



COLECCIÓN

# TERRA



## INFORME

LAZA DE LOS ARTESANOS



## TABLA DE CONTENIDO

### **INTRODUCCIÓN**

### **ANTECEDENTES**

### **OBJETIVOS**

### **FINANCIACIÓN**

### **PLANEACIÓN**

### **TERRA**

Recomendaciones

Propuesta de Color

### **EJECUCIÓN**

Actividades post Evento

Actividades de Apoyo evento Mano Facto

### **ANÁLISIS EVENTO TERRA**

Sondeo de opinión

Fortalezas

Debilidades detectadas durante el proceso

Debilidades detectadas durante el evento

Oportunidades

### **Información Estadística**

Cuadro de Rotación del dinero asignado

Relación Ventas totales

Relación ventas Laboratorio Colombiano de Diseño del Quindío.

Grafica, rotación de productos.

Cuadro Productos vendidos en la feria.

Grafica de inversión por parametros.

Cuadro, total inversión por parametros

Relación otros gastos

**Análisis de la rotación de los productos según su funcionalidad.**

**Relación de pedidos plaza de los artesanos**

### **Conclusiones**

### **Anexos**

## INTRODUCCIÓN

El presente documento se ocupa de los resultados y el comportamiento a nivel comercial de los productos desarrollados por la Unidad de diseño de Artesanías de Colombia y los Laboratorios de diseño de Armenia y Pasto, durante la feria artesanal Mano-Facto, evento de apertura de la plaza de los Artesanos y la Pequeña Empresa

## ANTECEDENTES

La Unidad de Diseño ha estado generando un número importante de nuevos productos desde octubre de 1996 los cuales no habían llegado a una etapa de comercialización, por lo que no se conoce el comportamiento del mercado de la mayor parte de los productos.

Lo anterior lo vemos reflejado en los siguientes aspectos:

- Las asesorías en Diseño han prestado a las comunidades un servicio de desarrollo y mejoramiento de producto, sin embargo, éstas no han llegado a una respuesta comercial conllevando a que los artesanos no se apropien de estas alternativas.
- Faltan estrategias que determinen precios competitivos de los productos y falta información clara sobre los requerimientos de los diferentes nichos de mercado.
- Los productos desarrollados en las asesorías tienen un valor agregado importante que la Empresa debe considerar para fortalecer la oferta y la demanda de los productos artesanales.

A raíz del análisis de la situación de los productos desarrollados en las asesorías, la Unidad de Diseño (en el mes de febrero) encaminó esfuerzos para generar una propuesta de trabajo a nivel interno en la cual se involucraron estrategias de diseño, desarrollo y promoción de los mismos. (ver anexo 1, anexo 2)

En un momento coyuntural se presentó la oportunidad de dar a conocer dichos productos en la apertura de la " Plaza de los Artesanos". acción que se delegó a la Unidad de Diseño, quien generó una organización interna que atendió todos los requerimientos del evento promovido como TERRA.

# TERRA

## OBJETIVOS

Brindar la oportunidad de exponer y colocar a prueba de mercado y opinión algunos de los productos desarrollados con las comunidades artesanales en las asesorías brindadas por la Unidad de Diseño y los Laboratorios de Pasto y Armenia entre 1997 y 1998.

Establecer a través de la investigación de mercado directrices sobre los productos que deben ser desarrollados en las comunidades.

Tomar conciencia de aspectos que inciden en la competitividad de los productos como precio, calidad, diseño y capacidad de producción.

Establecer retroalimentación de información entre el mercado y la oferta presentada.

## FINANCIACIÓN:

### • Recurso Humano:

Para el desarrollo de esta actividad, se contó con el apoyo financiero del SENA y Artesanías de Colombia S.A, por medio de la asignación de presupuesto para 22 diseñadores durante dos meses de trabajo, lo cual equivale a un aporte de \$ 27'600.000.

### • Productos e Imagen:

Para la adquisición de la producción experimental para feria se recurrió al presupuesto de eventos feriales de Artesanos Microempresarios, de los cuales se recibió un aporte de \$25'000.000 (ver anexo 3)

## PLANEACIÓN

Buscando llegar a un público con una propuesta innovadora, se comenzó la organización del evento, teniendo en cuenta tanto del espacio físico como del contexto que se quería presentar. Para ello se siguieron los siguientes pasos:

- |   |  |
|---|--|
| •Reconocimiento general de los resultados en diseño:      | Ligia de Wiesner.  |
| •Establecimiento de criterios de la colección:            | Ligia de Wiesner, Ana María Niño<br>Carol Valencia                       |
| •Selección de la plazoleta y reconocimiento del espacio:  | Ligia de Wiesner, Juan Carlos Pacheco<br>Ana María Niño, Carol Valencia  |
| •Diseño del montaje de los ambientes:<br>( Ver anexo 4y5) | Ligia de Wiesner, Juan Carlos Pacheco<br>Ana María Niño, Carol Valencia. |
| •Selección de productos:                                  | Ligia de Wiesner.  |
| •Recolección de información de productos:                 | Claudia Helena González.( ver anexo 6)                                   |
| •Organización de los pedidos:                             | Claudia Helena González y Patricia Valenzuela.                           |
| • Recepción de productos y codificación:                  | Elsa Victoria Duarte, Leila Marcela Molina.                              |
| •Producción:  | Equipo Unidad de Diseño  |

- ◆ catálogo Olga Quintana
- ◆ Juan Carlos Pacheco
  
- ◆ fotografías Olga Quintana
- ◆ José Angel Castillo
  
- ◆ organización por actividades Unidad de Diseño

Para la Planeación general se contó con el apoyo de:

Sandra Strauss de Jaramillo	Asesora de Gerencia
Lucy Cajiao de Ruan	Directora Expoartesánias
Profesionales	Subgerencia de Desarrollo
Dr. Jairo Carrillo	Subgerente de Desarrollo

A continuación se expone el concepto y la estructura de la Colección TERRA

# TERRA

La riqueza del color, se puede transmitir mediante la combinación de colores tierra, como el terracota que sugiere calidez sutil, como la del cobre pulido. Abiertas y fáciles, estas combinaciones, tienen todos los elementos de la energía y el movimiento, crean orden e igualdad sin sensación de poder y control.

Los tonos terrosos reflejan personas amantes de la diversión y traen a la mente una manera sofisticada de vivir.

Como parte de un esquema análogo estos tonos terrosos generan combinaciones excitantes tales como se ve en las decoraciones de tendencias naturales con reminiscencia a nuestro bosque nativo.

# RECOMENDACIONES

## Material:

- ! La riqueza natural de la materia prima se debe conservar.
- ! Es necesario analizar el impacto del ecosistema, con las materias primas que utilizemos.
- ! En el caso de las maderas es necesario que se utilicen maderas secas.
- ! Al manejar materiales y procesos, el diseñador debe ser consciente del costo que estos implican

## Función:

- ! Los objetos que se diseñen, deben cumplir una función determinada.
- ! En el desarrollo de los productos se debe concebir la forma utilitaria, desde el principio y no al final, cuando el producto ya esta elaborado.

## Forma:

- ! Los objetos sencillos y sobrios, logran ser mas estéticos y agradables al usuario.
- ! Es necesario considerar los fundamentos ergonómicos para el desarrollo del objetos.
- ! Se debe buscar el equilibrio, entre la forma ( textura, color, brillo, peso) y la función de cada objeto.
- ! Hay que buscar cuales son las fortalezas identificables de los productos para realzarlas, enfatizarlas, y darlas a conocer en el mercado.

# RECOMENDACIONES

## Color:

- ! La utilización de los colores propuestos para los ambientes es de vital importancia, ya que por medio de ellos se logra una unidad entre los diferentes objetos diseñados.

## Acabados:

- ! Es necesario manejar estrictamente, el control de calidad sobre los productos si pretendemos pasar satisfactoriamente las pruebas de mercado.
- ! La perfección en los acabados, realza el valor agregado de un producto.
- ! En necesarios que los recubrimientos que se apliquen sean acordes con la materia prima.
- ! Se debe tener cuidado de no utilizar elementos tóxicos sobre todo en los utensilios para comida.

## Identidad:

- ! Se puede generar identidad a través de la Imagen del Producto, con el empaque, la etiqueta, y el manejo publicitario definiendo así su contenido.
- ! Se deben de involucrar factores de identidad y tradición como valores agregados, sin descartar otras demandas relevantes que el mercado requiere en un producto.
- ! Algunos productos se pueden rediseñar acorde a su identidad debido a que no tienen un desarrollo tradicional significativo.
- ! Es claro que no se debe aplicar a todos los productos la misma estrategia de mercado puesto que, sí algunos entran en las

# RECOMENDACIONES

tendencias que vienen del exterior, otros ingresarán en nuevas tendencias que emergen hacia el exterior.

## Producción:

- ! **Es necesario manejar cada pedido, con un tiempo limitado para la producción como prueba de responsabilidad de cada comunidad.**
- ! **Los costos que se manejen en la etapa de producción deben ser diferentes a los manejados en la etapa de desarrollo del producto, (es claro, que el costo de producción debe ser considerablemente inferior al costo del prototipo)**
- ! **Es necesario determinar con anticipación, si alguna comunidad, no puede responder al pedido e informarlo.**



# Sugerencias de Materias Primas, Oficios y Productos para el desarrollo de los ambientes

MATERIA PRIMA	OFICIO	PRODUCTOS	
		DECORATIVOS	UTILITARIOS
Madera	Ebanistería, Carpintería, Talla, Calado	Cenefas, Objetos Tradicionales de las Culturas Indígenas, Arte Popular	Muebles, Repisas, Ensaladeras, Bandejas, Portacalientes, Bambulitas, Lamparas, repisas, Revisteros, Utensilios como cucharas, tenedores, Cuchillos, Marcos para espejos o cuadros, Trabajos en tagua, Juguetería Entre Otros.
Piedra, Carbon, Marmol	Cantería, Talla	Escultura Objetos Tradicionales, Figuras de Animales, Entre Otros.	Tranca Libros, Candelabros, Cajas, Pilas, Cofres, Servilletteros, Salseras, Tarjeteros, Portalápices, Entre Otros.
Cuero	Marroquinería, Talabartería, Repujado	Bisutería, Cordones, Rejos, Entre otros.	Objetos para escritorio, Tapicería para Muebles, Marcos, Cartera, Cinturones, Cajas, Portarretratos, Portadocumentos, Billeteras, Entre Otros.

# Sugerencias de Materias Primas, Oficios y Productos para el desarrollo de los ambientes

MATERIA PRIMA	OFICIO	PRODUCTOS	
		DECORATIVOS	UTILITARIOS
<p>Fibras Naturales tales como:  Fique,  Iana,  Algodón,  Iraca,  Cabesinegro,  Cumare,  Calceta de Platano,  Entre otros,</p>	<p>Telar vertical  Telar Horizontal,  Cestería,  Sombrería.</p>		<p>Hamacas,  Telas para muebles,  Cubrelechos,  Manteles,  Individuales,  Servilletas,  Cortinas,  Cojines,  Telas para tapicería,  Objetos para lencería.  Prendas de Vestir,  Accesorios,  Canastos,  Sombreros  Entre Otros</p>
<p>Hierro</p>	<p>Forja</p>		<p>Candelabros,  Candeleros  lamparas ,  Repisas,  Aplicques,  Muebles,  Utensilios para la chimenea,  Bases de lamparas,  Marcos para espejos,  Portarretratos,  Entre otros.</p>
<p>Metales Tales como:  Cobre, Bronce, Plata, Oro,  Piedras Semipreciosas como:  Agata, Lapislázuli,  Ambar, Amatista,  Aguamarina, Onix  Malaquita, Ojo de Tigre,</p>	<p>Joyería,  Orfebrería</p>		<p>Aretes,  Collares,  Pulseras,  Anillos,  Prendedores,  Tobilleras,</p>

## Sugerencias de Materias Primas, Oficios y Productos para el desarrollo de los ambientes

MATERIA PRIMA	OFICIO	PRODUCTOS	
		DECORATIVOS	UTILITARIOS
Arcilla	Alfarería, Modelado, Molde, Torno.	Cenefas, Móviles, Objetos Tradicionales de la Cultura, Arte Popular. Entre otros.	Moyos, Marcos Materas, Candelabros, Bases para lamparas, vajillas, Floreros, Jarrones, Cucharas, Materas, Entre otros.
Plata	Martillado, Laminado, Repujado, Calado.		Cubiertos, Cajas, Jarras, Utensilios para servir en la mesa, Servilleteros, Bandejas, Platos, Pocillos, Saleros, Pimenteros, Entre otros.
Vidrio	Vidrio Soplado.		Copas, Vasos, Jarras, Servilleteros, Ensaladeras, Floreros, Candelabros, Salseras, Pasaboqueros, Fruteros, Entre otros.

