



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

**Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval
“Ponte la Máscara”**

Barranquilla, febrero 12 a 28 de 2006



Presenta:

**Artesanías de Colombia S.A.
Subgerencia de Desarrollo
Aser Vega Camargo**

Bogotá marzo 14 de 2006

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.

1. Identificación del evento:

- 1.1 Organizadores: Asociación de artesanos del carnaval “Ponte la Máscara”.
- 1.2 Lugar: Parque del Teatro municipal Amira de la Rosa, Barranquilla
- 1.3 Fecha: febrero 10 a 28 de 2006
- 1.4 Tipo de feria: especializada en artesanías y otras expresiones de la cultura del carnaval de Barranquilla.
- 1.5 Duración proyectada: 19 días.

2. Origen histórico de la “Asociación de artesanos del carnaval Ponte la Máscara”:

En enero 11 de 1990 Artesanías de Colombia convocó a los artesanos del Atlántico a participar en el 1er Festival de Artes y Artesanías del Carnaval “Ponte la máscara”, evento de rescate, promoción, diseño, desarrollo y divulgación de las diferentes expresiones creativas del carnaval de Barranquilla: artesanías en madera, papel y tela; obras plásticas; tradición oral; música, danzas, literatura, fotografía, videos y películas sobre el carnaval.

El evento contó con el apoyo del Banco de la República, Beneficencia del Atlántico, Postobón y medios de comunicación. Los artesanos participantes en esta feria ascendieron a 16 (Luis Carlos Asís, Francisco padilla, Manuel Pertuz, Carlos Maestre y Robinsón Hernández, con máscaras de madera); Carmenza Fernández y Ruby Castaño (máscaras de tela); Oscar Oliveros (máscaras de papel), María Luisa González (muñequería), Nohemí y María del Carmen Cerra (tocados), Jorge Correa (camisetas estampadas), Jorge Sánchez (accesorios en bronce), Berta Villegas (cerámica), Absalón Martínez (instrumentos de cumbia), Humberto Pérez (antifaces) y Socorro Irreño (sombreros y accesorios en cañaflcha).

El éxito en las ventas llevó a los artesanos organizarse en 1994, conformando la Asociación de artesanos del carnaval Ponte la Máscara, que cuenta con estatutos y organiza y reglamenta la participación en la feria que anualmente se realiza en los jardines del teatro municipal en precarnaval.

3. Infraestructura y montaje de la feria:

- 3.1 La organización de esta versión de la feria contempló:
 - 3.1.1 La distribución de 58 stands para exhibición y venta de artesanías del carnaval, obras plásticas sobre el mismo y bocados típicos del Caribe, así:
 - 46 puestos para artesanos del carnaval.
 - 4 puestos para artistas plásticos.
 - 8 puestos para dulcería típica y bebidas del Caribe.

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.



Vista parcial stands. Foto Aser Vega



Puesto de Cervecería Águila. Foto Aser Vega

La feria dispuso además de:

- 1 puesto de Cervecería Águila.
- Área para servicio de comida (restaurante Rancho Currambero).
- Baños para participantes y clientes (propios del Teatro Municipal).
- 1 tarima cubierta para presentación de espectáculos.

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.

- Sistema de sonido e iluminación.
- Servicio de celaduría diurna prestado por el Ejército nacional y nocturna a cargo de celadores contratados.

Varias personas se encargaron del montaje y selección de los artesanos y sus productos, entre ellas la Presidenta María Luisa González, la Secretaria Norkys Marulanda Riascos y la asesora Neyla Corvacho.

Este equipo realizó además la inscripción de socios y el cobro del valor de los stands, estableciendo la suma de \$ 200.000 para fundadores, más \$38.000 para sostenimiento y \$250.000 para socios no fundadores.

3.2 El equipo gestionó con el Distrito de Barranquilla recursos por \$10.000.000 que se invirtieron en el arriendo de la estructura de stand para montaje, contratado con Intermontajes por valor (\$ 9.200.000) y, de las carpas que se arrendaron a la Cooperativa de artesanos del Atlántico (\$ 3.200.000).

