación en Expoartesánias y Expoartesano y cuantos no han participado en ninguna feria.*

PARTICIPACIÓN	
Participan por primera vez en Expoartesano	146
No han participado en Expoartesano pero si en Expoartesánias	128
No han participado en ninguna feria (Expoartesano y Expoartesánias)	6

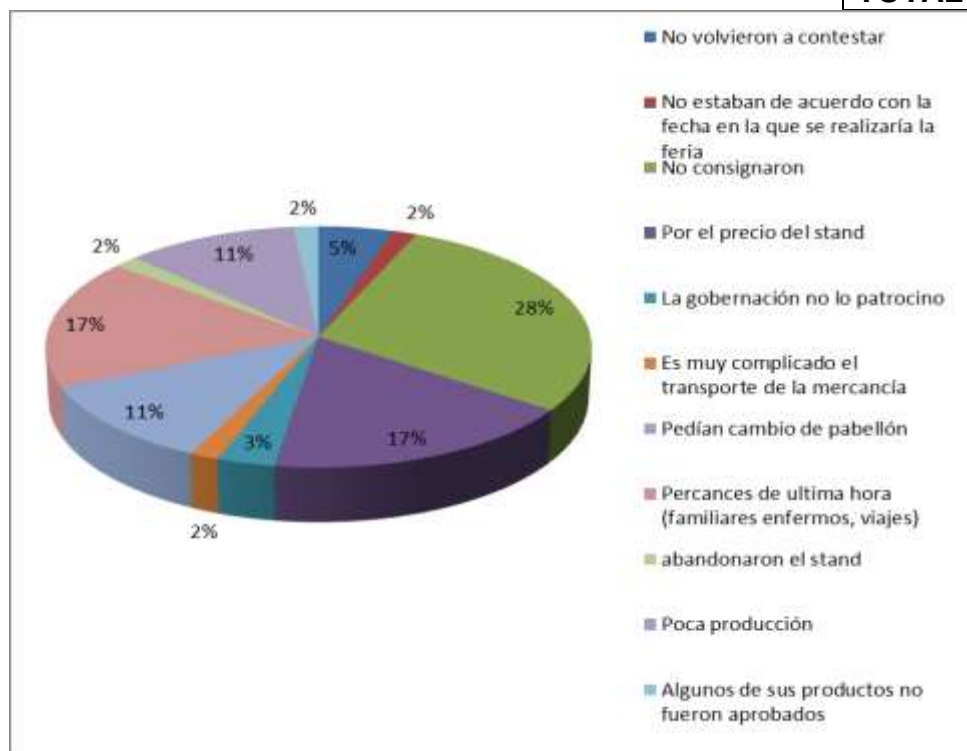
**Esta tabla no incluye Proyecto Orígenes, Maestros Sura, Institucional, Propiedad Intelectual e Identidad Colombia.*

Llamadas de seguimiento a pago de cartera y documentos pendientes - marzo 27 a junio 19 de 2014.

En el transcurso de Marzo 27 a Junio 19 se hicieron aproximadamente **962** llamadas para abonos y pagos del stand, información y documentos pendientes.

Asistieron 244 artesanos de los que contactamos por teléfono únicamente para los fines nombrados anteriormente. 63 talleres desistieron de la participación durante estas fechas por diferentes motivos que se relacionan a continuación:

ARTESANOS CONTACTADOS DE MARZO 27 A JUNIO 19 DE 2014	
No volvieron a contestar	3
No estaban de acuerdo con la fecha en la que se realizaría la feria	1
No consignaron	18
Por el precio del stand	11
La gobernación no lo patrocino	2
Es muy complicado el transporte de la mercancía	1
Pedían cambio de pabellón o de stand	7
Percances de última hora (familiares enfermos o viajes)	11
Abandonaron el stand durante la feria	1
Poca producción	7
Algunos de sus productos no fueron aprobados	1
TOTAL	63



Los que no fueron contactados durante estas fechas es porque ya habían pagado, hicieron la inscripción en diciembre o tenían todos los documentos en regla para tramitar el contrato correctamente.

1.3. Convocatoria en Medellín.

Se hizo una convocatoria para el departamento de Antioquia con el fin de promover el evento desde lo regional reuniendo algunos artesanos en Plaza Mayor para llevar a cabo esta actividad se hizo uso del clúster logístico.

Clúster logístico:

- Revisar la consistencia de la base de datos en cuanto a registros repetidos o incompletos.
- Por medio de una cuenta de correo electrónico enviar invitaciones
- Reporte de cifras consolidadas de la gestión realizada diariamente
- Llamadas telefónicas a los invitados

Propuesta económica:

- Valor por llamada es de \$1.800 (estimado 2 minutos).
- Los mensajes de texto para este volumen saldrían a \$250 cada uno con 140 caracteres.

REPORTE TELEMERCADEO - EXPOARTESANO 2014		
RESPUESTA	CANTIDAD	REPRESENTA
SI CONFIRMAN PARTICIPAR EN LA REUNIÓN	89	27,90%
SE TRANSFIERE LA INVITACIÓN	1	0,31%
NO	21	6,58%
NO SABE	20	6,27%
SE DEJO MENSAJE	98	30,72%
DEVOLVERA LA LLAMADA	5	1,57%
NO TRABAJA	3	0,94%
NUMERO ERRADO	2	0,63%
VOLVER A LLAMAR	80	25,08%
TOTAL:	319	

De 319 llamadas realizadas por el clúster 89 confirmaron asistencia y asistieron en total 35 artesanos a la convocatoria y curaduría de producto.

Aprovechando la visita se atendieron artesanos de la alcaldía de Medellín 38 en total de los cuales pasaron 33 artesanos para el stand institucional, con el compromiso de mejorar las observaciones realizadas por los curadores asistentes al evento ese día que fueron Felipe Rodríguez y Alvaro Ivan Caro.