## Sugerencias de Materias Primas, Oficios y Productos para el desarrollo de los ambientes

MATERIA PRIMA	OFICIO	PRODUCTOS	
		DECORATIVOS	UTILITARIOS
Mopa Mopa	Barnis de Pasto aplicado sobre Madera	Virgenes, Patos, Platos, Figuras Decorativas	Cajas, Mesas, Charoles, Portarretrato, Bancos Candelabros Bandejas, Revisteros, Servilleteros, Portavasos, Cajas, Jarrones, Entre Otros

## EJECUCIÓN

Durante el evento el equipo de Diseño tuvo una organización interna, conformada por seis grupos los cuales atendían diferentes actividades:

- Recepción y codificación de productos: Elsa Victoria Duarte, Leyla M Molina  
Luisa Fernanda Quintero.
- Bodegaje: Daniel Rubio, José Angel Castillo  
Martín E Manrique
- Montaje: Ana Ma. Niño, Ligia de Wiesner  
Alejandro Rincón, Oscar Nuñez  
Maria Luisa castro, Daniel Rubio  
Carol Valencia, Juan Carlos Pacheco.
- Logística: Alejandro Rincón, Oscar Nuñez.
- Comercialización: Alejandro Rincón, Oscar Nuñez
- Promoción: Patricia Valenzuela, Equipo Unidad de Diseño.  
Con el apoyo del Area Comercial.

Durante la ejecución general del evento se contó con el apoyo de:

- Equipo del rea Comercial
- Policía CívicaEquipo de apoyo logístico oficina plaza de los artesanos
- Instituto de recreación y deporte.

## ACTIVIDADES POST-EVENTO

Con el objeto de realizar un balance, se efectuaron llevaron a cabo las siguientes actividades:

- Desmontaje: Olga Quintana, Ana Maria Niño,  
Juan Carlos Pacheco,
- Bodegaje Elsa Victoria Duarte, Mency Hernandez  
Alejandro Rincón
- Contabilidad: Alejandro Rincón, Oscar Nuñez
- Recopilación de Información: Claudia Helena González, Oscar Nuñez  
Alejandro Rincón, Carol Valencia
- Elaboración del informe consolidado: Claudia Helena González, Oscar Nuñez  
Alejandro Rincón, Carol Valencia.

La coordinación general estuvo a cargo de **Lyda del Carmen Díaz**, Directora de la Unidad de Diseño.

## Actividades de apoyo Evento Mano Facto

1. Diseño y desarrollo de la imagen general del evento
2. Diseño de la imagen de cada plazoleta (ve anexo 8)
3. Diseño de la tarjeta de invitación (ver anexo 9)
4. Montaje de la oficina del área comercial
5. Apoyo en la instalación y montaje de los stands artesanales de las diferentes plazoletas
6. Apoyo en la distribución de los artesanos en las plazoletas

## **ANALISIS DEL EVENTO TERRA**

En el evento, hubo una participación de 66 comunidades artesanales del 90% de los departamentos, con un numero aproximado de 600 artesanos involucrados en la producción experimental, lo cual indica la diversidad de oficios y productos involucrados

### **Sondeo de opinión.**

Según encuesta diseñada para el evento (ver anexo 7) y opiniones recogidas por los diseñadores durante la promoción de los productos

- El evento en general contó con buena organización
- El manejo del espacio fue apropiado.
- La propuesta Terra fue muy novedosa.
- La artesanía estaba en mora de presentar nuevas alternativas.
- Es notorio el trabajo en grupo.
- La calidad de los productos es buena.
- Existe dificultad para la compra de productos por cantidad aunque ésta sea reducida.

### **Fortalezas:**

- Son productos innovadores.
- Se recreó un espacio en donde se muestra el trabajo en equipo entre diseñador y artesano.
- La calidad de manufactura de los productos.
- La presentación de los objetos.
- La promoción y divulgación dada por el diseñador a sus productos.
- El porcentaje de ganancia era equilibrado.
- El manejo de la imagen corporativa.
- La diversidad en la oferta.
- El manejo de los ambientes.

### **Debilidades detectadas durante el proceso:**

- El lento proceso productivo en las comunidades artesanales (ejemplo: comunidades del Choco)
- Deficientes canales de comunicación con las comunidades artesanales.
- El precio aun no es competitivo (en productos como cojines en calceta de plátano, Macramé, productos en carbón, productos en wild pine entre otros).
- La calidad de algunos productos en el proceso de producción fué inferior a la manejada la elaboración de prototipos (ejemplo: productos de Tipacoque, La Capilla, Salamina, entre otros)

### **Debilidades durante el evento:**

- Insuficiente producción que respaldara algunos productos.
- Todos los productos se expusieron a un mismo nivel.
- No hubo espacio para rueda de negocios.
- La codificación y el etiquetado presentan dificultades.
- El bodegaje utilizado no fué apropiado.
- Falta de protección para artículos colocados en el piso.
- Productos como individuales en guadua, cojines y tapetes en fique se exhibieron como decoración, lo cual redujo su posibilidad de venta.

### **Oportunidades:**

- Se establecieron contactos comerciales (según anexo), los cuales confirman la aceptación de algunas propuestas en diseño. Como muebles, individuales, entre otros
- Se mostró claramente qué comunidades pueden responder ante un pedido a mayor escala.

# E

l objetivo fundamental de la Unidad de Diseño es el de contribuir al desarrollo del sector artesano Colombiano, permitiendo a través de las asesorías de diseño, la innovación, el mejoramiento tecnológico, la investigación y el desarrollo de nuevos productos. De esta manera se impulsa la competitividad en el mercado, la optimización de los procesos productivos y la comercialización de los productos artesanales.

La colección **Terra** presenta los resultados de la gestión de diseño, la cual pretende ofrecer a los diferentes nichos de mercado que estén interesados en adquirir un concepto actual de la artesanía, productos con alta definición de diseño, sin descuidar su componente cultural.

DISEÑO

aplicado

# UNIDAD DE DISEÑO

S a n t a f é d e B o g o t á



1 Silla en Amarillo, de Nuquí (Chocó)



2 Silla en Guayacán Negro y cuero de Acandí (Chocó)



4 Silla perezosa en chonta de Jurubidá (Chocó)



6 Perezosa en Guayacán Negro y cuero de Acandí (Chocó)



3 Mesa en Amarillo Comino del El Rosal (Cundinamarca)



5 Butaco en Chonta y Guayacán de Nuquí (Chocó)

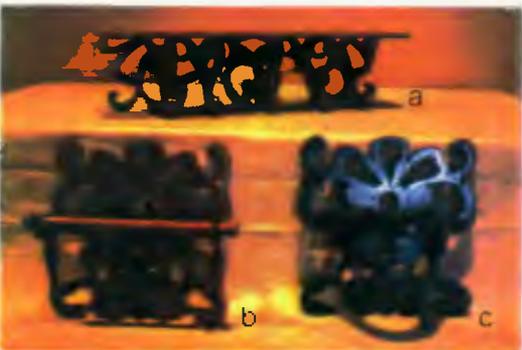
# Madera



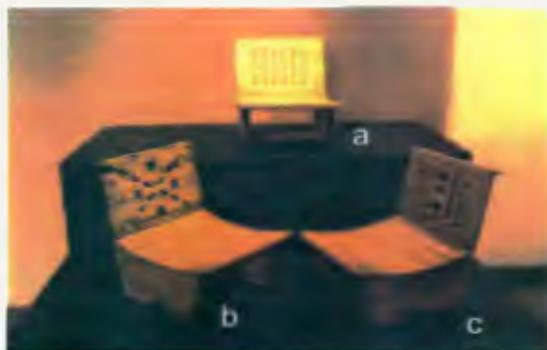
7 Mesa Auxiliar en Amarillo Comino de El Rosal ( Cundinamarca )



8 Mesa en Chonta de Guapi ( Cauca )



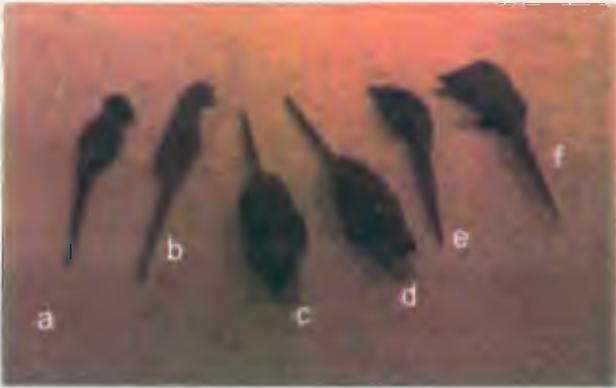
9 Repisas Caladas en Cedro de Salamina ( Caldas )



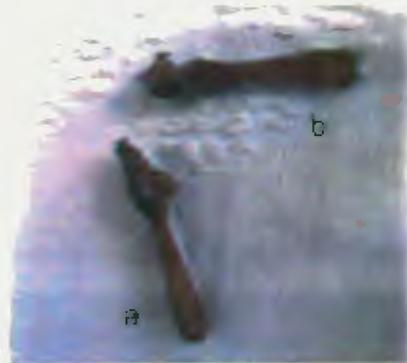
10 Butacos en Cedro de Guapi ( Cauca )



15 Trinchas en Palo Sangre del Trapecio Amazónico ( Vaupés )



16 Trinchas en Palo Sangre del Trapecio Amazónico ( Vaupés )



17 Trinchas en Palo Sangre del Trapecio Amazónico ( Vaupés )



18



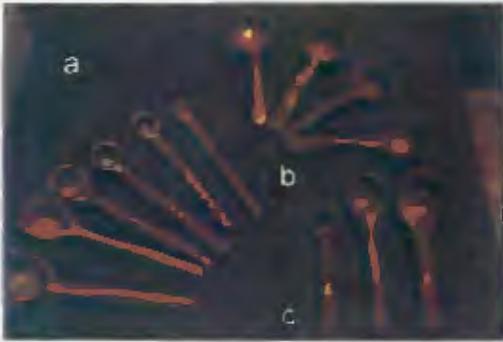
# Madera



19 Máscaras Pesebre de San Andrés de Sibundoy ( Putumayo)



20 Fruteros en Sajo de Guapi (Cauca )



21 Cucharas en Palo Brasil de San José del Guaviare(Guaviare )



22 Cucharas en Palo Brasil de San José del Guaviare(Guaviare )



# Madera



23

Butaco en Madera de San Bernardo  
( Chocó)



24

Cucharon en Madera de San Bernardo  
( Chocó)



25

Ensaladera tortuga en Madera de San Bernardo  
( Chocó)



26 Bateas en Madera de Itsmina  
( Chocó)



27 Butaco tortuga en Madera de San Bernardo  
( Chocó)



28 Ensaladera en Madera de San Bernardo  
( Chocó)



wood

# Madera



29 Candelabro en Madera de Isla Barú (Bolívar)



30 Candelabro en Madera de Isla Barú (Bolívar)

31 Candelabro en Madera de Isla Barú (Bolívar)



32 Candelabro en Madera de Isla Barú (Bolívar)



33 Candelabro en Madera de Isla Barú (Bolívar)



wood



**1** Manteles en Algodón de Morroa ( Sucre)



**2** Tapetes en Lana Natural de Sibundoy ( Putumayo )



**3** Manteles en Algodón de Morroa ( Sucre)



**4** Cojines en Lana de Guambía (Cauca)



**5** Mantas en Lana de Sibundoy ( Putumayo)

# Tejidos

# Tejidos



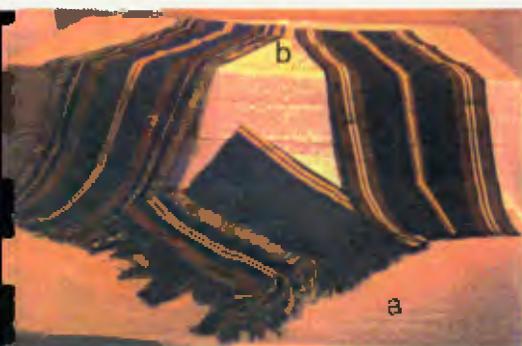
6 Tapetes en Lana de Sibundoy ( Putumayo)



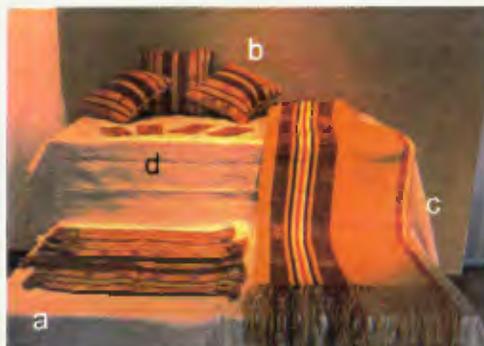
7 Edredón y cojines en Lana de Sogamoso ( Boyacá)



8 Trows en Algodón de Morroa ( Sucre)



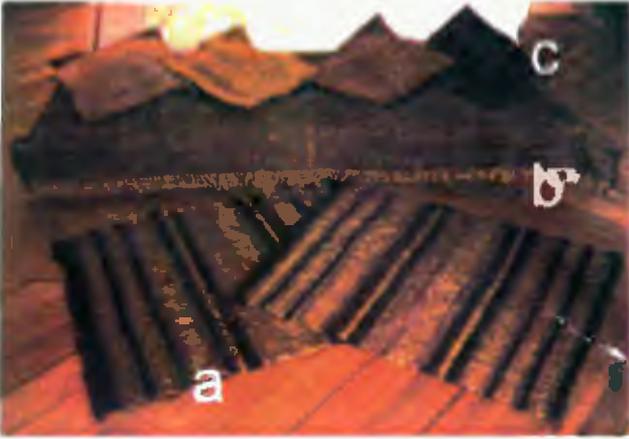
9 Trows en Algodón de Morroa ( Sucre)