4. Relaciones públicas: estas actividades estuvieron a cargo de un equipo dirigido por Neyla Corvacho, coordinadora del evento, quien contó con la asesoría de Lizbeth Santiago e Ivonne Mcausland, esta última contratada por 4 meses para relaciones públicas.



Obra plástica sobre el carnaval de ARCA. Foto Aser Vega

El equipo adelantó múltiples gestiones, sobre las que presentó recientemente informe a la directiva, ante entidades públicas y privadas como: Gobernación del Atlántico, Secretaría Distrital de Cultura, Departamento Administrativo del Medio Ambiente, DAMAB, Ejército Nacional, Bavaria, Postobón, Caracol, Telecaribe, Recio Turismo, Olímpica T.V., Ron Baluarte, Batelsa, El Heraldo, Diario La Libertad, El Espectador, la Chiva periodística, etc.

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.

Estas entidades y empresas contribuyeron al montaje y desarrollo de la feria Ponte la Máscara con diferentes medios, recursos y servicios (afiches, folletos, tarjetas de invitación, backing, videos, noticias, celaduría, refrigerios, cocteles, carpas, tarimas, ruedas de prensa, camisetas, líneas telefónicas). Sus aportes en servicios y especi se calculan en \$25.000.000.

5. Operación de la 17ª Feria de artesanías del carnaval “Ponte la Máscara”:

- 5.1 En el evento participaron 3 grupos diversos de ofertantes: artesanos, artistas plásticos y dulceros.
- 5.2 El horario fue de 9 a. m. a 8 p.m., excepto los días de Guacherna y Carnaval que, debido a precauciones por posible alteración del orden público, se cerró a las 4 p.m.
- 5.3 La duración real del evento fue de 17 días.
- 5.4 La feria tiene actualmente un buen reconocimiento por parte de entidades gestoras del carnaval, medios y público en general, gracias a su mejor organización, la calidad y variedad de productos y la promoción realizada.

6. Problemas que se identificaron:

6.1 Problemas organizacionales ó de la Empresa Ponte la Máscara:

- 6.1.1 En el año 2003 se organizó una Junta Directiva provisional, pero se inscribió erróneamente en una Notaría y no en la Cámara de Comercio.
- 6.1.2 La Asociación no cuenta con fiscal ni tesorero, ni existe un Comité especializado en la selección de productos para la feria.
- 6.1.3 En los 2 últimos años para realizar las ferias 15ª y 16ª no se celebraron asambleas, ni se levantaron Actas, ni se presentaron informes financieros. Según algunos socios, ello se debe a desorden y desidia, y ello ha tenido un efecto negativo sobre la planeación y la confianza de los socios y ha creado posibilidades de sanción por parte de la Cámara de Comercio.
- 6.1.4 Los socios desconocen los estatutos o si los conocen, no los aplican.
- 6.1.5 Los Comités de Publicidad y Administrativo nombrados por la Junta Directiva tuvieron problemas de funcionamiento.
- 6.1.6 La Asociación tiene, como se indicó, una directiva que organiza, hace el montaje del evento y maneja las finanzas, mientras que otro grupo se encarga de las relaciones públicas y la promoción. Las competencias de ambos grupos no estuvieron bien definidas y algunos artesanos indicaron que se realizaron gastos autónomos sin consultar a los encargados del manejo de los recursos.
- 6.1.7 La empresa no cuenta con proyectos productivos y venta de servicios que le permitan generar ingresos durante el resto del año y tener sostenibilidad financiera.
- 6.1.8 Las mipymes participantes no tienen RUT, lo que les acarrea problemas de transacción comercial

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.