Monetización de llamadas realizadas dentro del equipo

Se monetizaron las llamadas realizadas durante los diferentes procesos de contacto a artesanos, tomando como referente el valor dado por el clúster logístico de \$3.600 valor de la llamada durante aproximadamente 4 minutos para un total de 2078 llamadas o contacto a artesanos para obtener el siguiente resultado:

LLAMADAS DEL EQUIPO - MONETIZADAS	
CONCEPTO	VALOR
4 MINUTOS EN PROMEDIO POR LLAMADA	\$3.600
VALOR TOTAL DE LAS LLAMADAS	\$7.480.800

NUMERO DE LLAMADAS DURANTE EL PROCESO	2.078
---------------------------------------	--------------

1.4. Listado de precios de stands por pabellón.

LISTADO DE PRECIOS CON DESCUENTO POR PRONTO PAGO

PABELLÓN BLANCO LA MEMORIA INDIGENA Y TRADICIONAL		DE MARZO 24 a ABRIL 30	DE MAYO 1 JUNIO 7	DE JUNIO 16 a JULIO 4 <small>Incluye a los artesanos que cancelan por cuotas de acuerdo al manual de participación.</small>
CATEGORÍA	METROS 2	Primer Descuento	Segundo Descuento	Precio 2014
Indígenas	6			\$ 561.600
Tradicionales	9	\$ 631.800	\$ 694.980	\$ 758.160

PABELLÓN AZUL LUGARES DE VIDA JOYERÍA, BISUTERÍA, MODA Y ACCESORIOS		DE MARZO 24 a ABRIL 30	DE MAYO 1 JUNIO 7	DE JUNIO 16 a JULIO 4 <small>Incluye a los artesanos que cancelan por cuotas de acuerdo al manual de participación.</small>
CATEGORÍA	METROS 2	Primer Descuento	Segundo Descuento	Precio 2014
Esquinero	9	\$ 1.872.000	\$ 2.059.200	\$ 2.246.400
Corredor	9	\$ 1.584.000	\$ 1.742.400	\$ 1.900.800

PABELLONES AMARILLO Y PABELLÓN VERDE SABORES Y UTENSILIOS - MESA Y DECORACIÓN - UTENSILIOS DE COCINA Y ACCESORIOS		DE MARZO 24 a ABRIL 30	DE MAYO 1 JUNIO 7	DE JUNIO 16 a JULIO 4 <small>Incluye a los artesanos que cancelan por cuotas de acuerdo al manual de participación.</small>
CATEGORÍA	METROS 2	Primer Descuento	Segundo Descuento	Precio 2014
Utensilios	9	\$ 1.584.000	\$ 1.742.400	\$ 1.900.800
Bocados	9	\$ 1.350.000	\$ 1.485.000	\$ 1.620.000

INSTITUCIONAL		DE MARZO 24 a ABRIL 30	DE MAYO 1 JUNIO 7	DE JUNIO 16 a JULIO 4 <small>Incluye a los artesanos que cancelan por cuotas de acuerdo al manual de participación.</small>
CATEGORÍA	METROS 2	Primer Descuento	Segundo Descuento	Precio 2014
Estándar	9	\$ 2.889.000	\$ 3.177.900	\$ 3.466.800

1.5. Artesanos apalancados por entidades y proyectos (Anexo 1)

1.6. Avances de Convocatoria.

A continuación se presentan los avances por semana de la convocatoria a través de las diferentes etapas realizadas por el equipo de ferias es decir durante Expoartesánias, convocatoria abierta o llamadas a los artesanos y convocatoria en Medellín.

Total de Inscripciones Expoartesano 2014

	META	ESTADO	ESTADO	ESTADO	ESTADO	ESTADO	ESTADO	ESTADO
PABELLON	FERIA	24/01/2014	30/01/2014	07/02/2014	14/02/2014	21/02/2014	28/02/2014	05/03/2014

Blanco Indígena	52	35	41	49	55	58	77	81
Blanco Tradicional	34	30	33	35	41	44	52	56
Maestros Artesanos	30							
Pabellón Azul	53	33	35	44	51	56	79	84
Pabellón Amarillo y Verde	155	28	38	44	72	79	100	103
Bocado típico		2	2	3	5	5	10	10
Nuevos para evaluar				3	5	9	18	27
Institucional			2	2	2	2	2	3

TOTAL POR SEMANA		128	23	29	51	22	85	26
TOTAL	324	128	151	180	231	253	338	364
AVANCE		40%	47%	56%	71%	78%	104%	112%

1.7. Base de datos Expoartesano. (Anexo 2)

2. Material Gráfico.

- 2.1. Manuales (Anexo 3)
- 2.2. Formatos (Anexo 4)
- 2.3. Cartas de invitación. (Anexo 5)

3. Planimetrías y asignaciones

3.1. Geografía Ferial y Englobes (Anexo 6)

3.2. Cupos por pabellón

PROYECCIÓN DE EXPOSITORES DEFINIDA - CUPOS POR PABELLÓN				
PABELLÓN	N° DE STANDS PROYECTADOS	N° DE STANDS OCUPADOS	N° DE EXPOSITORES PROYECTADOS	N° DE EXPOSITORES PARTICIPANTES
HALL PRINCIPAL	2	2	2	2
PABELLÓN BLANCO - INDIGENA	56	56	56	56
PABELLÓN VERDE - INDIGENA	20	20	20	20
PABELLÓN BLANCO - TRADICIONAL	60	58	60	58
PABELLÓN AMARILLO - MESA	52	50	44	42
PABELLÓN AMARILLO - INSTITUCIONAL	7	7	5	5
PABELLÓN AMARILLO - BOCADOS	15	14	15	14
PABELLÓN VERDE - MESA	17	17	17	17
PABELLÓN VERDE - INFANTILES	6	5	6	5
PABELLÓN VERDE - INSTRUMENTOS	6	6	5	5
PABELLÓN VERDE - BOCADOS	4	4	4	4
PABELLÓN VERDE - INSTITUCIONAL	26	26	5	5
PABELLÓN AZUL - MODA	30	30	30	30
PABELLÓN AZUL - JOYERÍA	30	30	28	28
PABELLÓN AZUL - BISUTERÍA	15	15	15	15
PABELLÓN AZUL - JABONES Y ESCENCIAS	4	4	4	4
PABELLÓN AZUL - IDENTIDAD COLOMBIA	6	6	6	6
TOTAL	356	350	322	316

3.3. Consolidado de piso

Se describe a continuación el consolidado por venta de piso y su valor de acuerdo a cada uno de los espacios y pabellones de la feria.