10 Conjunto de mesa en Algodón de Morroa ( Sucre)

weaving

# Tejidos



13 Cojines y tapetes en lana de Sogamoso ( Boyacá)



14 Cojines Bordados de Cartago ( Valle)

15 Cojines Bordados de Cartago ( Valle)



16 Cojines Bordados de Cartago ( Valle)



# Tejidos



17 Tapete en fique de Tipacoque ( Boyacá)



18 Canastos e individuales en wild pine (San Andres - Isla)



19 Individuales en fique de Tipacoque ( Boyacá)

20 Individuales en Esparto de Cerinza ( Boyacá)

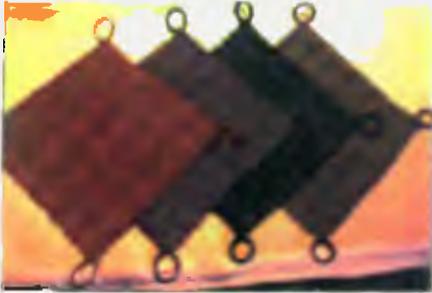


21 Individuales en fique de Tipacoque ( Boyacá)



weaving

# Tejidos



22 Cojines en Calceta de Plátano de San Agustín ( Huila)



23 Cojines en Calceta de Plátano de San Mateo ( Boyacá)



24 Cojines y Tapetes en Lana de Santafé de Bogotá ( Cundinamarca)



25 Portavasos en Tela de Santafé de Bogotá ( Cundinamarca)

weaving

# Tejidos



26 Individuales de Usiacurí ( Atlántico)



a

27 Individuales de Usiacurí ( Atlántico)



a

28 Individuales de Usiacurí ( Atlántico)

weaving

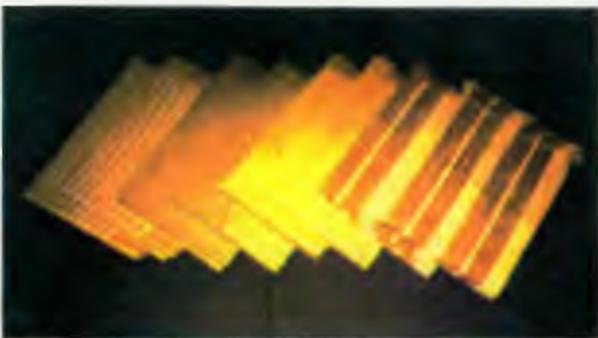
# Tejidos



28 Hamacas en algodón de San Jacinto (Bolívar)



29 Manteles en algodón de San Jacinto (Bolívar)



30 Individuales en algodón de San Jacinto (Bolívar)

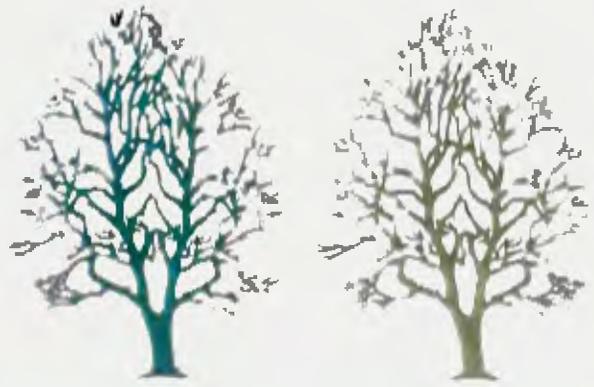


31 Cortinas en fique de Curití (Santander)

weaving



1 Cucharas en Tagua de Bahía Solano ( Chocó)



2 Candeleros en Tagua de Bahía Solano ( Chocó)

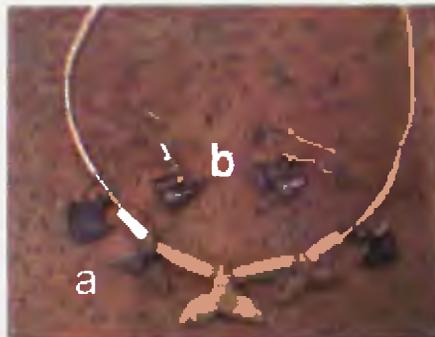


3 Cajas en Tagua de Bahía Solano ( Chocó)



4 Tenedores en Tagua de Bahía Solano ( Chocó)

5 Servilleteros en Tagua de Bahía Solano ( Chocó)

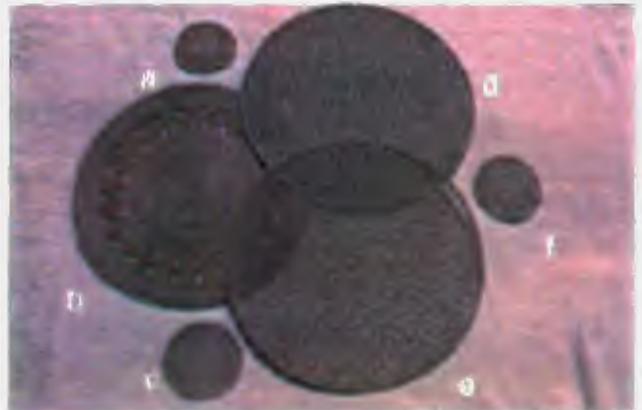


6 Collar en Tagua de Bahía Solano ( Chocó)

# Tagua



**1** Papeleras en Iraca de Usiacurí ( Atlántico)



**2** Individuales y Portavasos en Iraca de Usiacurí ( Atlántico)

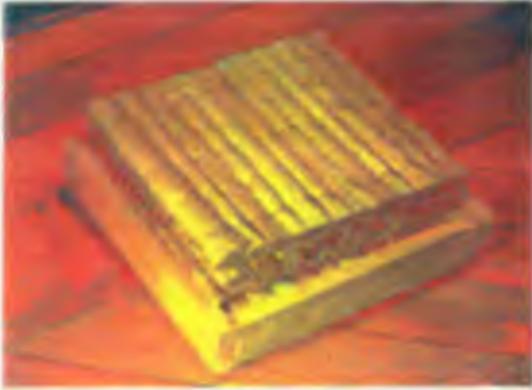
**3** Canastos e Individuales de Guacamayas ( Boyacá )



**4** Portacazuela e Individual en Esparto de Cerinza ( Boyacá)

# Cestería

# Cestería



5 Cojín en Ceba de Plátano de Rabolargo( Córdoba)



6 Portacazuelas en Chiqui-Chiqui de Puerto Inírida ( Guanía)



7 Portacazuelas en Esparto de Cerinza ( Boyacá)

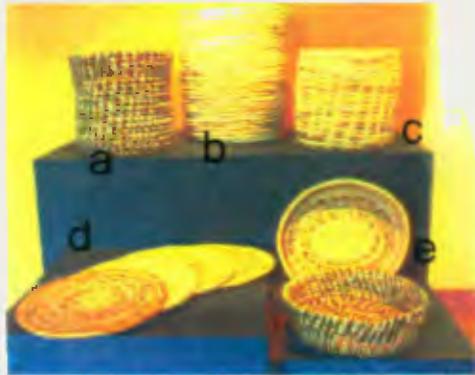


8 Paneras en Esparto de Cerinza ( Boyacá)

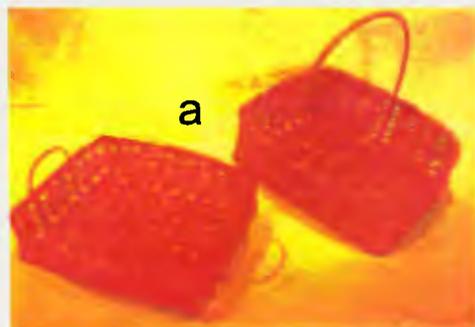
# Cestería



9 Mochilas en Calceta de Plátano de Sabanal( Córdoba)



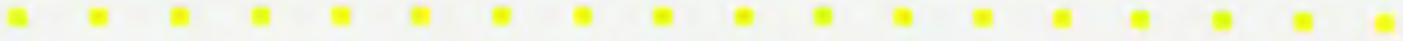
10 Canastos en Cepa de Plátano de Sabanal y Rabolargo (Córdoba)



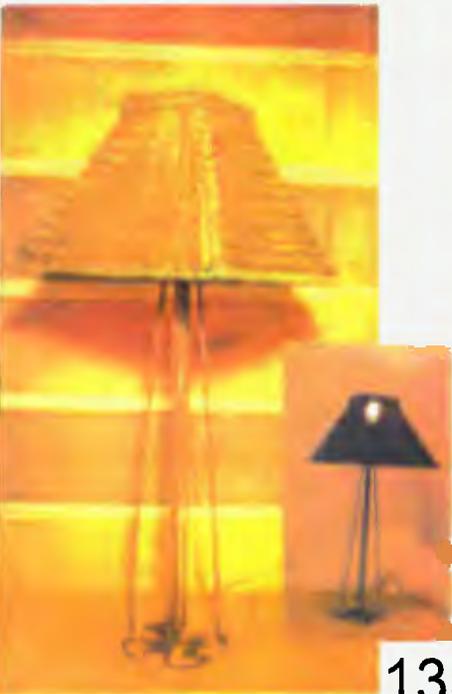
11 Canastos en Guadua de Tello (Huila)

asket in Natural Fiber

# Cestería



12 Lámpara en Esparto de cerinza ( Boyacá)

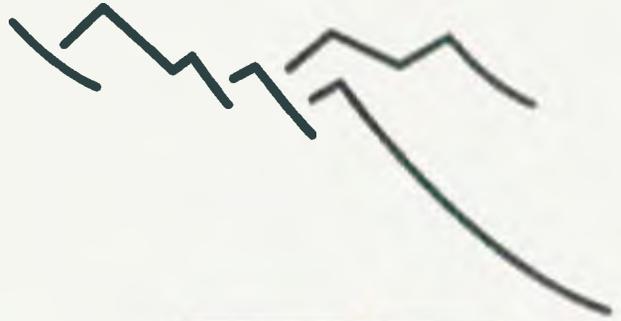


13 Lámpara en Esparto de cerinza ( Boyacá)

14 Lámparas Cestas de Paja de Sabanal ( Córdoba)



Basket in Natural Fiber



1 Acuña libro en Carbón de Amagá ( Antioquia)



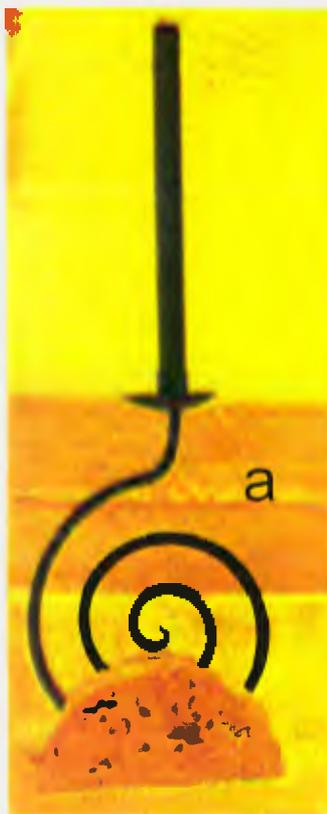
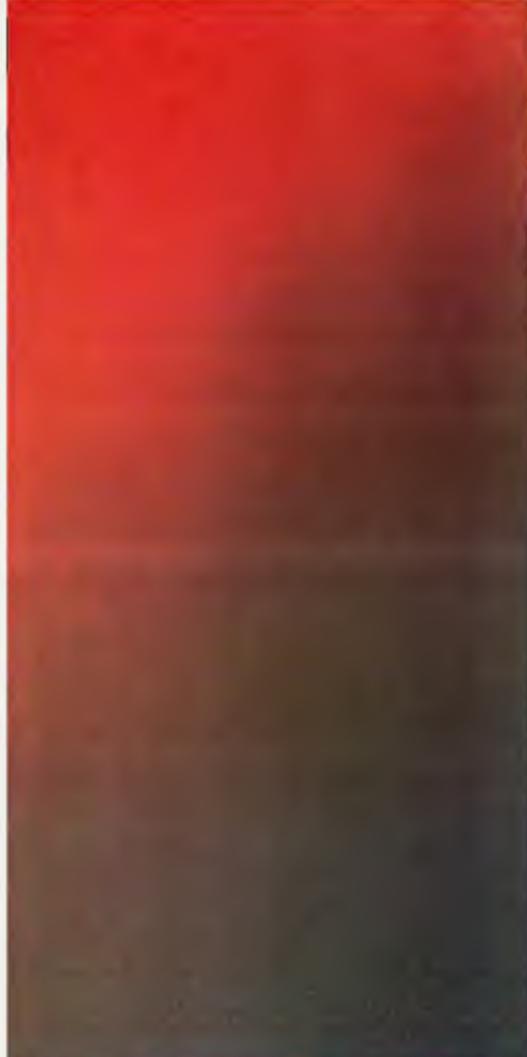
2 Lobo clip en Carbón de La Jagua de Ibirico ( Cesar)