- 6.1.9 Existe apatía de los socios, falta de sentido de pertenencia hacia la organización, falta de solidaridad y de espíritu empresarial que se evidencia en la escasa participación en las reuniones, en la toma de decisiones y en la dirección.
- 6.1.10 Existen preferencias hacia algunos socios fundadores o directivos.
- 6.1.11 Se nota una gran ausencia de comunicación y concertación entre las directivas, asesores y socios, llegándose a crear a veces alternativas de poder opuestas, decisiones encontradas en el manejo de la feria y descoordinación en la ejecución de actividades.
- 6.1.12 Se percibe poca visión de futuro en las decisiones de la directiva y temor a asumir riesgos.
- 6.1.13 Existe cierto clima de desconfianza entre directivas y socios por el tipo de asesoría externa brindada en el pasado reciente.
- 6.1.14 La organización presenta liderazgos personalistas, a veces de débil perfil democrático.
- 6.1.15 En las relaciones entre socios, directivos y asesores falta tolerancia y respeto hacia los demás, notándose un manejo difícil de relaciones humanas que crea situaciones conflictivas.
- 6.1.16 La Asociación no cuenta con documentos impresos o audiovisuales (libros, investigaciones, videos, películas) como fuente de consulta a disposición de productores y diseñadores de las artesanías.
- 6.1.17 La Asociación Ponte La Máscara no cuenta con sede propia, lo que acarrea dificultades en la gestión y el apoyo de entidades.
- 6.1.18 Existe la tendencia al predominio de cierto tipo de productos como camisetas, lo cual puede empobrecer la feria en su diseño y diversidad.
- 6.1.19 Se corre el riesgo de que la feria pierda identidad al vincular a productores que elaboran piezas que no tienen relación directa con el carnaval de Barranquilla.



Stand atiborrado y productos no relacionados con el carnaval. Foto Aser Vega.

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.

6.2 Problemas de planeación de la feria:

- 6.2.1 El evento no se planificó con tiempo, sino que las actividades preparatorias se iniciaron en diciembre.
- 6.2.2 Por falta de planeación y coordinación el evento se atrasó unos días y hubo actividades que se duplicaron.
- 6.2.3 No hubo información precisa sobre el número y tipo de productos que se podían vender.
- 6.2.4 Algunos artesanos abandonaron el puesto antes de finalizar la feria, afectando la presentación de la misma.
- 6.2.5 Faltó coordinación en la presentación de algunos espectáculos que se presentaron simultáneamente (Sky Vox de Caracol y videos musicales en pantalla gigante), lo que contribuyó a ratos crear cierta contaminación auditiva.
- 6.2.6 Se presentó incumplimiento en la programación de eventos para el público.
- 6.2.7 Los primeros días de la feria faltó más luz en ciertas áreas.
- 6.2.8 Algunos socios percibieron que la feria duró poco, pues antes era de 21 días, otros creen que se prolonga demasiado, ya que consideran que en precarnaval las ventas son mínimas; sugieren que el evento se proyecte 1 ó 2 días después del carnaval, ya que muchos turistas se quedan para comprar souvenirs. También consideraron que el horario de apertura es muy temprano (9 a.m.).
- 6.2.9 El pago de los stands no se hizo previamente a la feria, lo que generó cartera morosa.
- 6.2.10 No hubo costos diferenciales para los stands que consumen más energía eléctrica por utilización de equipos de refrigeración.
- 6.2.11 Los artesanos estimaron que los precios del restaurante son muy altos (\$3.500).
- 6.2.12 Existió escasa participación de nuevos productos del carnaval que enriquecieran la feria con su iconografía, como: escudos de negros africanos, banderas de danzas pintadas a mano, turbantes de Congos, capas de Congos y Garabatos, muñecos mecánicos en madera utilizada por los Congos, máscaras de papel y de diablos espejos, etc.