PABELLÓN	CANTIDAD POR ESPACIO	TOTAL PARCIAL INCLUIDA LA POLIZA
HALL PRINCIPAL- Escuela de Artes y Oficios	1	\$ 7.778.000
HALL PRINCIPAL- Café Doña Cenobia	1	\$ 1.424.000
HALL PRINCIPAL-PATROCINIOS	4	\$ -
TOTAL	6	\$ 9.202.000
PABELLÓN	CANTIDAD POR ESPACIO	TOTAL PARCIAL INCLUIDA LA POLIZA
LA MEMORIA: Indígena	32	\$ 11.353.600
LA MEMORIA: Indígena apalancados por gobernaciones	6	\$ 3.813.600
LA MEMORIA: Orígenes	16	\$ 10.169.600
LA MEMORIA: En sesión indígena	2	0
LA MEMORIA: Tradicionales	33	\$ 15.041.400

LA MEMORIA: Tradicionales apalancados	27	\$ 19.056.600
TOTAL	116	\$ 59.434.800

PABELLÓN	CANTIDAD POR ESPACIO	TOTAL PARCIAL INCLUIDA LA POLIZA
LUGARES DE VIDA: Esquinero	31	\$ 60.252.000
LUGARES DE VIDA: Corredor	42	\$ 69.636.000
LUGARES DE VIDA: Esquinero a precio corredor	1	\$ 1.658.000
LUGARES DE VIDA: Helena Aguilar	5	\$ 6.569.000
LUGARES DE VIDA: Identidad Colombia	6	\$ 4.233.120
LUGARES DE VIDA: En sesión	1	0
TOTAL	86	\$ 142.348.120

PABELLÓN	CANTIDAD POR ESPACIO	TOTAL PARCIAL INCLUIDA LA POLIZA
SABERES, SABORES Y UTENSILIOS	28	\$ 46.350.000
SABERES, SABORES Y UTENSILIOS - PRECIO CON DESCUENTO	1	\$ 1.174.000
SABERES, SABORES Y UTENSILIOS - BOCADOS TÍPICOS	4	\$ 5.696.000
SABERES, SABORES Y UTENSILIOS - SUBGERENCIA DE PROMOCIÓN	20	\$ 33.159.998
SABERES, SABORES Y UTENSILIOS - INDÍGENAS	20	\$ 7.096.000
SABERES, SABORES Y UTENSILIOS - INSTITUCIONAL	4	\$ 11.704.000
SABERES, SABORES Y UTENSILIOS - INSTITUCIONAL SENA	1	\$ 3.540.800
SABERES, SABORES Y UTENSILIOS - PROMOTORA DE COMERCIO	1	\$ 2.196.000
SABERES, SABORES Y UTENSILIOS - En sesión	9	0
TOTAL	88	\$ 110.916.798

PABELLÓN	CANTIDAD POR ESPACIO	TOTAL PARCIAL INCLUIDA LA POLIZA
SABORES Y UTENSILIOS	45	\$ 74.240.000
SABORES Y UTENSILIOS - PAGO EN SEGUNDO DESCUENTO	1	\$ 1.816.400
SABORES Y UTENSILIOS - PRECIO CON DESCUENTO	3	\$ 3.625.000

SABORES Y UTENSILIOS - PRECIO CON DESCUENTO 2	3	\$ 4.576.000
SABORES Y UTENSILIOS - INSTITUCIONAL	4	\$ 11.852.000
SABORES Y UTENSILIOS - SERVICIOS ADICIONALES	0	\$ 1.144.108
SABORES Y UTENSILIOS - PROMOTORA DE COMERCIO	3	\$ 10.004.000
BOCADOS TÍPICOS	15	\$ 21.286.000
BOCADOS TÍPICOS - ÁREA LIBRE	0	\$ 500.000
TOTAL	74	\$ 129.043.508

TOTAL	370	\$ 450.945.226
--------------	------------	-----------------------

4. Curaduría

4.1. Selección de Artesanos por pabellón
(Anexo 7)

4.2. Listas de espera (Anexo 8)

5. Apoyos a artesanos brindados por el evento.

5.1. Beneficios Indígenas y Tradicionales			
INDIGENAS (No reciben subsidios de otras fuentes)	Días	Valor unitario	Valor total
50% Valor del stand pre decorado (Precio 2014)			\$ 280.800
Estadía en Medellín desde el 2 de Julio hasta el 12 de Julio en la mañana.	10	\$ 40.000	\$ 400.000
El hotel incluye el desayuno y la cena			\$ -
Tiquete aéreo/terrestre (una persona) desde ciudad principal ida y vuelta			\$ 500.000
Transporte desde el aeropuerto ida y vuelta en Medellín		\$ 8.600	\$ 17.200
Transporte diario desde el hotel hasta Plaza Mayor ida y vuelta. (x9días)	9	\$ 5.000	\$ 45.000
Bonos de Almuerzo desde el 3 al 11 de Julio (x9 días)	9	\$ 7.000	\$ 63.000
Total Individual			\$ 1.306.000
Número de beneficiarios			60
Indígenas Subtotal			\$ 78.360.000

MAESTROS ARTESANOS			
50 % del valor del stand	60	\$ 250.000	\$ 15.000.000
Maestro Artesano indígena más alejado demográficamente Mirití Paraná (historia para Yerbabuena)			\$ 2.000.000
Maestros Artesanos Subtotal			\$ 17.000.000

TOTAL SUBSIDIOS			\$ 95.360.000
------------------------	--	--	----------------------

5.2. Transporte y movilidad artesanos.

En transportes aéreos se invirtió en presupuesto aproximado de \$ 23.424.910 y en transportes terrestres \$3'475.000.