3 Reloj en Carbón de La Jagua de Ibirico ( Cesar)

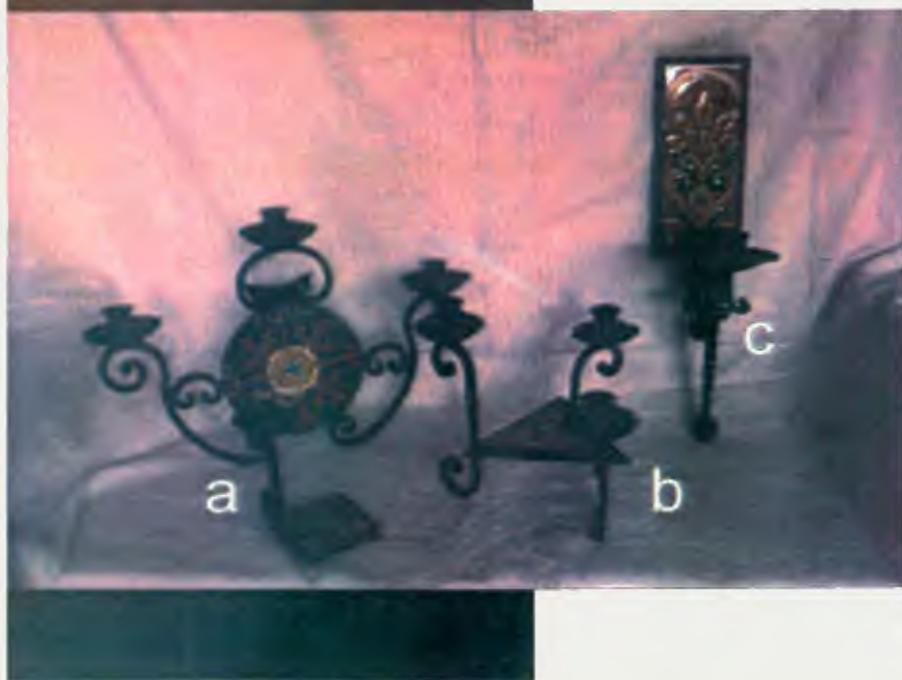


4 Cofre en Carbón de La Jagua de Ibirico ( Cesar)

# Carbón



1 Candelabro en Hierro y Piedra Coralina de Cartagena



2 Candelabros en Hierro y Cerámica de Manizales (Caldas)

# Forja



1 Pisa papel en Piedra Jabón de santa Marta ( Magdalena)



2 Porta lapices en Piedra Jabón de santa Marta ( Magdalena)

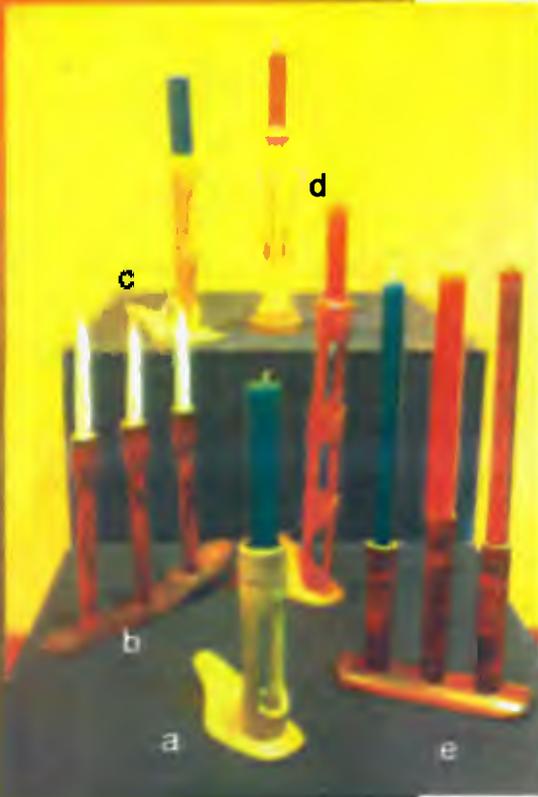
3 Candelabros en Piedra Jabón de Santa Marta ( Magdalena)



4 Portaclips en Piedra Jabón de Santa Marta ( Magdalena)



# Piedra



1 Candelabros en Guadua de Mistrató ( Risaralda)



2 Butacos en Bambu de San Agustín ( Huila)



3 Individuales en Guadua de Tello ( Huila)

# Guadua



1 Vajilla en Cerámica Negra de La Chamba ( Tolima)



2 Vajilla en Cerámica Esmaltada de Guatavita ( Cundinamarca)



3 Muñecos en Barro de la Capilla( Boyacá)

# Cerámica



1 Línea de escritorio en cuero de Santafé de Bogotá

# Cuero

1 Empaque en enea para dulcería Tradicional de Rabolargo ( Córdoba)



2 Empaque en enea para dulcería Tradicional de Rabolargo ( Córdoba)



3 Empaque en enea para dulcería Tradicional de Rabolargo ( Córdoba)



4 Empaque en Cepa para dulcería Tradicional de Rabolargo ( Montería)



5 Empaque en enea para dulcería Tradicional de Rabolargo ( Córdoba)



Dulcería

Empaques



Laboratorio Ambiental de diseño para la Artesanía y la Pequeña Empresa



1 Individuales en fique de Pasto ( Nariño)



2 Linea en cuero para escritorio de Pasto ( Nariño)



3 Linea en Ramo de Pasto ( Nariño)



4 Tapete en fique de Pasto ( Nariño)



5 Tapete en fique de Pasto ( Nariño)



6 Butaco en hierro y fique de Pasto ( Nariño)



7 Porta Cd's en fique de Pasto ( Nariño)



8 Tapete en fique de Pasto ( Nariño)



9 Individuales en fique de Pasto ( Nariño)

## INFORMACION ESTADISTICA

La información graficada, a continuación, busca desglosar en primera instancia los parámetros de inversión para la ejecución del evento. En segundo lugar se hace un análisis de la rotación de los productos en el ámbito comercial, haciendo énfasis en los grupos que tuvieron mayor acogida, independientemente de su precio.

DISENADOR	CANTIDAD ASIGNADA	CANTIDAD INV. MUESTRAS	TOTAL VENTAS.	DEVOLUCIONES
DIANA FRANCO	600000	521000	297500	79000
CAROL VALENCIA	1900000	1900000	2582000	0
OLGA QUINTANA	1750000	1466520	701600	237440
ELSA VICTORIA	1500000	427480	348500	1030820
JOSE A CASTILLO	500000	460000	42000	18918
JUAN CARLOS PACHECO	4000000	261150	141100	394130
DANIEL RUBIO	350000	346640	227836	231196
CLAUDIA GONZALEZ	1400000	1234000	305000	471000
LUISA F. QUINTERO	530000	503000	209800	27000
LIGIA DE WIESNER	500000	500000	56000	0
MARTIN MANRIQUE	1500000	680000	420000	355000
PATRICIA VALENZUELA	1900000	1722410	661000	786282
MARIA LUISA CASTRO	800000	786000	727400	0
ANA MARIA NIÑO	1800000	821500	60200	432500
ALEJANDRO RINCON DIAZ	350000	257000	122800	80700
ANDREA VICTORIA CURREA	1000000	422500	461500	577500
MENCY HERNANDEZ	300000	300000	112630	0
PAOLA CABRERA	2769000	2235200	653300	534200
MAURICIO ALARCON	200000	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>23649000</b>	<b>14844400</b>	<b>8130166</b>	<b>5255686</b>

## VENTAS TOTALES

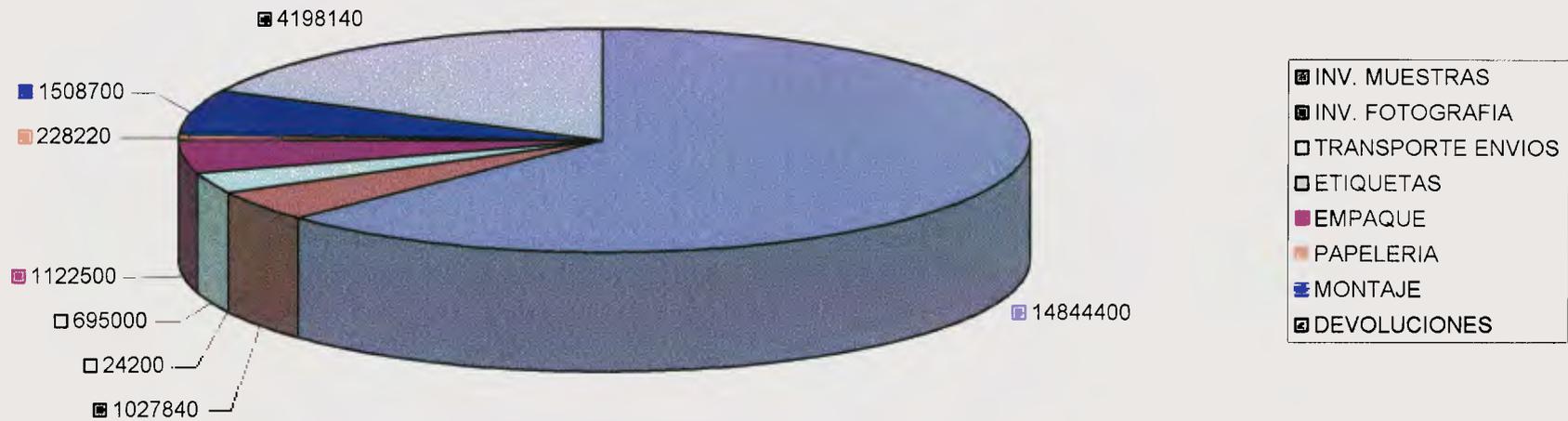
VENTAS TOTALES	TOTAL EN VENTAS
UNIDAD DE DISEÑO SANTAFE DE BOGOTA	973100
LABORATORIO DE PASTO	1453500
*LABORATORIO DE ARMENIA Asociación de Artesanos del Quindío	
COORPORACION VOLVAMOS A LA GENTE	8130166
COORUNIVERSITARIA ( Ibagué )	119000
<b>TOTAL</b>	<b>10675766</b>

\* Contabilidad realizada directamente por ellos,  
datos no suministrados.

RELACION VENTAS DETAL. PLAZA ARTESANOS  
 CONVENIO LCD/AAQ  
 BOGOTA - AGOSTO - 98

ITEM	PRODUCTO	INV. INICIAL	COMPRAS	CANTIDAD	INV. FINAL	VENTAS	PRECIO. UNIT.	PRECIO TOTAL
1	Silla anca bar grande	1	5	6	2	4	32.000	128.000
2	Silla anca bar pequeña		6	6	5	1	25.000	25.000
3	Lampara mariposa cte		5		3	2	50.000	100.000
4	Lampara mariposa macana		1	1	1			
5	Poracazuelas caladas	16	8	24	8	16	7.200	115.200
6	Poracazuelas sin calar	8	8	16	4	12	6.000	72.000
7	Revistero Salamina		2	2		2	38.000	76.000
8	Revistero doble		2	2	1	1	38.000	38.000
9	Paraguero		1	1	1			
10	Jaja guadua biche grande		1	1	1	1	22.500	22.500
11	Jaja guadua biche mediana	1	2	3	3	3	16.500	49.500
12	Jaja guadua biche pequeña	1	1	2	2	2	13.500	27.000
13	Platarefractarias		2	2	1	1	33.000	33.000
14	Jarra horqueta	1	1	2	1	1	17.000	17.000
15	Jarra colecaballo		1	1				
16	Yeladora ocaso		4	4	3	1	28.000	28.000
17	Frutero calado		4	4		4	13.000	52.000
18	Cgarreras		5	5	5			
19	Arjatero H. Café pequeña	6		6	5(1)			
20	Arjatero H. Café mediana	4		4	4			
21	Porta clips H. Café	3		3	3			
22	Juego copas sonajeras	6		6		6	18.000	108.000
23	Portalimpión	1		1	1			
24	Canioneta guadua	3		3	2	1	9.500	9.500
25	Colectivo guadua	6		6	5	1	9.500	9.500
26	Portallaves	5		5	3	2	5.000	10.000
27	Senilliteros guadua	8		8	8			
28	Arjatero colibri	14		14	13(1)			
29	Portavasos calados x 4	1		1	1			
							TOTAL	\$920.200

## TOTALES DE INVERSION POR PARAMETROS



TOTAL RECURSOS ASIGNADOS \$ 23'649.000=

## TOTALES DE INVERSION POR PARAMETROS

PARAMETRO	INVERSION
INV. MUESTRAS	14844400
INV. FOTOGRAFIA	1027840
TRANSPORTE ENVIOS	24200
ETIQUETAS	695000
EMPAQUE	1122500
PAPELERIA	228220
MONTAJE	1508700
DEVOLUCIONES	4198140
<b>TOTAL ASIGNADO</b>	<b>23649000</b>

\* cifras en revisión

## OTROS GASTOS

GASTOS	TOTAL
SERVICIO TELEFONICO	628710
RECURSO HUMANO	27600000
TOTAL	28228710

## **ANALISIS DE LOS PRODUCTOS SEGÚN SU FUNCIONALIDAD :**

### **PARA COMEDOR**

- **JUEGO DE COMEDOR Y/O MUEBLES:**

El juego de comedor en flor morado, yaré y chipalo de Sivanía, cumple con las calidades óptimas de diseño y precio por lo cual fue un producto de muy buena aceptación en la Plaza.