6.3 Problemas identificados a nivel de promoción y publicidad:

- 6.3.1 Los artesanos percibieron durante varios días poca afluencia de visitantes y bajas ventas, en comparación con la versión 2005 de la feria.
- 6.3.2 Algunos consideraron que hubo bastante programación cultural, pero que esta debe ser más selectiva y orientada a promover las ventas, ya que cierto tipo de publicidad facilitada por algunas empresas no la consideran muy efectiva.
- 6.3.3 Otros estimaron que faltó una promoción más focalizada y amplia de la feria en empresas, hoteles y calles (pasacalles personales) para promover la visita de más clientes.
- 6.3.4 No se dispusieron pendones colgantes en el sitio de la feria que la señalizaran.
- 6.3.5 Los socios informaron que los afiches no tuvieron una adecuada distribución y que hubo incumplimiento en citas a periodistas.
- 6.3.6 La Asociación no contó con una página web para promocionar la feria antes de realizarlo.

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.

- 6.4 **Problemas observados en la infraestructura y montaje:** aunque se informó que los stands actuales fueron más espaciosos que los anteriores, y su distribución más apropiada para el recorrido de los clientes, se encontraron las siguientes debilidades, cuya superación incrementará la calidad de la feria en varios aspectos:
- 6.4.1 Debe existir un Comité especializado en el montaje y organización de la feria, con criterios claros y muy definidos.
 - 6.4.2 Hace falta un plano sencillo de la feria que clasifique los stands según su tipo (de hilera, de esquina, etc.) y facilite su asignación y control.
 - 6.4.3 Los stands a veces son poco resistentes a los embates de la brisa. Deben tener una ubicación adecuada a la dirección de la misma.
 - 6.4.4 Muchos stands no tienen una apropiada exhibición de productos, presentándose atiborramiento y desorden.
 - 6.4.5 La dotación de stands no es homogénea: hay diferente tipo de iluminación y muebles: mesas, módulos, estantería y vitrinas; los materiales (telas, papeles, etc.) con que se decoran a veces no son los más apropiados.
 - 6.4.6 La falta de coordinación en la asignación de los stands creó confusión entre los participantes.
 - 6.4.7 Los stands no estaban numerados y la mayoría no tenía el nombre del taller o microempresa.
 - 6.4.8 En los stands se realizaron actividades no permitidas por razones de seguridad, higiene y presentación, como cocinar o comer.
 - 6.4.9 Hizo falta al principio más iluminación externa que permitiera reconocer la feria desde afuera, lo que luego se solucionó.
 - 6.4.10 Algunos socios estimaron que las pinturas sobre el carnaval deben contar con iluminación especial.
 - 6.4.11 No hubo control en el volumen de la música ambiental y se generaron momentos críticos de excesivo volumen que pudieron molestar al cliente. Hubo emisiones de sonido simultáneas.
 - 6.4.12 El reglamento para la feria puede ser más preciso y completo y debe hacerse cumplir (se recomienda consultar los reglamentos de Artesanías de Colombia para Expoartesanías y MANOFACTO, en www.artesantiasdecolombia.com.co).
- 6.5 **Problemas observados en el funcionamiento:**
- 6.5.1 Faltó controlar mejor el mantenimiento de áreas, ya que el mal riego produjo charcos de agua que dificultaban el recorrido de los clientes.
 - 6.5.2 Hubo desorden de productos en los stands.
 - 6.5.3 Algunos stands permanecían ratos de tiempo sin atención y había que llamar a gritos al encargado o despertarlo de al siesta.

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.



Antifaces y bolos. Fotos Aser Vega



Hubo predominio de algunos productos como camisetas. Foto Aser Vega

6.6 Problemas de tipo productivo y comercial:

- 6.6.1 Muchos artesanos tienen escasa capacitación técnica empresarial y comercial y en atención al cliente.
- 6.6.2 Desconocen las técnicas de vitrinismo y exhibición de productos.
- 6.6.3 Algunos productores no tienen información cultural sobre los productos que elaboran.
- 6.6.4 Algunos artesanos recibieron previamente asesoría en diseño que, por desconocer el contexto cultural del carnaval de Barranquilla, originaron recomendaciones no pertinentes en el desarrollo de productos (p. ejem. eliminar el brillo).

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.