Transporte artesanos aéreos

TRANSPORTES AÉREOS			
RUTAS	NUMERO DE ARTESANOS	VALOR DEL TIQUETE 2014	TOTAL TIQUETES
FLORENCIA	5	\$ 471.810	\$ 2.359.050
RIOHACHA	12	\$ 555.080	\$ 6.660.960
CHOCO	7	\$ 382.000	\$ 2.674.000
VALLEDUPAR	4	\$ 315.080	\$ 1.260.320
LETICIA	6	\$ 996.000	\$ 5.976.000
PASTO	3	\$ 837.660	\$ 2.512.980
CALI	1	\$ 365.240	\$ 365.240
POPAYÁN	1	\$ 343.020	\$ 343.020
YOPAL	1	\$ 390.140	\$ 390.140
VAUPÉS	1	\$ 883.200	\$ 883.200
		TOTAL:	\$ 23.424.910

Transporte terrestre

TRANSPORTE TERRESTRE			
No	NOMBRE DEL ARTESANO	CIUDAD DE ORIGEN	VALOR DEL TOTAL
1	MARÍA CRISTINA GONZÁLEZ BAQUIAZA	JARDIN	\$ 60.000
2	JULIO GABRIEL MUCHAVISOY AGREDA	PASTO	\$ 230.000
3	LUIS ALFREDO CHINDOY BUESAQUILLO	PASTO	\$ 220.000
4	CARLOS JAMIOY CHICUNQUE	PASTO	\$ 240.000
5	GLORIA ELENA TAMANIS TASCÓN	JARDIN	\$ 48.000
6	EVA MARÍA ARBOLEDA	CALI	\$ 110.000
7	MARIO TANIGAMA GUASIRUMA	PEREIRA	\$ 124.000
8	ANA DELIA NACAVERA NACAVERA	PEREIRA	\$ 122.000
9	BLANCA INÉS PÁEZ ORTEGÓN	BOGOTA	\$ 136.000
10	WILLIAM DIEGO CHICUNQUE AGREDA	BOGOTA	\$ 150.000
11	MARINELSY IGUARAN MESTRE	BOGOTA	\$ 136.000
12	JAIRO YÉPEZ GAITÁN	PUERTO GAITAN	\$ 200.000
13	PLINIO OPUA	BUENAVENTURA	\$ 300.000
14	ALBEIRO NASEQUIA GUIPA	PEREIRA	\$ 129.000
15	ZUÑIGO CHAMARRA	BUENAVENTURA	\$ 220.000
16	JUDITH PACHECO MENDIOLA	VALLEDUPAR	\$ 240.000
17	JUDITH MARINA TORRES SOLÍS	VALLEDUPAR	\$ 260.000
18	GRISELDA CUERO	BUENAVENTURA	\$ 300.000
19	NOHELIA ISMARE	BUENAVENTURA	\$ 250.000
TOTAL :			\$ 3'475.000

Se debe tener en cuenta que se presentaron algunos sobre costos debido a recompra de tiquetes de algunos artesanos y otros que por razones de fuerza mayor no pudieron asistir el presupuesto aproximado invertido fue de **\$26.899.910.**

6. Cartera y contratos (Anexo 9)

FECHA	RECAUDOS
AL 11 DE ABRIL	\$ 8.741.600
AL 25 DE ABRIL	\$ 58.706.800
AL 02 DE MAYO	\$ 64.322.400
AL 09 DE MAYO	\$ 115.057.440
AL 16 DE MAYO	\$ 134.295.690
AL 23 DE MAYO	\$ 182.204.290
AL 30 DE MAYO	\$ 250.883.288
AL 06 DE JUNIO	\$ 263.545.888
AL 20 DE JUNIO	\$ 282.476.088
AL 31 DE JULIO	\$ 436.213.546
TOTAL PRESUPUESTO	\$ 450.945.226



La disminución a cartera es de \$ 6.278.600 y el total del saldo de cartera es \$8.453.080.

7. Comparativo Expoartesano 2013 y Expoartesano 2014

Número de expositores 2014 vs. 2013

NUMERO DE EXPOSITORES 2013 VS 2014		
AÑO	TOTAL DE STANDS	OBSERVACIONES
2013	231	Institucionales, sesiones y otros 27
2014	369	Total de artesanos participantes 316 incluyendo bocados típicos 322. Institucionales, sesiones y otros 16.

Presupuesto 2014 vs. Ventas de espacio

PRESUPUESTO 2014 VS. VENTAS DE ESPACIO 2013	
AÑO	VALOR NETO SIN POLIZA DE SEGURO
2013	\$ 167.434.200
2014	\$ 450.945.226

Metros cuadrados de exposición 2014 vs. 2013

METROS CUADRADOS DE EXPOSICIÓN 2014 VS. 2013	
AÑO	ÁREA
2013	Área aproximada 2790.
2014	Área ocupada total incluyendo institucionales, sesiones y otros 3117.

Categorías de expositores

CATEGORIA DE EXPOSITORES	
AÑO	CATEGORIAS
2013	Indígena, tradicional, mesa decoración, bisutería, joyería, accesorios de moda, instrumentos musicales.
2014	Indígena, tradicional, mesa decoración, bisutería, joyería, accesorios de moda, infantiles, instrumentos musicales.