- **INDIVIDUALES POR JUEGOS DE 8, O POR UNIDAD :**

fue el producto bandera de la exposición, pues fue el producto más vendido y sobre el que existió una amplia variedad, desde el precio hasta el color, las texturas y los materiales.

Entre ellos se contó con individuales en **cepa de plátano** de Sabanal y Rabolargo, en **fique** de Tipacoque, Guacamayas y Pasto, en **iraca** de Usiacurí, en **esparto** de Cerinza, en **guadua** de Tello, en **tela** de Santafé de Bogotá, en **wild pine** de San Andrés y en **hilaza de algodón** de San Jacinto y Morroa. Si bien los individuales más baratos fueron los más vendidos, bien puede decirse que el producto en sí tiene suficiente acogida y que existe un mercado para cada una de las propuestas presentadas. Ahora bien, la presentación por juegos de 8 unidades no favoreció el precio de los individuales que se presentaron en esta forma, y se aconseja que el producto se venda tanto con alternativas de juegos de 6 unidades como por unidades.

- **MANTELES :**

Se ofrecieron manteles de San Jacinto y Morroa, en donde salieron favorecidos los de Morroa por el precio y la calidad de manufactura

**SERVILLETEROS :**

Se presentaron alternativas como en coco y tagua. Los cuales llaman la atención por su precio, calidad y buena presentación, sin embargo solo se exhibieron como prototipo de los cuales se recibieron buenos comentarios.

- **FRUTEROS :**

En madera y cepa de plátano y Wild pine. Los de madera se destacaron por su forma y los de cepa de plátano por su precio y apariencia los de Wild pine se ofrecieron a precios muy elevados. En general no fue un producto estático en ventas por lo cual se puede seguir trabajando y ampliando sus alternativas.

- **ENSALADERAS :**

Prototipos expuesto en Madera de San Bernardo (Chocó). Buena apariencia y comentarios (muchas personas querían adquirirlos).

- **VAJILLAS :**

- En cerámica negra de la Chamba, esmaltada de Guatavita y vajilla bejuco de Bogotá. Se destacó la vajilla de Guatavita por su diseño, color y precio, además de su funcionalidad específica para servir el ajiaco, es claro que este tipo de producto se puede ofrecer en diferentes alternativas de precio y en todas tiene mercado.

- **PORTAREFRACTARIAS Y PORTACAZULEAS :**

- En cuanto a las portarefractarias necesitan manijas, aspecto que se debe complementar en los diseños. En cuanto portacazuleas, se presentaron las de guadua de Armenia que fueron de muy buena apreciación, las de chiquichiqui de Puerto de Inírida y las de esparto de Cerinza, éstas últimas de buen precio y acabados por lo cual tuvieron mayor rotación.

- **BASES PARA RECIPIENTES CALIENTES :**

- En palo sangre, con un diseño acertado lo cual generó buenos comentarios y rotación comercial.

- **TRINCHES, MANTEQUILLEROS, CUCCHARAS :**

- En palo sangre y tagua. Resultan de muy buenas características en apariencia, diseño y precio, además de ser llamativos por el material empleado.

- **PANERAS :**

- En esparto de Cerinza. Buen precio, color y calidad.

## **PARA SALA**

- **JUEGO DE SALA Y/O MUEBLES :**

- Se propuso una línea en mimbre y yaré con la mesa en madera. Fue un producto de muy buena acogida sobre el que se hicieron pedidos del juego completo y en donde el precio también favoreció el producto.

## **ESTAR O TERRAZA**

- **MESA :**

- Se presentó una mesa de chonta de Guapi (Cauca) sobre la cual se dieron muy buenas opiniones, se recomendó que desde el convenio FES se inicie apoyo para repoblamiento de esta especie ya que posee buenas posibilidades comerciales y se desconoce la abundancia del material. Otra mesa presentada fue la del Rosal (Cundinamarca) sobre la que no hubo mayor opinión.

- **SILLAS :**  
Diferentes alternativas como las sillas compañeras de la mesa de chonta, la silla en madera amarillo de Nuquí (Chocó), la silla con espaldar de Acandí ó las perezosas de Jurubidá y Acandí. Todas con buen diseño y buenos materiales que ameritan el precio, mas se observó que las propuestas en chonta resultaban ópticamente inestables por lo que muchas personas, al desconocer la resistencia del material, dudaban en sentarse en ellas. Así mismo pasó con las sillas en guadua del Quindío.
- **BUTACOS :**  
Varias opciones en materiales, diseños y precios. Se presentaron butacos tradicionales en madera como los de San Bernardo (Chocó) y los de Sibundoy (Putumayo), y, butacos contemporáneos como los de Pasto en hierro y fique, en cedro de Guapi, y en bambú de San Agustín, en wild pine. Se observó que el butaco en sí tiene buena acogida, que resulta un elemento práctico que no ocupa gran espacio y que es muy funcional a la hora de requerir una silla adicional.
- **REVISTEROS :**  
La única opción del Laboratorio de Armenia, y que tuvo buena apreciación de la mayoría de los visitantes.

## **ESCRITORIO**

- **JUEGO COMPLETO DE ESCRITORIO**  
Se presentaron dos líneas de cuero: una del laboratorio de Pasto y otra propuesta de Santafé de Bogotá. La de Bogotá de buena calidad y diseño, mas el precio no favoreció su venta. Los productos de la línea también se ofrecían individualmente.
- **PORTAPAPELES :**  
En cuero y en iraca. No se tuvo mayor información de mercado al respecto.
- **PISAPAPEL :**  
En piedra jabón de Santa Marta y en Carbón de La Jagua. Resulta un regalo de buen diseño y precio.
- **PORTALÁPICES – PORTACLIPS :**  
En piedra jabón. Un producto de buen diseño.
- **ACUÑALIBROS :**  
En carbón. Buen diseño, aunque no tuvo rotación a nivel comercial.

## ACCESORIOS DECORACIÓN

- **CANDELABROS :**

Se expuso una amplia variedad de candelabros : en **palo sangre** del Vaupés, en **guadua** de Mistrató (Risaralda) y del Laboratorio de Armenia, en **piedra jabón** de Santa Marta, en **madera** de Barú, en **hierro y cerámica** de Manizales, en **hierro y piedra coralina** de Cartagena y en **barro** de La Capilla (Boyacá). Aunque existió una gran variedad, el comportamiento de los candelabros fue diferente al de los individuales y esto se supone por la gran competencia, reciclaje y la moda de la nueva era.

- **CAPERUZAS :**

En esparto de Cerinza y en cepa de plátano de Sabanal. Gozaron de buena apreciación tanto por el material empleado como por la técnicas la rotación fue diferente según el material, por ejemplo las de esparto se vendieron casi en su totalidad (sin base), en los otros materiales sin embargo tuvieron una rotación lenta

- **LAMPARAS :**

No existieron lámparas como tal, pues las caperuzas podían ofrecerse tanto separadamente como con su base, sin embargo, no se presento un diseño específico de lámpara completa e indivisible.

- **CANASTOS Y CONTENEDORES :**

No se ofrecieron muchas opciones, sin embargo las exhibidas presentaron diferentes apariencias y precios (ej: contenedores en cepa de plátano de Córdoba, canastos en fique de Guacamayas y canastos en guadua de Tello). Los canastos de Guacamayas son los que tuvieron mayor acogida por el diseño y color, mas el precio no favoreció su venta. Los contenedores en cepa se prefirieron con tapa y el precio fue bueno y el diseño acertado por lo cual tuvieron buena rotación, y los canastos en guadua ofrecieron un toque diferente al canasto tradicional, el movimiento del producto durante el evento fue muy lento, sin embargo se hicieron buenos contactos comerciales.

- **COFRES :**

En carbón de la La Juaga de Ibirico y en Tagua de Bahia Solano (Chocó). Se presentaron como prototipo, sin embargo los comentarios sobre los productos fueron favorables.

- **RELOJES :**

En carbón de La Juaga de Ibirico. La rotación del producto fue baja debido a que el precio es alto y aun presenta problemas de presentación como la calidad del mecanismo del reloj.

- **REPISAS :**  
Caladas en cedro, de Salamina (Caldas), que en general no tuvieron muy buena acogida, teniendo en cuenta que la presentación de las mismas no fue optima.
- **MÁSCARAS :**  
En madera de San Andrés de Sibundoy (Putumayo), que se consideran más como piezas para coleccionistas, la rotación en la feria fue buena ( se vendieron casi todas las expuestas) .

## **AMBIENTACIÓN**

- **CORTINAS :**  
En fique, de Curití (Santander), sobre las que no hubo buena venta, mas que se considera que faltó exponerlas como productos para vender y no solo como telas que cubrían los páneles.
- **TAPETES Y ESTERAS :**  
En **fique**, de Tipacoque (Boyacá) y de Pasto (Nariño); en **lana** de Santafé de Bogotá, de Sogamoso (Boyacá) y de comunidades indígenas del Putumayo y Cauca, y, esteras en **cabecinegro e iraca** de Istmina y Pié de Pepé (Chocó). Los tapetes en fique y las esteras en cabecinegro e iraca no recibieron la debida exposición por lo que no se presentaron como productos para vender sino únicamente como decoración.
- **COJINES :**  
Es un producto de buena acogida en el mercado y se presentaron diversas alternativas : en **calceta de plátano** de San Mateo (Boyacá) y de Rabolargo (Córdoba); en **lana** de Santafé de Bogotá, de Sogamoso (Boyacá) y de Guambía (Cauca), en **tela de algodón** bordada de Cartago (Valle); en **galón de seda** de Duitama (Boyacá); y , cojines en **fibra de plátano** de San Agustín (Huila). Los cojines de mas bajo precio fueron los que más se vendieron (algunas referencias en lana), sin embargo, los cojines en hiladillo en macramé , bordado y calado y los de fibra de plátano fueron los que mas preguntaron y que por su precio no fueron tener buenas ventas.
- **THROWS :**  
En algodón de Morroa (Sucre), que por su precio y propuesta de color resultaron favorables a la venta.
- **HAMACAS :**  
En algodón de San Jacinto y en cepa de plátano de El Carito (Córdoba). Las hamacas de San Jacinto tuvieron buenos comentarios por el nuevo manejo del color y las de El Carito resultaron muy exóticas y a buen precio.

## **LINEA INFANTIL**

En general la línea infantil tuvo buenos comentarios y la rotación del producto fue favorable, tanto que algunos productos se agotaron desde el primer día de exposición

- **JUEGO COLCHA, ZAPATERO, CENEFA Y COJÍN :**  
De Santafé de Bogotá, sobre el que hubo buena apreciación.
- **MUÑECOS Y MOVIL :**  
De Cartagena, en popelina. Un producto de muy buena acogida entre el público.
- **COJINES :**  
En tela, de Cartagena, Barranquilla y Santafé de Bogotá. Los más vendidos fueron los de Cartagena y Barranquilla.

## **EMPAQUES**

- **DULCERIA :**  
De Córdoba, en cepa de plátano y enea. Tuvo muy buena acogida la dulcería presentada en este empaque, y fue la única ofrecida en el evento, algunas personas opinaron que el precio manejado fue demasiado bajo para el tipo de producto,( aspecto sobre el cual vale la pena reflexionar).