- 6.6.5 Algunos artesanos desconocían los diseños tradicionales de las máscaras de carnaval de Barranquilla, existiendo el riesgo de pérdida de identidad.
- 6.6.6 Falta mejorar la calidad de muchos productos.
- 6.6.7 Falta diseñar y desarrollar productos adecuados a sus funciones (p. ejem. ergonomía en las máscaras).
- 6.6.8 Ni todas las mipymes vinculadas, ni la Asociación misma disponen de una imagen corporativa completa (logosímbolo, slogan, folletos, etiquetas de productos, empapes, embalaje, página web).
- 6.6.9 El cliente no recibe información sobre los valores agregados culturales del producto.
- 6.6.10 Falta innovación y mejoramiento tecnológico de las unidades de producción para incrementar la calidad en los productos (moldes en fibra de vidrio para papier maché; máquinas de costura plana y fileteadoras, etc.)
- 6.6.11 Falta capacitación técnica en los diferentes oficios como alta costura, confección, patronaje, trabajo en madera, acabados, bordado, papel reciclado, etc.
- 6.6.12 En algunos talleres no disponen de materiales (esmaltes), ni equipos de producción (hornos a gas, herramientas, serruchos) con los que puedan garantizar mejor calidad.



La actitud de atención al cliente influye en el éxito de las ventas. Foto Aser Vega

6.7 Causas de los problemas anteriores:

- 6.7.1 Hay un factor interno en Ponte la Máscara de tipo organizacional que influye decididamente en los resultados positivos o negativos que pueda obtener la Asociación como empresa y es el siguiente: se percibió una grave desestructuración de dirección y asesoría que afecta la situación organizativa actual del ente de economía solidaria y de la feria como su proyecto clave. Ello se evidencia en la poca participación de los socios en las decisiones que toma la Asociación y en el hecho de que su interés radica sólo en vender su mercancía.

Esta crisis directiva se origina posiblemente en dos concepciones diferentes del desarrollo empresarial: uno más atrevido, dispuesto a asumir riesgos y otro más

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.

tradicional, calculador y precavido, que no quiere incurrir en costos extras por acciones que considera no son imprescindibles para la organización. La falta de comunicación y de concertación entre los 2 grupos crea una desestructuración organizacional, afectando la toma de decisiones, el logro de los objetivos, el manejo de los recursos, los resultados, el posicionamiento de la empresa, entre otros.

Dicha crisis se expresa en la falta de integración y de concertación entre los 2 grupos: el directivo y el asesor, lo que crea una relación tensa, poco propicia para la coordinación y el desarrollo de un proyecto como la feria, o de otros proyectos que maneje a futuro la organización Ponte la Máscara.

Como los diferentes grupos que gestionan el evento no se comunican entre sí con la frecuencia y en la amplitud deseada, se genera entonces desinformación, descoordinación y contraórdenes que no facilitan el buen desarrollo de las acciones programadas.

- 6.7.2 Existe un factor externo que pudo influir en los resultados de las ventas de la feria y que probablemente tiene que ver con el escaso capital circulante que hubo en ese período en Barranquilla y el Atlántico. Lo anterior, según se informó, debido probablemente a los problemas administrativos en la Alcaldía, la vigencia de la Ley de Garantías electorales y la actual campaña política al Senado. Se considera que estos hechos han bloqueado la contratación y los pagos.
- 6.7.3 Se evidenció la falta planeación, ya que la feria debe comenzarse a trabajarse anticipadamente y no en diciembre. Para ello es preciso que se formule un proyecto o propuesta para la feria desde principios de año, utilizando la metodología de formulación de proyectos. El proyecto debe contener un plan de acción sencillo donde se registren todas las actividades a realizar para la planeación, montaje, operación, promoción y evaluación de la feria: reuniones, gestión de recursos, reserva del sitio de exposición, consecución de infraestructura y servicios, invitación y selección de participantes, definición de criterios de selección de artesanos y productos, selección de productos, recaudo del valor de stands, supervisión, evaluación, etc.