Pabellones

PABELLONES PLAZA MAYOR MEDELLÍN		
AÑO	PABELLONES	ÁREAS
2013	Pabellón blanco	Indígena y tradicional.
	Pabellón Amarillo	Utensilios de cocina y bocado típico.
	Pabellón Azul	Moda, instrumentos, joyería y bisutería.
2014	Pabellón blanco - La memoria	Indígena y tradicional.
	Pabellón Amarillo - Sabores y Utensilios	Utensilios de cocina, decoración y bocado típico. Moda, joyería, bisutería,
	Pabellón Azul - Lugares de vida	Moda, joyería, bisutería, jabones y esencias. Instrumentos
	Pabellón Azul - Lugares de Vida: Pabellón Verde- Sabores, saberes y utensilios.	Instrumentos musicales, infantiles, textiles, indígenas y otros.

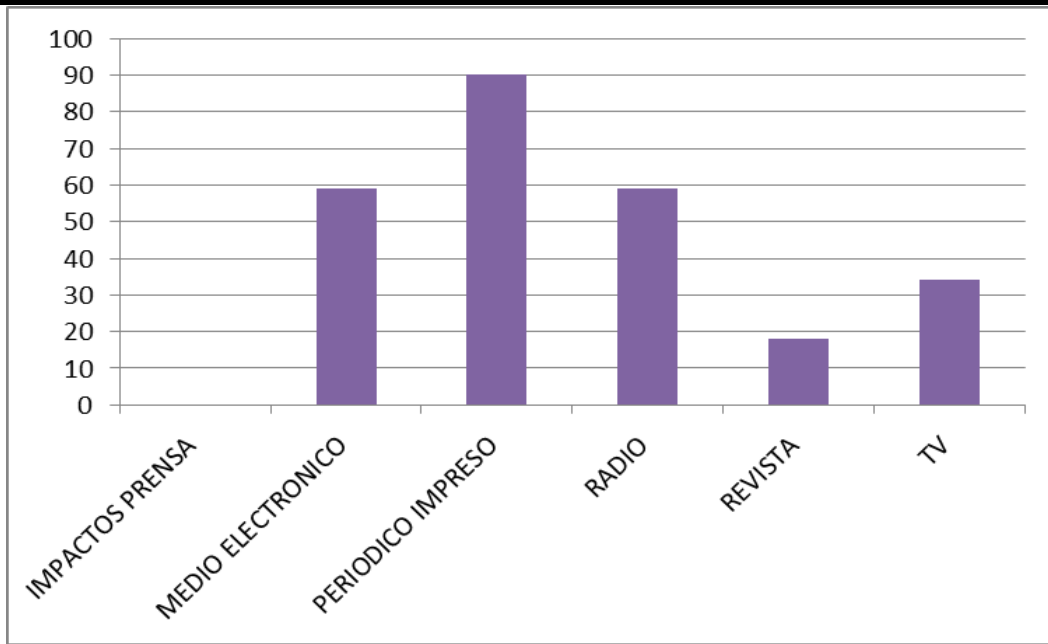
8. Medios

8.1. Gestión de la comunicación con medios (Anexo10)

8.2. Impacto de medios (Anexo 11)

Impacto prensa – Expoartesano 2014

IMPACTOS PRENSA	
MEDIO ELECTRONICO	59
PERIODICO IMPRESO	90
RADIO	59
REVISTA	18
TV	34
TOTAL	260



8.3. Siart (Anexo 12)

Reporte red social Facebook – Siart

Mes	Alcance	Likes	Share
Enero	6.638	129	56
Febrero	12.606	173	206
Marzo	14.464	234	57
Mayo	10.756	213	71
Junio	89.299	1.607	361
Julio	237.886	4.904	627
TOTAL	371.649	7.260	1.378

9. Encuestas

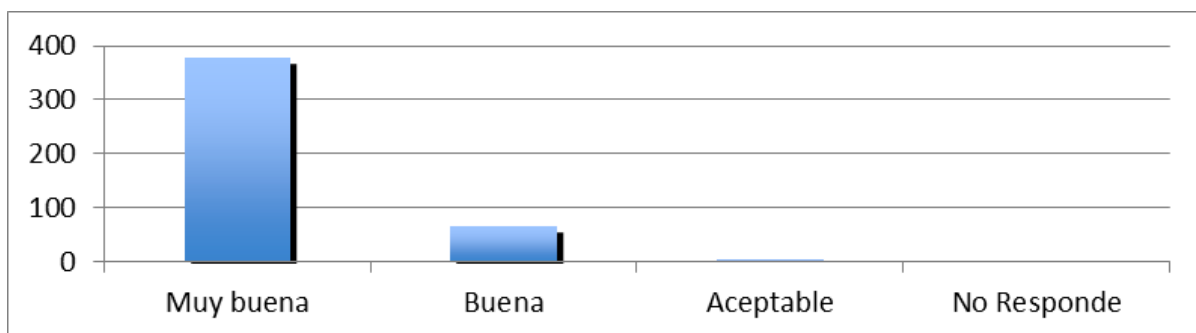
9.1. Encuesta Visitantes. (Anexo 13)

Algunos de los principales motivos por los cuales los visitantes asistieron a la feria fueron porque alguien le informó, esparcimiento, conocimiento, compra de productos artesanales o habitualmente visita la feria.

Asistieron 74.89% Mujeres y 25.11% Hombres.

Como resultados generales se obtuvo que a los visitantes les pareció buena la feria, por sus espacios, organización, servicio, pabellón de los niños, montaje, entre otras.