**PEDIDOS REALIZADOS  
DURANTE LA  
PLAZA DE LOS ARTESANOS :**

- Sillas en Chonta de la terraza  
Clara Lucía Gomez  
TEL : 2817917
  
- Información sobre Tapices para sala grande en fibras naturales, colores por definir  
María Fernanda Garay  
TEL : 2170484
  
- Pasaboquera y salsera de Paola  
Luz Estella García  
TEL : 2553391
  
- 2 Juegos de comedor (cada juego 1 mesa + 6 sillas) de Sylvania  
Ana María de Cano y María Antonieta de Cano.  
TEL : 6350500 - 6357792
  
- Butacos altos y pequeños de Sylvania  
Ana María de Cano  
TEL : 6350555
  
- Candelabros 01250620  
Tatiana Avila  
TEL : 2214524
  
- Cucharón talla palo brasil (2 piezas)  
Leonor Grajales  
TEL : 2255868
  
- Sala sillas en yaré y mesa en madera  
Javier Hernandez Valencia  
TEL : 3134040
  
- Pulpo azul y amarillo  
Andrés Paez  
TEL : 2639097
  
- 2 Pulpos  
Marcela Avendaño – William Rico  
TEL : 4367895

- Pulpo verde y fucxia  
Erika Sandoval  
TEL : 2314266
- Pulpos  
Carlos Peña  
TEL : 7120553
- 2 Pulpos azules – amarillo y con estrella  
Gloria Reina  
TEL : 2923950 – 3681545
- 1 Pulpo verde y fucxia  
William Ramirez  
TEL : 2582111
- 1 Pulpo azul – estrella y 1 Cojín Cangrejo  
Ximena Uribe  
TEL : 2143599
- 1 Pulpo azul – amarillo con estrella  
Gloria Perez  
TEL : 2619323
- Pulpos en tela  
Marien Acosta  
TEL : 3173010
- Individuales florecita Usiacurí  
José Félix Castaño  
TEL : 3364673
- Individuales caracol con portavasos de Usiacurí  
Jaime Ardila Esdpinosa  
TEL : 2600795 – 2611711
- Comedor y Sala (llamar esta semana)  
Milena Diaz  
TEL : 3502031
- Bateas Chocó  
Catalina Fernández  
TEL : 2570818
- 2 cojines an azul oscuro de sogamoso.  
Jesús Ubieto Auseré  
FAX : 2580573 - PBX : 6332363
- 1 Mesa auxiliar en madera ref. Benedictinos  
Inés Sosa Diaz  
TEL : 2562303

- 1 Mesa auxiliar en madera ref. Benedictinos  
Pierre Martinez  
TEL : 6109746 - CEL : 2225450
  
- Perfumero en Tagua  
Sandra Strauss  
TEL :
  
- 4 Butacos altos de Sibundoy  
Susana Torres  
TEL : 2100913
- Vajilla de Guatavita 8 puestos  
Margarita de Gil  
TEL : 2216318
  
- Vajilla de Guatavita 12 puestos  
Gloria de Galán  
TEL : 6144482
  
- Vajilla de Guatavita 8 puestos  
Alicia Araujo  
TEL : 2226270
  
- 1 Candelabro en forja y cerámica  
Luz Mery Cruz  
TEL : 2712019 - 2247497
  
- 1 Candelabro sol de Armenia  
Claudia Chicaeme  
TEL : 4402632 - 2505260
  
- Cortinas de Santander con las siguientes medidas :  
Ancho x largo : 120 x 172 - 187 x 163 - 1,02 x 164  
José María Forero  
TEL : 6104241 - 2134649
  
- Hamaca San Jacinto en blanco y negro  
Carolina Duperly  
TEL : 2366497
  
- Contenedor en plátano de Rabolargo  
Eduardo Mora  
TEL : 2186362
  
- Cojines en fibra de plátano de San Agustín  
Interesada en cojines de 1 x 1 mt.  
TEL : 2922666
  
- Cojines en fibra de plátano de San Agustín  
Clara Inés Martinez  
TEL : 6372436

- 1 Máscara del niño Jesús en el tamaño de la Virgen María  
Paola Quiros  
TEL : 2578319
- 1 Juego de portavasos de barniz de Pasto  
Guillermo Colmenares  
TEL : 2392145
- 1 Portasello en tagua de hipopótamo  
Daniela Rincón  
TEL : 2223507
- Individuales de Tipacoque  
Susana Fajardo  
TEL : 2364261
- Servilleteros en tagua por juego de 6.  
Maite Bouza  
TEL : 6104964
- 1 Tabla pictograma del Vaupés 62,5 x 20 cms.  
Maite Bouza  
TEL : 6104964
- Juego de escritorio en cuero línea Carvajal  
Nelly Infantas  
TEL : 2572106
- 100 a 300 canastos en Guadua de Tello con medida de 16 cms. ancho externo x 45 cms  
largo externo y 8 cms. de alto.  
Eduardo Esguerra  
TEL : 2352867 - 4186261
- Catálogo de productos  
Nelly de los Ríos – Almacén Hacienda Santa Bárbara, local D 145  
TEL : 6124584
- Catálogo de productos seleccionados  
Bima – Jefe de compras de muebles y accesorios  
TEL : Ver directorio

# CONCLUSIONES

- El evento permitió probar en el mercado las innovaciones y desarrollo de productos artesanales orientados por Artesanías de Colombia durante los últimos dieciocho meses.
  - Se evidencio que los criterios implementados en la orientación de líneas de productos adelantadas por Artesanías de Colombia en los últimos dos años esta acorde con las exigencias del mercado.
  - El contexto decorativo en el cual se presento la colección fue un factor favorable que impacto positivamente a los compradores nacionales e internacionales y al publico en general.
  - La promoción del producto a través del diseñador, fue una de las experiencias de mayor enriquecimiento, toda vez que retroalimenta en doble vía, tanto al diseñador como al consumidor,
  - Considerando el tiempo empleado en las actividades de prepreparación, ejecución y post evento, se evidencia la necesidad de participación de una unidad de negocios; que permita a Diseño priorizar su principal responsabilidad como es el desarrollo de productos.
  - Algunos productos requieren una presentación mas acorde a su contenido estético.
  - A partir de TERRA surgieron diferentes reflexiones con respecto a los precios de los productos, la capacidad de producción los cuales ameritan asesorías especializadas para la unidad de Diseño en dichos temas así como a otras áreas involucradas en el proceso.

# **ANEXO 1**

# OBJETIVO GENERAL

*Establecer una estrategia, de Promoción, exhibición y venta de los productos resultantes de las asesorías en Diseño, que permitan desarrollar y mejorar la calidad de vida de los artesanos a partir de la comercialización de sus productos.*

## OBJETIVOS ESPECIFICOS :

-  Consolidar la Unidad de Diseño como ente generador de desarrollo de las comunidades artesanales
-  Generar diferentes espacios de Exhibición y Promoción Comercial permanentes y transitorios que permitan realizar pruebas de mercado, diseño, calidad y precio de los productos ofertados.
-  Establecer, como estrategia comercial, diferentes ambientes para la exhibición y promoción de los productos.
-  Realizar un plan comercial a corto, mediano y largo plazo que permita consolidar el posicionamiento de los diferentes productos artesanales.
-  Retrolimentar en las comunidades artesanales criterios de control de calidad, optimización de la producción y manejo de precios.
-  Establecer estrategias de divulgación acerca de los resultados generados en la Unidad de Diseño.
-  Facilitar y establecer asociaciones con entidades académicas, comerciales, científicas y de desarrollo Tecnológico

# ANTECEDENTES

*La Unidad de Diseño ha generado por medio de asesorías un número considerable de muestras, las cuales no han llegado a una etapa de comercialización, debido a que no se ha consolidado un trabajo de grupo con el área comercial, por tanto, no se ha podido comprobar su comportamiento en los diferentes nichos de mercado.*

- ✍ Los resultados de las asesorías de Diseño no han retroalimentado las comunidades artesanales desde ningún aspecto específico.
- ✍ No se han establecido estrategias para determinar los precios adecuados de las muestras realizadas.
- ✍ Es evidente que los productos desarrollados en las asesorías tienen un componente agregado comercial importante; la diversificación y la innovación en el oficio, son aspectos relevantes que el área comercial debe considerar.
- ✍ En ciertas asesorías no se ha logrado concretar el producto o la producción de los diseños, debido a la falta de continuidad del proyecto o en su defecto su demora en la definición.
- ✍ Existen diferentes objetivos entre la Subgerencia de Desarrollo y el Área Comercial y esto afecta en ciertos casos los resultados de la unidad de Diseño.

FALTA.....

# PLANTEAMIENTO

De tal manera es considerable proponer diferentes estrategias enmarcadas por los siguientes aspectos :

- ! ESTRATEGIA COMERCIAL PARA LOS DIFERENTES PRODUCTOS DESARROLLADOS EN LA UNIDAD DE DISEÑO
- ! ESTRATEGIA DE DESARROLLO DIRIGIDAS A LAS COMUNIDADES ARTESANALES ASESORADAS
- ! ESTRATEGIA SOCIAL PARA MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA A PARTIR DE LA OPTIMIZACION DE LOS PRODUCTOS LOS PROCESOS PRODUCTIVOS Y EL FACTOR DE VENTA
- ! ESTRATEGIAS INTERDISCIPLINARIAS ENTRE LA UNIDAD DE DISEÑO Y LAS DIFERENTES INSTITUCIONES QUE TRABAJEN CON EL MISMO OBJETIVO

## ESTRATEGIA COMERCIAL

*Generar diferentes espacios de Exhibición y Promoción Comercial permanentes y transitorios que permitan realizar pruebas de mercado, diseño, calidad y precio de los productos ofertados.*

### TACTICAS DE PROMOCION, PRUEBA DE MERCADO Y VENTA DE PRODUCTOS:

- ✎ Realizar un Lanzamiento de productos en el marco de la inauguración de la Plaza de los Artesanos.
- ✎ Realizar un catálogo comercial que contenga información acerca de los productos artesanales asesorados por la Unidad de Diseño.
- ✎ Conformar Grupos de trabajo en el interior de la Unidad de Diseño encaminados a conocer el mercado potencial, los compradores, las tendencias, la competencia, la oferta de precios y demás aspectos relevantes para la comercialización de productos.
- ✎ Igualmente conformar un grupo especializado para la optimización de los procesos productivos y la implantación de factores simples de competitividad en las comunidades artesanales.
- ✎ Asignar un espacio independiente en Expoartesánías /98 con el fin de consolidar y evaluar aspectos del mercado, precios y compradores potenciales para el siguiente año.
- ✎ Establecer un Plan Operativo Comercial ( POC) para el año 1999 que permita promocionar de manera constante las diferentes innovaciones de los productos desarrollados por lo asesores de diseño, teniendo como espacio algún sector del almacén de Las Aguas o San Diego

## TACTICAS DE LANZAMIENTO DE LOS PRODUCTOS DE DISEÑO.

Se propone establecer tres líneas diferentes de ambientes con el objetivo de ofrecer una gama extensa de productos con valores agregados de diseño, así mismo presentar posibilidades a diferentes segmentos del mercado.

✍ Se tomarán tres tendencias anualmente con sus principales características formales, que lleven a un producto artesanal a competir en diferentes nichos de mercado.

✍ Se presenta un mercados paralelo a las Tendencias propuestas :

### ! Fechas especiales

El caso de fechas especiales abarca eventos nacionales e internacionales como: Navidad, Halloween, San Valentín, Pascua, Día de la madre, día del padre, día de la secretaria, entre otros (en principio se hará énfasis en desarrollar productos para la temporada navideña). Esta categoría también acoge pedidos especiales de empresas.

## METODOLOGIA:

Se organizarán 4 grupos de la siguiente manera :

✍ Un grupo por cada área de trabajo propuesta. Cada grupo estará integrado por 6 personas, con asesorías en diversos oficios para permitir que exista multiplicidad de criterios y visiones.

✍ El objetivo de los grupos es coordinar y responder por el ambiente escogido, incluyendo la temporada navideña.

✍ Sobre el análisis de cada tendencia se definirán los ambientes a trabajar con sus respectivas líneas.

✍ Es necesario hacer un reconocimiento de campo del inventario existente en bodega y analizar que productos se pueden relacionar con su ambiente e involucrarlos dentro de él. Así mismo determinar que le hace falta al ambiente.

✍ Cada grupo deberá en algún momento, sustentar y socializar la propuesta con el objetivo de ser evaluada .

✍ A final de año (o en la fecha que se determine), se exhibirán los ambientes creados por cada grupo .