No existe un Comité encargado y especializado en la organización de la feria, autónomo, con criterios precisos de selección de productos, ni una reglamentación precisa y completa para los participantes (actualmente se seleccionan algunos productos con base en fotos y no con muestras físicas).

- 6.7.4 Falta fortalecer la visión y proyección empresarial de la organización Ponte la Máscara: como la feria no debe ser el único objetivo de la organización, es preciso generar ideas de negocios que luego se conviertan en proyectos: p. ejem. ¿Cómo participar en el carnaval de Bogotá? ¿Cómo diversificar y desarrollar nuevos productos que les permitan a los empresarios atender durante el año a

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.

otros segmentos de mercado diferentes al del carnaval? ¿Cómo promocionar con una muestra de artesanías y plástica del carnaval la fiesta en el exterior, donde existan colonias de colombianos y barranquilleros? etc.

7.6 Algunas soluciones:

- 7.6.1 Mejorar la capacidad de gestión empresarial y comercial de directivos y socios, para lograr un manejo eficiente de la Asociación como una empresa sostenible financieramente, que genere rentabilidad para los socios y se integre a los proyectos de conservación y desarrollo del carnaval de Barranquilla apoyados por la UNESCO. Esto, en el nuevo contexto estratégico del carnaval como patrimonio cultural oral e intangible de la humanidad (se puede solicitar asistencia técnica a F. Santodomingo, Cámara de Comercio, ONGs especializadas). Algunas ideas sugeridas por los artesanos para lograr estos objetivos son:



La falta de comunicación y concertación entre directivos, asesores y socios genera desestructuración organizacional. Foto Aser Vega

- Evaluar en Asamblea general la feria 2006 en aspectos de planeación, montaje, publicidad y promoción, ventas y finanzas, así como el manejo de las versiones anteriores de la misma.
- Nombrar nueva Junta Directiva, revisar estatutos y organizar los respectivos Comités de trabajo (p. ejem.: de Capacitación, Feria, elaboración de Proyectos, Promoción y publicidad).
- Nombrar nuevo Gerente (puede ser externo, es decir, que no sea artesano), con visión estratégica del desarrollo de la artesanía del carnaval y perfil empresarial, con capacidad para gestionar proyectos y aprovechar el talento humano de la organización.
- Integrarse y compartir decisiones entre directivos, asesores y socios.
- Llevar una contabilidad organizada según criterios administrativos y ejercer un control de gastos.

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.

- Con base en la experiencia previa, fijar la duración de la feria y establecer el horario más apropiado (algunos sugieren abrir desde las 10.30 a.m.)
- Disponer en la feria de una programación cultural y de entretenimiento más selectiva, donde prime la calidad y pertinencia y su capacidad de atraer público y enriquecerla.
- Mantener aseados los servicios de baños que presta el Teatro municipal.
- Velar y mantener la especialidad e identidad de la feria que es la de artesanías tradicionales o contemporáneas del carnaval de Barranquilla, cuyo escenario son los 8 departamentos de la costa caribe colombiana. El amiguismo no debe dar cabida a artículos sin relación con el carnaval de Barranquilla o que se relacionan con otras fiestas, pero que no corresponden a la cultura regional ni a la rica iconografía del carnaval (es preciso primero rescatar y desarrollar nuestros productos, fortaleciendo, ampliando y cualificando la feria, antes de lanzarse a recoger productos de otros carnavales).

Para ello hay que tener claro que el carnaval de Barranquilla no es una fiesta más y su naturaleza no es la misma de ferias o festivales, debido a su riqueza y raíces culturales, su eminente carácter participativo y su filosofía y concepción de vida, entre otras razones.

- Los productos deben ser hechos a mano y no en fábrica, a no ser que algunos productos industriales sirvan para desarrollar el trabajo manual y creativo propio de la artesanía (por. ejem. camisetas).
- El carácter de la feria es de productores y no de comercializadores o intermediarios. De no observarse las sugerencias anteriores, se corre el riesgo de desvirtuar la feria y convertirla en una feria más, en desmedro de los verdaderos artesanos y del mismo carnaval.