PREGUNTA	MUY BUENA	BUENA	M B + B	ACEPTABLE	NO RESPONDE
LA PRESENTACIÓN DE LOS STANDS	84.00	14.67	98.67	1.11	0.22
LA ATENCIÓN DE LOS STANDS	78.22	20.00	98.22	1.56	0.22
SERVICIOS GRALES DE RESTAURANTE E INFORMACIÓN	52.22	30.44	82.67	4.00	13.33
INFRAESTRUCTURA	64.22	33.11	97.33	2.67	0.00
ORGANIZACIÓN	36.44	44.89	81.33	16.67	2.00



9.2. Encuesta Expositores (Anexo 14)

10. Valores Agregados

En la organización de los eventos feriales, además de la venta comercial es muy importante contar con acciones que generen valor a través de alianzas con terceros, aumentar los servicios dentro de la feria, desarrollar actividades culturales, que permita mejorar el servicio al cliente aumentando las ventas y los visitantes que asisten a las ferias de Artesanías de Colombia.

10.1. Alianzas con terceros (Anexo 15)

Explora.

“Explora es un lugar en donde se pretenden transmitir a las nuevas generaciones el legado de las comunidades indígenas, afrocolombianas y de artesanos tradicionales de nuestro país”.

Para desarrollar la actividad del espacio de los niños con Explora se invitaron cuatro maestros artesanos de las etnias Cubeo, Wayuu, Embera y Tule y algunos asesores con experiencia en campo, para que interactuaran con ellos, en donde a través de preguntas sencillas acerca del estilo de vida y costumbres los niños visitantes al evento se reconocieran con nuestra identidad y patrimonio cultural vivo.

Maestros artesanos:

A continuación se describe el valor que se les reconoció a los maestros artesanos por participar en esta actividad y para hacer la demostración de oficio en el pabellón verde Sabores, saberes y utensilios.

Beneficios y pagos	Días	Valor unitario	Valor total
Pago por actividades del 5 al 11 de Julio.	7	\$ 85.000	\$ 595.000
Estadía en Medellín desde el 4 de Julio hasta el 12 de Julio en la mañana.	9	\$ 40.000	\$ 360.000
El hotel incluye el desayuno			\$ -
Tiquete aéreo/terrestre (una persona) desde ciudad principal ida y vuelta			\$ 500.000
Transporte desde el aeropuerto ida y vuelta en Medellín		\$ 8.600	\$ 17.200
Transporte diario desde el hotel hasta Plaza Mayor ida y vuelta. (x9días)	9	\$ 5.000	\$ 45.000
Bonos de Almuerzo desde el 4	8	\$ 7.000	\$ 56.000

al 11 de Julio (x8 días)			
Total Individual			\$ 1.573.200
Número de Sabedores			4
Indígenas Subtotal			\$ 6.292.800

PAGOS MAESTROS ARTESANOS CONSOLIDADO POR ACTIVIDAD

NOMBRE	CIUDAD DE ORIGEN	VALOR TOTAL
EMILSE JUDITH URIBE	APARTADO	\$595.000
MARIA CONCEPCIÓN IGUARAN	RIOHACHA	\$595.000
FABIO MARTINEZ	VAUPES	\$715.000
MARIA BELEN TAPASCO	RIOSUCIO	\$695.000
	TOTAL	\$2.600.000

MAESTROS ARTESANOS			
NOMBRE	VALOR TIQUETE AEREO	BENEFICIOS	REEMBOLSO
EMILSE JUDIT URIBE	\$ 296.760	\$ 68.000	\$ 595.000
MARIA CONCEPCION IGUARAN	\$ 617.600	\$ 68.000	\$ 595.000
FABIO MARTINEZ	\$ 883.200	\$ 68.000	\$ 715.000
MARIA BELEN TAPASCO	\$ -	\$ 68.000	\$ 695.000
TOTAL	\$ 1.797.560	\$ 272.000	\$ 2.600.000

TOTAL BENEFICIOS Y PAGOS MAESTROS ARTESANOS	\$ 4.669.560
--	---------------------

A continuación se presentan los colegios que asistieron por parte de la alcaldía de Medellín:

- Institución Educativa Héctor Abad
- Escuela San Lorenzo
- Escuela La Libertad
- Escuela San Juan Bautista La Salle
- Escuela Juan 23
- Escuela Santo Rosa de Lima
- Escuela Marco Fidel Suarez
- Escuela La iguana
- Escuela Carlos Obando

De cada colegio asistieron en promedio 80 niños para un total de 720 niños por parte de la alcaldía y en total se calcularon aproximadamente 1000 visitas al espacio.

10.2. Pre decorado Huevos y Escobas (Anexo 16)

10.3. Del recinto ferial y el evento.

- Bancolombia dos puntos fijos y uno móvil con datafono (segway) recorriendo la feria con los siguientes servicios.

Corresponsal bancario:

- a. Consignar y retirar efectivo de cuentas Bancolombia
- b. Pagar facturas de servicios públicos, celular y otros.
- c. Hacer avances con tarjeta de crédito Bancolombia
- d. Consultar saldo de la cuenta de ahorros Bancolombia

- **TCC**

Antes, durante y en el cierre de la feria se brindaron los siguientes servicios:

Solo 2 días antes del inicio de la feria para montaje:

- 5 auxiliares logísticos (autorizados exclusivamente para mover mercancía de un lado a otro al interior de los espacios donde se desarrollará la feria, con sus respectivas carretillas y/o carrito estibador de ser necesario).
- Los 5 auxiliares logísticos prestarán dicho servicio de 8:00 a.m. a 7 p.m.

Durante el desarrollo de la feria:

- 8 auxiliares logísticos (cada uno con funciones específicas para brindar una excelente atención a los expositores).
- 1 Punto de Venta donde se recibirá la mercancía para los expositores que necesitan hacer envíos a otras ciudades del país, con un descuento preferencial del 20% sobre el valor del flete (es decir, antes del valor a asegurar). De igual forma se le suministrará el material de empaque al cliente de ser necesario totalmente GRATIS.
- Allí mismo se prestará el servicio de “BODEGAJE” para el almacenamiento temporal de la mercancía de los visitantes a la feria.
- Se adecuará en un segundo espacio; una zona de descanso llamada “Cargue y descargue” para que los visitantes a la feria se sienten cómodamente a descansar, se hidraten y tengan la posibilidad de cargar sus energías y cargar sus teléfonos celulares.