## **ANEXO 2**

**A**  
**M**  
**B**  
**-**  
**E**  
**Z**  
**H**  
**E**  
**S**

TERRA

ESSENCIAL

Indigo

Indigo

ESSENCIAL

TERRA

Indigo

Indigo

TERRA

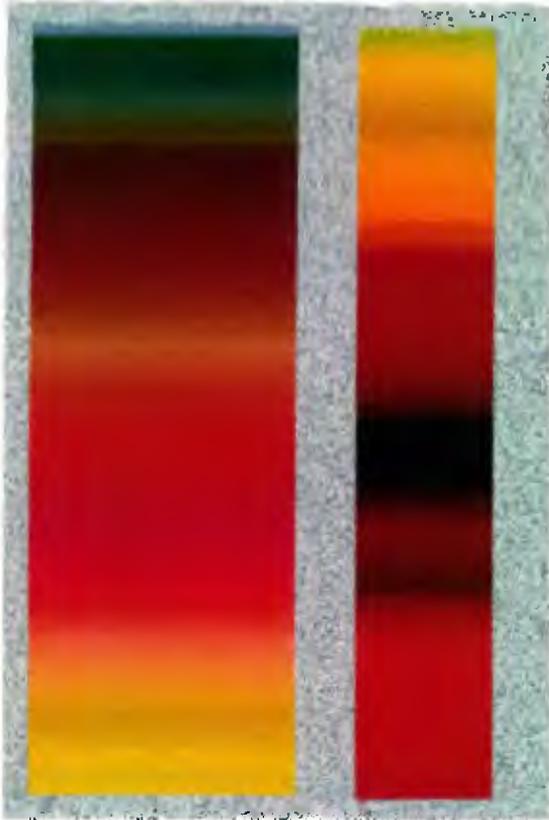
TERRA

Indigo

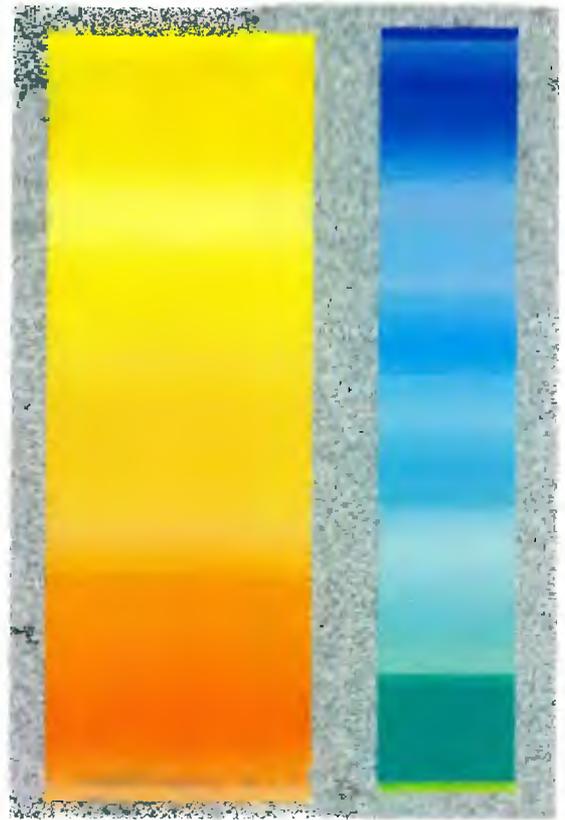
ESSENCIAL

TERRA

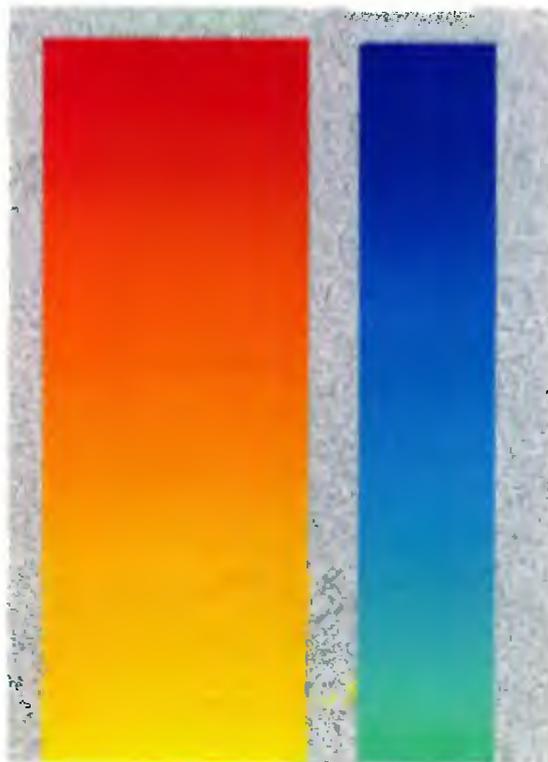
TERRA



Indigo



ESSENCIAL



# TERRA

**L**a riqueza del color, se puede transmitir mediante la combinación de colores tierra, como el terracota que sugiere calidez sutil, como la del cobre pulido. Abiertas y fáciles, estas combinaciones, tienen todos los elementos de la energía y el movimiento, crean orden e igualdad sin sensación de poder y control.

**Los tonos terrosos reflejan la juventud amante de la diversión y traen a la mente una manera descomplicada de vivir.**



## **Ácidos**

Las combinaciones de colores más brillantes son las que tienen amarillo. El amarillo expresa el sol dador de vida, significa actividad y movimiento. Es casi imposible sentirse abatido cuando en un ambiente se involucra este color o cualquiera de sus combinaciones.

Dichos colores proporcionan en los espacios o en los objetos un carácter descomplicado.

## **Índigo**

El azul en su máxima saturación es dominante y fuerte evoca el hielo y la nieve, colocado en un espacio aumenta nuestra sensación de calma, si es colocado en una pieza central sobre sale aun cuando este combinado con otros tonos

Las combinaciones que utilizan estos colores (ácidos e índigo) simbolizan autoridad e inspiración. Crean un esquema de color sumamente llamativo. Esta combinación exuberante sugiere vitalidad y frescura en un ambiente juvenil de personalidad entusiasta.

# ESCENCIAL

## PRIMARIOS

Esta tendencia propone una combinación perfecta de los colores puros lo cual permite establecer un equilibrio compositivo y a su vez un carácter llamativo, alegre y lúdico que nos acerca a ambientes infantiles y juveniles.

## **ANEXO 3**

**EVENTO INAUGURAL  
PLAZA DE LOS ARTESANOS  
COLECCIÓN TERRA**

**RELACION DE GASTOS A GIRAR A LOS DISEÑADORES A TRAVES DEL CONVENIO  
CON LA FUNDACION VOLVAMOS A LA GENTE**

NOMBRE	No. DE CEDULA	LUGAR	VALOR
Luis Alejandro Rincón Díaz	80 423 387	Usaquén	\$ 350000
María Patricia Valenzuela Alvarez	51 939 197	Bogotá	\$ 1900000
Olga Quintana Alarcon	51 953 461	Bogotá	\$ 1750000
José Angel castillo Caicedo	13 350 627	Pamplona	\$ 500000
Mency Hernandez	51 697 125	Bogotá	\$ 300000
José Daniel Rubio Rodríguez	79 260 477	Bogotá	\$ 350000
Claudia Elena González Viscaya	39 781 520	Usaquén	\$ 1400000
Elsa Victoria Duarte Saavedra	63 392 441	Málaga	\$ 1500000
Paola Constanza Cabrera Viancha	52 006 040	Bogotá	\$ 2500000
Martín Enrique Manrique Collazos	79 385 635	Bogotá	\$ 1500000
Carol Valencia Castañeda	23 780 826	Moniquira	\$ 1900000
Diana Patricia Franco Gutiérrez	39 789 444	Usaquén	\$ 600000
Andrea Victoria Correa Varela	52 145 825	Bogotá	\$ 1000000
Ana María Niño Nieto	39 779 524	Usaquén	\$ 800000
María Luisa Castro Fernández	60 255 436	Pamplona	\$ 800000
Juan Carlos Pacheco	79 381 039	Bogotá	\$ 2500000
Luisa Fernanda Quintero	52 053 979	Bogotá	\$ 350000
Ligia de Viesner	20 114 042	Bogota	\$ 500000
Uriel Zamora			Pendiente
Fernan Arias Uribe	79 430 539	Bogota	Pendiente
Mauricio Alarcon	80 426 909	Usaquen	\$ 200000

## **ANEXO 4**

# **PRODUCTOS CON LOS CUALES SE CONFORMARÍAN LOS AMBIENTES**

## **TERRAZA**

- **Hamacas**
- **Mesa en chonta con sus respectivos  
asientos**
- **Materas**
- **Canastos de Picnic**
- **Mantel**
- **Vajillas de Raquira o la Chamba**
- **Productos para el BBQ**
- **Individuales de Guacamayas, Usiacuri.**
- **Moyos · Pinchos**
- **Cucharas de Palo Sangre**
- **Esteras en diferentes materiales.**
- **Mesas Auxiliares**
- **Saleros · Candelabros**

## **ESTAR**

- **Sofá en Mimbres**
- **Sillas en Mimbres**
- **Cojines de Morroa para el Sofá y las  
Sillas en Mimbres**
- **Accesorios para la chimenea en forja**
- **Cojines**
- **Espejo**
- **Portarretratos**
- **Tapices**
- **Gualdrapas**
- **Mantas del Cumbal**
- **Cubrelechos**
- **Lamparas**
- **Cofres en Carbón**

## **COMEDOR**

### **Individuales de Guacamayas**

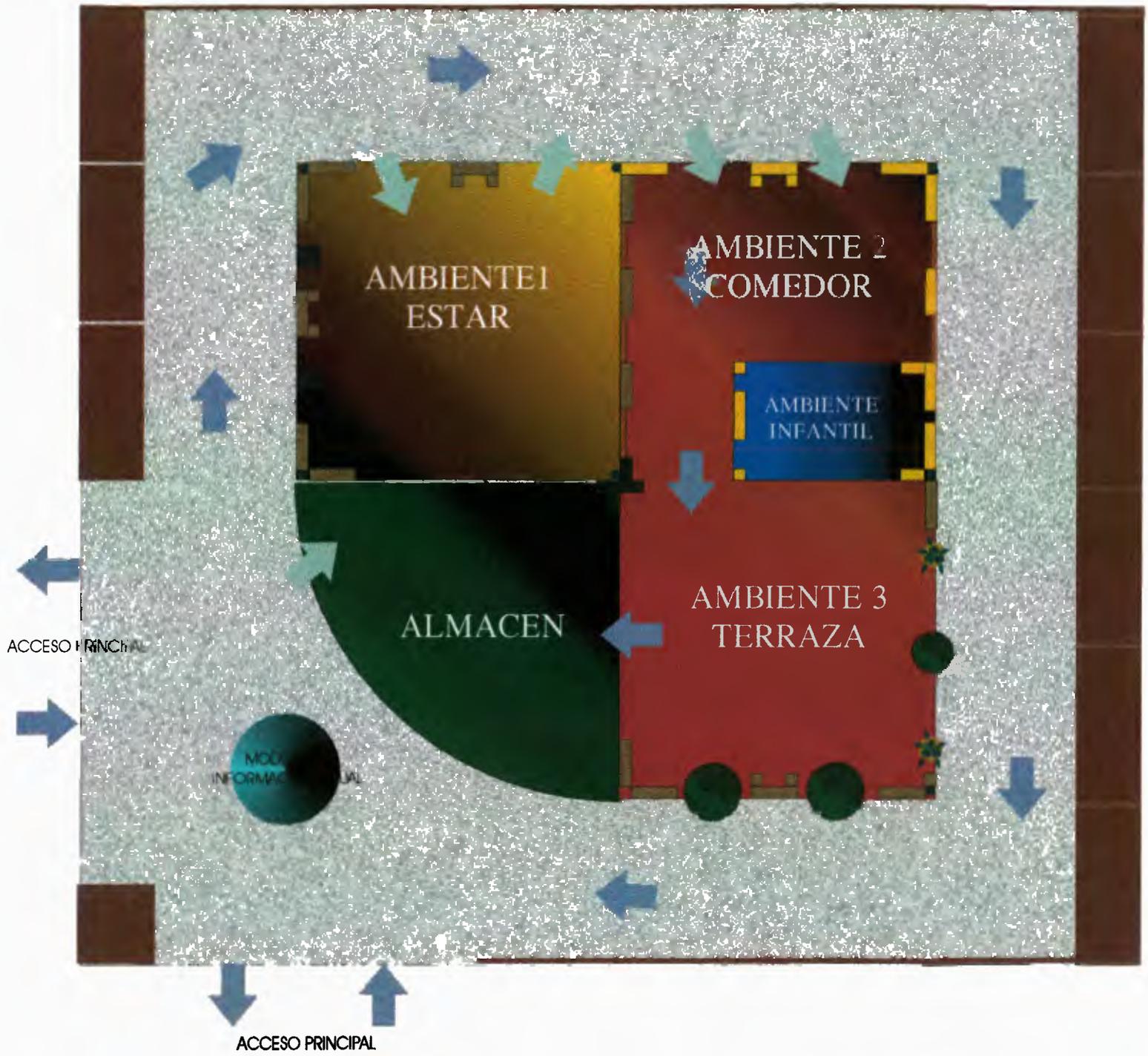
- **Vajillas de Guatavita o de la Chamba**
- **Reloj en Carbón**
- **Copas y vasos en Vidrio Soplado**
- **Tapetes**
- **Frutero de Cartagena**
- **Centros de Mesa**
- **Candelabros**
- **Mesas**
- **Cubiertos para Servir**

## **NIÑOS**

### **Edredones**

- **Cojines**
- **Animales en Tela**
- **Gualdrapas**
- **Perchero**
- **Portarretratos**
- **Lamparas**

## **ANEXO 5**



## **ANEXO 6**

# PRODUCCION DE MUESTRAS DE DISEÑO

## PLAZA DE LOS ARTESANOS

### OBSERVACIONES GENERALES :

- Las cantidades de producción sobre las muestras de diseño son de 6 unidades, excepto en aquellos casos en donde se especifica el número requerido. Los juegos de individuales ó pares de tenedores, candelabros u otros, se toman por unidad.
  - Cada diseñador debe entregar a primera hora el día martes 23 de Junio, el presupuesto de los productos por las cantidades requeridas, en donde se incluyen los gastos de transporte. Indicar así mismo el precio por unidad y el presupuesto total.
  - El presupuesto ha de tener en cuenta la retención en la fuente que se realiza.
- Una ficha de producto sobre cada muestra de diseño que salga para la plaza de los artesanos y que aún no se encuentre en la Unidad de Diseño, ha de entregarse a Claudia Helena lo más pronto posible.

### MARTIN MANRIQUE :

- 1 Mesa de chonta estilo picnic con 6 asientos para la terraza. (Producción nueva).
- Sillas en madera con cuero (mirar qué alternativas hay para su producción ).
- Butacos araña ( Mirar producción ).
- Mesa auxiliar para comedor El Tablazo ( Hermanos Benedictinos ).
- Arreglar la mesa en madera amarillo para el estar.
- Sillas perezosas ( Mirar producción ).
- Popayán : Cajas en madera para guardar hojas tamaño carta y la caja pequeña ( Realizar las tapas únicamente con el estilo panal, cambiar las bisagras, mejorar acabados y replantear costos ) - 6 unidades de cada tamaño.
- Si es posible, en Gaupi pedir la cestería de Incontro e Interdesing.