7.6.2 Fortalecer la formación y capacitación de socios y directivos en las áreas de la cultura del carnaval, técnicas de producción y diseño y desarrollo de productos para enraizar la oferta en la tradición, generar productos para el mercado con agregados de cultura, calidad y diseño. Algunas ideas para lograrlo son:

- Reformar los estatutos de tal manera que permitan ampliar la participación de otros artesanos tradicionales del carnaval provenientes de grupos folclóricos, que puedan enriquecer el evento con sus productos (escudos, banderas, muñecos, turbantes, capas, fetiches).
- Se recomienda que la Asociación por su especialidad en productos culturales cuente con un registro documental sobre el carnaval (impreso y audiovisual) de reconocidos autores (p. ejem. Nina Friedman, videos de Gloria Triana) y con copia de la investigaciones realizadas en 1987 por Artesanías de Colombia (María G. Corradine, Lavinia Fiori).
- Se debe especializar la feria en productos del carnaval de alta calidad, orientados a los diversos segmentos de mercado: actores del carnaval (danzas, comparsas, disfraces, músicos, bailadores), espectadores, coleccionistas y turistas.

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.

- Brindar una intensa y amplia asesoría en diseño orientada al rescate y mejoramiento de productos tradicionales del carnaval utilizados por danzas, que tienen gran valor estético y cultural, pero que es necesario mejorar en su calidad, presentación, ergonomía: máscaras en papel, artefactos diversos, muñequería en diversos materiales, etc.
- Implementar un amplio y fuerte desarrollo y diversificación de productos mediante asesorías en diseño industrial y textil que permitan a las mipymes de artesanías del carnaval y los grupos folclóricos disponer de una oferta cualificada y novedosa de productos artesanales, orientada a segmentos diferentes del mercado durante el resto del año.
- Desarrollar cada microempresa y la Asociación una imagen y marca para los productos y servicios, a través de medios impresos como: afiches, folletos, etiquetas de productos, empaques y página web. Mientras tanto, la Asociación puede utilizar la página web de Artesanías de Colombia para promocionar el evento y sus productos. Para ello debe comunicarse con el Sistema de Información para la Artesanía, SIART, y escribir a siart@artesaniasdecolombia.com.co indagando por las condiciones para promover los productos en el link “Galería del artesano”, sin costo.
- Solicitar asesoría de diseñadores y expertos en exhibición de productos que garantice una mejor exposición y promoción de las diferentes líneas, evitando crear contaminación visual (p. ejem. cursos del SENA sobre vitrinismo).
- Reactivar algunas técnicas productivas tradicionales que tienden a desaparecer (p. ejem. papier maché), pero que tiene potencial en el mercado nacional e internacional.
- Diversificar la producción para que los artesanos dispongan de mercados más amplios y estables en el transcurso del año.
- Realizar talleres de relaciones humanas y convivencia para aprender a trabajar en equipo.
- Gestionar la consecución de un inmueble en comodato o donación ante el Distrito o las entidades que manejan los bienes inmuebles incautados al narcotráfico (Dirección Nacional de estupefacientes).
- Velar porque los diseñadores que se contraten conozcan a fondo la iconografía del carnaval en sus características (materiales, diseño, acabados, presentación, etc.) y puedan contribuir al mejorar el producto respetando su contexto cultural.
- Presentar en la feria videos sobre oficios de artesanías que sean pertinentes con los productos que se venden.

7.7 Ventajas y oportunidades de la Asociación Ponte la Máscara y el evento ferial:

- 7.7.1 El capital social: el gran talento y creatividad de artesanos, artistas y microempresarios de la cocina popular participantes en el evento.
- 7.7.2 La calidad humana y capacidad de trabajo del equipo directivo y asesor, celoso del carnaval y con buenas relaciones públicas y comunicación.
- 7.7.3 La posibilidad de formular y gestionar proyectos para mejorar la producción y comercialización de las mipymes asociadas.