Para el cierre de la feria (solo para el día del desmontaje)

- Se pondrá a disposición de los expositores el Punto de Venta para que realicen sus envíos hacia cualquier lugar del país, con un descuento preferencial del 20% sobre el valor del flete (es decir, antes del valor a asegurar). De igual forma se le suministrará el material de empaque al cliente de ser necesario totalmente GRATIS.
- Se tendrá una cuadrilla de 10 auxiliares logísticos para atender las necesidades de recogida y empaque de la mercancía de los expositores.
- Bolsas para los primeros 10.000 compradores o visitantes de la feria.
- Periódico el Colombiano vinculado el evento con una separata dedicada a la feria incluyendo mapa artesanal de Colombia (anexo de medios se encuentra el mapa).
- Uniformes de Gef para todo el equipo de staff de la feria y algunos funcionarios de Artesanías de Colombia.
- Escarapelas plásticas para expositores

11. Entidades.

El apoyo y alianzas con entidades es importante para lograr la participación de los artesanos en los eventos feriales debido a que por ubicación geográfica y su misma situación económica entre otros factores en especial

los artesanos indígenas y tradicionales requieren de esta ayuda para acceder a mercados más especializados.

11.1. Contacto Entidades. (Anexo 17)

11.2. Atención entidades durante la feria

Lo siguiente es la distribución por días y los programas de artesanos que participaron en la visita guiada de la Alcaldía de Medellín.

250 artesanos de los diferentes programas de la Secretaria de Desarrollo Económico, la agenda se organizó así:

12. Martes 8 de julio:

- En situación de discapacidad -
- Artesanos de CEDEZO a las 2:00 p.m.

13. Miércoles 9 de julio:

- Artesanos de Economía Solidaria
- Diplomado de diseño
- Indígenas.
-

14. Jueves 10 de julio:

- Artesanos de Pueblito Paisa
- Curso de diseño de ITM.

15. Viernes 11 de julio:

- Artesanos del concurso capital semilla

PROGRAMAS	No. DE ASISTENTES
CONCURSO CAPITAL SEMILLA	21
GESTORES DEL CONCURSO CAPITAL SEMILLA	12
DIPLOMADO DE DISEÑO SAN JOSE OBRERO	23
ARTESANOS DISCAPACITADOS	30
PROGRAMA CEDEZO	92
ARTESANOS ECONOMIA SOCIAL Y SOLIDARIA	13
ARTESANOS PUEBLITO PAISA	40
ARTESANOS PUNTO DE ATENCIÓN	7
ARTESANOS DE DISEÑO ITM	4
ARTESANOS INDIGENAS	8
TOTAL:	250

12. Conclusiones, observaciones y recomendaciones.

Convocatoria

- Corferias generó al interior la posibilidad de promocionar la versión Expoartesano 2014 durante la feria Expoartesanías 2013, lo que facilitó la labor de convocatoria, esto fue positivo ya que se encontraban reunidos más de 700 artesanos nacionales en un mismo recinto ferial, permitiendo que la información hacia los artesanos fuera fluida y eficiente, logrando promover la feria en un lapso de tiempo determinado y concreto.
- El contacto telefónico con los artesanos es fundamental para promover comercialmente el evento desde Artesanías de Colombia, para hacerlo eficientemente se hace necesario tener conocimiento previo del sector, su trayectoria en ferias, experiencia y todo lo relacionado con información del cliente consolidada en las bases de datos de ferias, con el fin de motivar su participación.
- Generar una estrategia de convocatoria desde lo local que permita visitar las diferentes zonas cercanas a la localización de la feria, para promover y generar participación de nuevos artesanos buscando una oferta de productos diferenciada y de calidad bajo los criterios de Artesanías de Colombia.
- Una convocatoria exitosa debe contemplar como mínimo, el doble de los expositores planteados para cada evento, esto garantiza que la muestra sea de calidad.

Artesanos Apalancados

- Se inició con la labor de construcción de una base de datos de personas y entidades gubernamentales que apoyan al sector artesanal desde Artesanías de Colombia, para promocionar los eventos feriales y fortalecer la oferta desde lo regional.

Avances de Convocatoria

- Se consolidaron todos los documentos actualizados de los artesanos especialmente la cámara de comercio y el RUT debido al cambio del código CIU y la fotocopia de la cédula, organizando un archivo físico y digital de todos los documentos.

Base de datos Expoartesano

- Es importante que cada evento construya su propia base de datos ya que permite hacer seguimiento y trazabilidad en el tiempo al artesano, al producto, al avance de cartera y en general provee datos importantes para

hacer el directorio de artesanos, información importante para medios de comunicación y promoción en general. Se sugiere para efectos de promoción de los artesanos participantes en cada uno de los eventos feriales organizados por Artesanías de Colombia, compartir exclusivamente el directorio creado para tal fin.

Material Gráfico

- Se sugiere trabajar en conjunto desde el inicio con el socio estratégico para consolidar la información de los Manuales de participación y del expositor o de montaje.

Planimetrías y asignaciones

Geografía Ferial

- Se sugiere estar atento a los cambios y/o movimientos que se realicen dentro de la planimetría a diario.
- Se recomienda establecer metas fijas en lo posible que no afecten de manera significativa las listas de espera para garantizar la calidad de la muestra artesanal.
- Se recomienda manejar el tema de bocado típico, teniendo en cuenta las siguientes recomendaciones:
 - Evitar mezclar expositores que tengan necesidad de preparar comidas en el stand con artesanos.
 - Se sugiere bocado típico empacado o listo para consumir que no emita olores dentro de los pabellones.
 - Todos los bocados típicos deben pasar por el filtro de curaduría del evento y cumplir con los parámetros de tradición y calidad.
 - El bocado típico genera anclas en el consumidor por tal motivo se sugiere distribuirlo estratégicamente durante el recorrido del recinto ferial.