### ELSA VICTORIA DUARTE :

- Espejos en forja con baldosa : Diseñar la baldosa con colores Terra y que el diseño de la baldosa esté de acuerdo con el trabajo de forja.
- Candelabros en forja con baldosa : Manejar los colores Terra para la baldosa y el terminado de goteado es mejor que el aspecto liso de la boca de los candelabros.
- Cerámica de Manizales : Trabajar los prototipos en opaco y olvidar los brillantes.

### OLGA QUINTANA :

- Candelabros en guadua : Arreglar la estabilidad de las bases de todos los candelabros lisos ( sin abrir el bambú ). Pedir el candelabro curvo doble, estabilizando la base. Realizar tanto de los colores naturales como de los quemados.
- Se sugiere que los candelabros estilo araña sirven más para base de lámparas que para candelabros.
- Realizar individuales en rollo de Tipacoque con los colores Terra.

**ANDREA CURREA :**

- Todos los productos presentados en la asesoría en Tagua, con las correcciones necesarias.
- Pedir el candelabro para tres velas en palo sangre.
- Exhibir las tablas labradas.

**DANIEL RUBIO :**

- En Ráquira, realizar una vajilla completa para el ajiaco con 8 servicios.
- Desarrollar una vajilla en Guatavita con los colores Terra, acordes con los individuales de rollo.

**ALEJANDRO RINCÓN :**

- Candelabros en piedra jabón - por parejas - .
- Sapos pisapapeles.
- Portalápices (mirar alturas ) y vaso cuadrado solo.
- Servilleteros de anillo.

**YADIRA OLAYA :**

- Línea de productos para escritorio ref. Carvajal : El portapapeles y el portaretrato permanecen sin variaciones. Eliminar los relieves del portalápices y el portamano. Hacer cuadrado para clips y tarjeteros con tapa y sin tapa. Producir 4 unidades de cada elemento, y pensar en trabajar mejor el cuero al natural sin pintar y quizá únicamente encerando.

**PAOLA CABRERA :**

- 10 Bateas de cada modelo, tanto pintadas como naturales.
- Los productos desarrollados en Cartagena de la línea de comedor con los ajustes mencionados.
- Candelabros de Barú.
- Flores de Zapatoca siempre y cuando se arregle la fragilidad de las hojas.
- Repisas de Salamina.

**PATRICIA VALENZUELA :**

- 4 Hamacas de San Jacinto en colores Terra y diseñadas.
- Juegos de individuales x 8 puestos, en estilo labrados, a rayas y jaspeados.
- Mantel de 120 x 120 únicamente con dos esquinas con flecos.
- Butacos de Santa Rosa de Cabal con diferentes alternativas en altura y eliminando puntillas.
- Individuales de 35cm. y centros de mesa de Rabolargo y Sabanal .
- Individuales de Chimichagua en naturales y encargarse de la producción de las esteras diseñadas por la Coordinadora del Cesar.
- En Guapi, realizar pedido de canastos en cestería de la asesoría Incontro - Interdesing.

**ANA MARIA NIÑO :**

- Gualdrapas de Nobsa - Boyacá. Desarrollar la producción.
- Tapetes de Sogamoso ( Producción por definir ).
- Realizar los arreglos pertinentes sobre las piezas en lana Paeces.

**CAROL VALENCIA**

- Cojines en seda de Duitama cambiando el forro por lino.
- Bolsos de Duitama.
- Muebles de Silvania ( Producción por definir ).
- Canastos de Tenza según el compromiso y respuesta de la comunidad.

**DIANA FRANCO :**

- Throws de Morroa - Sucre, tanto en la propuesta aprobada el año pasado, como en una nueva propuesta de color en colores Terra. ( Presentar a Ligia propuesta de color ).
- Individuales y cojines de Morroa en Terras como en crudos.
- Mantelerías como el de Palo de Rosa pero sin líneas de color. Desarrollar los manteles unicolor presentando un juego con colores Terra.
- Realizar cortinas de Curití para cubrir 6 paneles c/u de 120 ancho x 280 alto, y para 2 paneles de 60 de ancho por el mismo alto. ( Zona de comedor ).
- Si viaja a Guapi, realizar pedido de productos de cestería ( Incontro - Interdesing ).

**OSCAR NUÑEZ :**

- Realizar una propuesta de iluminación en forja.
- Candelabros en forja.

**MARIA LUISA CASTRO :**

- Todo lo de guacamayas en colores Terra.
- Desarrollo de todos los productos para el ambiente infantil.

**JUAN CARLOS PACHECO :**

- Empaques en guasca de plátano para dulces .
- Lo que se alcance a realizar en la actual asesoría en cuero.

**JOSE ANGEL CASTILLO :**

- Base para lámpara en carbón.
- Reloj con las manecillas en plata.
- Cofres en carbón.
- Figuras decorativas.

**LEILA MARCELA MOLINA :**

- Cortinas para la decoración de algunos espacios ( Por definir cantidad )

**LUISA FERNANDA QUINTERO :**

- Realizar un juego de cama para niñas específicamente.

**MENCY HERNANDEZ :**

- Todos los productos en barro que se presentaron a corrección.

**FERNÁN ARIAS :**

- Toda la joyería aprobada en la presente asesoría de Mompos - Bolívar.
- Joyería a realizar en Quibdó y Guapi.

**URIEL ZAMORA :**

- Joyería de Cali.

**CLAUDIA HELENA GONZALEZ :**

- Toda la línea de cojines en plátano de San Agustín.
- Cojines de lana de Bolívar - Cauca con correcciones en color.
- Cortinas y esteras de Itsmina y Pié de Pepé - Chocó.
- Butacos de El Tablón - San Agustín eliminando la quemada del bambú, raspando y tinturando con anilinas.
- Individuales en guadua natural y canastos en guadua biche tinturada de Tello.
- Realizar diseños de canastos rústicos sin manijas de Tello.

**SARA CASTRO Y MARIA CLARA SEGURA :**

- Pié de camas, tapetes para el piso, throws y cojines. Realizar el pedido con colores Terra.

**JOSÉ ALEXIS :**

- Estar pendiente de que traiga todos los productos que desarrolló en la asesoría.

**LABORATORIO DE PASTO :**

- Productos desarrollados en el Gran Cumbal : Tapetes y pié de cama en lana natural.

**LABORATORIO DEL QUINDIO :**

- Revisar productos y realizar un pedido.

**INCONTRO E INTERDESING :**

- Productos de cestería que recibieron asesoría de Guapi, tanto del área urbana como del área rural.
- Realizar pedido sobre todos los productos excepto de la tela.

OCAÑA : ↴

## **ANEXO 7**

# MANO - FACTO

*Expotendencia Artesanal*

Usted como cliente es nuestro principal objetivo, por eso su opinión es fundamental para futuras ferias artesanales

1. En su concepto el evento fue:

- a. Organizado
- b. Desorganizado

Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Teniendo en cuenta la relación producto - calidad, el precio de los objetos le parece apropiado?

- a. Si
- b. No

3. De los productos expuestos cuál fue el que más le llamó la atención y por qué?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Que producto(s) le hubiera gustado encontrar en esta feria artesanal?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION

# MANO - FACTO

*Expotendencia Artesanal*

Usted como cliente es nuestro principal objetivo, por eso su opinión es fundamental para futuras ferias artesanales

1. En su concepto el evento fue:

- a. Organizado
- b. Desorganizado

Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. Teniendo en cuenta la relación producto - calidad, el precio de los objetos le parece apropiado?

- c. Si
- d. No

3. De los productos expuestos cuál fue el que más le llamó la atención y por qué?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Que producto(s) le hubiera gustado encontrar en esta feria artesanal?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION

## **ANEXO 8**



# COLECCIÓN TERRA

**Ambientes creados en su totalidad por objetos elaborados a mano que encierran la laboriosidad y creatividad de los artesanos colombianos, conforman la colección Terra, una propuesta realizada por las Unidades de Diseño de Artesanías de Colombia, que pretende diversificar, desarrollar y rescatar los productos tradicionales a través de la aplicación del diseño con el objeto de mejorar su calidad, perdurabilidad, utilidad, formas y tamaños, para hacerlos más competitivos e involucrarlos directamente con las exigencias de los mercados nacionales e internacionales.**

**En la Plaza Colección Terra, se presentan cuatro ambientes: comedor, terraza, infantil y estar. Cada uno de ellos se ha elaborado pensando en las exigencias de la decoración contemporánea, manteniendo la gama de los colores tierra, como un elemento clásico y de fácil combinación. Con estos nuevos diseños elaborados, manteniendo los elementos tradicionales de cada comunidad, se ha pretendido unir la destreza del artesano en el manejo de los materiales y el conocimiento mítico de los oficios, con la concepción formal y funcional del diseñador para lograr nuevas líneas de productos pensando en los requerimientos del consumidor actual.**

**La aplicación del diseño a la artesanía es un objetivo que ha venido desarrollando Artesanías de Colombia a través del Laboratorio Colombiano de Diseño para la Artesanía y la Pequeña Empresa, Unidades de Armenia, Pasto y Santafe de Bogotá, con el fin de proporcionar al sector artesanal del país nuevas alternativas para el desarrollo de productos y productividad de los artesanos.**



# DEKORA

**Materiales nobles como la madera, el algodón y el barro, son utilizados por grupos de artesanos tradicionales, que generación tras generación, han continuado con la elaboración de mantas, hamacas, jarras, materos, y figuras religiosas entre muchos otros objetos, donde expresan su mundo, su historia y sus vivencias.**

**Otras manifestaciones como la joyería donde se percibe el ingenio, la exactitud, imaginación y poder creativo con que cada artesano realiza sus piezas utilizando el oro, la plata y el cobre, hacen parte de la muestra exhibida en la Plaza Expresión.**



**Fibras vegetales como la Palma del Weguerre utilizada por la comunidad Waunana en el Chocó, y técnicas como la de enrollamiento en espiral aplicada por las mujeres campesinas del pueblo de Guacamayas en Boyacá, son algunos de los objetos artesanales que se presentan en esta Plaza.**

**La artesanía indígena, elaborada durante años por las diferentes comunidades y herencia de nuestros antepasados, es un testimonio sobre el nivel de desarrollo alcanzado en gran número de técnicas como los tejidos, la alfarería, y la orfebrería.**

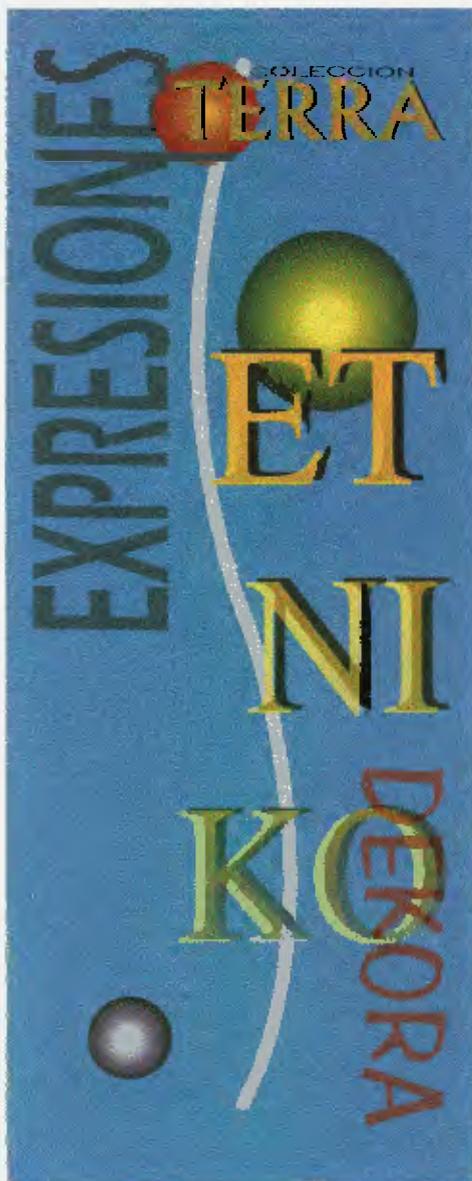
**Otros oficios más recientes como el vidrio, la cerámica y la metalistería, presentan productos de gran utilidad, calidad y belleza.**



# EXPRESIÓN

**En este espacio se da cabida a infinidad de objetos como instrumentos musicales, velas, flores, papeles, telas encoladas, que por su versatilidad, creatividad y originalidad abren nuevos espacios en la decoración contemporánea.**

**Es un universo donde la artesanía actual deja ver la importancia del color, las formas, y la riqueza de la mano de obra del artesano, que además de la laboriosidad con que son elaboradas, son objetos que cumplen con una funcionalidad y abren espacios en ambientes cálidos y modernos.**



**La Plaza de los Artesanos por primera vez abre sus puertas a las comunidades indígenas, rurales, urbanas y contemporáneas, para exhibir en cuatro plazoletas al estilo precolombino, una muestra representativa de la artesanía colombiana.**

**La colección Terra y las exhibiciones comerciales Etniko, Decora y Expresión, con sus colores cálidos, texturas expresivas contenidos étnicos, carácter funcional y gran creatividad harán de cada una de las plazoletas el lugar que acogerá a todos aquellos colombianos y extranjeros que sienten y recrean nuestro sentido de pertenencia.**

## **ÂNEXO 9**

# ACCESO PRINCIPAL