Consolidado de piso

- Se recomienda evaluar el nivel de ventas de la feria anterior para fortalecer las áreas más exitosas comercialmente y rediseñar la estrategia de convocatoria para el siguiente año.
- Se sugiere especializar la muestra a través de ruedas de negocio nacional o internacional y mantener el equilibrio entre oferta y demanda.
- Es importante especializar cada evento ferial y darle una identidad propia.

Curaduría

- Unificar el criterio de selección de artesanos para todos los eventos feriales organizados por Artesanías de Colombia, casos especiales y precio de venta de stands.
- Para hacer curaduría desde lo regional se recomienda diligenciar el formato de evaluación y planear con anticipación los viajes y el presupuesto del equipo de ferias para tenerlos en cuenta dentro de la planeación general de la subgerencia de promoción.

- El proceso de reevaluación en feria es importante para mantener la calidad del evento y hacer trazabilidad a los productos aprobados que aparecen en el contrato de los expositores, igualmente sirve como insumo para asesorar, identificar y clasificar a las comunidades y artesanos.

Beneficios Expositores

- Es importante brindar apoyo a los artesanos que participan en los eventos feriales que se están consolidando, con el fin de generar en ellos confianza en la nueva plaza o mercado. Se sugiere igualmente que los expositores hagan su aporte sobre el valor total del stand para generar compromiso en su participación.
- Teniendo en cuenta que los precios de los stands están definidos bajo diferentes figuras o convenios que se establecen con un socio, es necesario tener en cuenta que estos deben ser ajustados al promedio de ventas de los artesanos teniendo en cuenta versiones anteriores conocidas por Artesanías de Colombia.
- Se sugiere manejar listas de precios más unificados entre pabellones, evaluando el costo de piso establecido por el socio e incluyendo el pre decorado del stand.

Cartera y contratos

- Se deben implementar nuevas estrategias de pago para motivar al artesano a cancelar el valor de su participación, en lo posible 30 días antes de iniciar el evento para dar la posibilidad a otro que se encuentre con la disponibilidad de producción, el deseo de participar y que cumpla con los requisitos de la convocatoria.
- Es importante agilizar el pago de los artesanos para mejorar la logística interna y la carga administrativa que este proceso requiere, se recomienda llegar a acuerdos de trabajo en conjunto con el socio estratégico.

Medios.

- Se sugiere que el equipo de prensa trabaje de la mano con el equipo de ferias y asesores de la empresa u operadores, para recopilar al interior de Artesanías de Colombia y simultaneo a los eventos feriales, material disponible y suficiente para compartir con medios de comunicación: fotografías, historias de artesanos, material bibliográfico y producto entre otros para promover los eventos feriales.
- Se recomienda tener en cuenta la parte legal para el uso de imágenes incluyendo los créditos de las comunidades, personas o proyectos que respaldan el sector.
- El SIART es fundamental como herramienta de difusión del evento.

Encuesta

- Inicialmente dentro de la planeación estratégica del evento y por procedimientos de calidad de Artesanías de Colombia, es necesario implementar encuestas a expositores y visitantes para medir la satisfacción del cliente, tomar acciones correctivas y preventivas y mejorar continuamente los eventos feriales.

Alianzas estratégicas.

- El desarrollo de nuevos espacios dentro de la feria con aliados estratégicos, es importante para diferenciar y fortalecer los eventos feriales, esta actividad se debe llevar a cabo de la mano con las diferentes áreas especializadas de Artesanías de Colombia.
- Se sugiere que las empresas de exhibición, concursen para hacer el diseño y montaje de los stands bajo los lineamientos generales de Artesanías de Colombia. Para esto deben tener en cuenta las necesidades de la oferta de productos del sector artesanal.
- Desde Artesanías de Colombia es importante incluir dentro de los requerimientos de las empresas que concursan para hacer los montajes que incluyan paquetes de montajes adicionales para ofrecer a los artesanos durante las ferias.
- Desde el inicio de la planeación se recomienda que las planimetrías sean proyectadas en conjunto.

Valores Agregados

Del recinto ferial.

Es importante fortalecer algunos aspectos que se dieron durante la feria para mejorar el servicio a los expositores.

- Servicios adicionales a precios más reducidos con respecto al mercado en el caso de línea telefónica local.
- Tener definido desde el inicio de la feria los espacios de bodega para cada pabellón teniendo en cuenta la ocupación y cantidad de expositores del año anterior.
- Definir la fecha de recepción de mercancía y el horario de atención de bodega.
- Se recomienda que el manual del expositor quede como mínimo 30 días antes de iniciar el evento.
- Mejorar la señalización de los diferentes espacios para que la gente haga el recorrido a todos los pabellones de la feria.

- Entregar pases de cortesía a los artesanos (sugerimos 5 pases por stand). Los servicios adicionales son costosos frente a otros recintos feriales evaluarlo en conjunto.
- Aumentar el número de cajeros en lo posible de otras entidades dentro del recinto ferial.
- Se recomienda que los cajeros tengan más disponibilidad de dinero en horas pico.
- Tener en cuenta para Bocados Típicos selección de expositores sin elementos de fritura o especializar todo un pabellón con el tema de cocina tradicional.
- Ajustar y mejorar el proceso de registro de expositores y visitantes.
- Es importante que la feria inicie y finalice en fechas que incluyan fines de semana, quincenas y/o fechas especiales para aumentar las ventas de los expositores.
- Queda abierta la posibilidad para que Artesanías de Colombia se encargue del diseño de las encuestas de expositores y visitantes y el operador logístico de implementarlas.