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.

- 7.7.4 El buen posicionamiento del evento.
- 7.7.5 La presencia de la Asociación en la Casa del Carnaval, escenario central de organización y promoción de la fiesta.
- 7.7.6 La mejor organización actual de la feria en la distribución y amplitud de los stands (2.5 mt. X 2.5 mt.)
- 7.7.7 La mayor promoción y la más amplia acogida del público.
- 7.7.8 La creación de un himno que es orgullo de los asociados.

7.8 Productos presentes en la 17ª Feria de artesanías del carnaval Ponte la Máscara:

7.8.1 Productos en madera:

- Máscaras del carnaval talladas, según diseño tradicional de Galapa, de talleres asesorados por Artesanías de Colombia.
- Personajes del carnaval (danzantes) tallados en madera y pintados con esmaltes.
- Figuras zoomorfas alusivas al carnaval, talladas y pintadas con esmaltes, elaboradas en Galapa y asesoradas por Artesanías de Colombia.



Una gran ventaja: el talento y creatividad del artesano. Foto Aser Vega

- Ensamblajes de souvenirs de carnaval o folclor en general, en madera y con apliques en diversos materiales (cerámica, fibras vegetales).
- Artículos para oficina tallados en madera (abrecartas, portalápices, tarjeteros), de Galapa, asesorados por Artesanías de Colombia
- Bandejas y contenedores en madera pintados a mano y con apliques en resina, alusivos al carnaval.

7.8.2 Productos en papier maché: máscaras del carnaval en papel.

7.8.3 Productos en cerámica:

- Personajes del carnaval (cumbiamberos, músicos, congos, garabatos, toritos, capuchones, maríamoñitos, danzantes, disfraces, vendedoras de alegrías y frutas.
- Máscaras medianas y miniaturas para decoración o uso personal como colgantes, pintadas al frío y esmaltadas.

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.

- Contenedores con imágenes del carnaval y del folclor regional.



Conjunto vallenato en cerámica y máscaras de tela. Fotos Aser Vega

7.8.4 Máscaras en tela:

- Máscaras tradicionales en tela, de toro, mico, tigre, diablo, burro, chivo, productos diversificados por Artesanías de Colombia en 1988.
- Antifaces elaborados en satín y lentejuelas para disfraces de monocucos.

- 7.9 **Antifaces:** para bailes de fantasía, elaborados en papel y forrados en tela, con apliques en lentejuelas.



Antifaces, apliques en tela y aretes. Fotos Aser Vega

- 7.10 **Disfraces en tela:** disfraces tradicionales de monocuco, capuchón, marimonda, cumbiambera, etc. elaborados en satín.
- 7.11 **Camisetas:** de algodón, bordadas a máquina y decoradas con técnicas como: pintura textil plana, escarchada, metalizada, satinada, apliques en lamé y lentejuelas, estampación en altorrelieve, escarcha textil y papel foie, entre otras.

Evaluación de la 17a. Feria de Artesanías del carnaval “Ponte la Máscara 2006”.

- 7.12 **Muñequería:**
- Personajes del carnaval (maríamoñitos, negritas puloy, congos, monocucos, toritos, cumbiamberos, etc.) en lana, paño lenci, lamé, lentejuelas y vestidos con satín.
 - Muñecos en porcelanicron.
- 7.13 **Aplicques en tela:** figuras de la iconografía del carnaval en lamé, lentejuelas o bordadas o pintadas, para aplicar a capas de congos y garabatos o ropa informal.
- 7.14 **Accesorios de uso personal con motivos del carnaval:** aretes, pulseras, collares, prendedores, adornos de flores, tocados para la cabeza, cinturones, bolsos en tela de hamaca, yute y lienzo, mochilas, cachuchas, sombreros, sandalias, cotizas, pelucas, porta-celulares, elaborados en diversos materiales como telas satín, lamé, algodón, aluminio, fique, iraca, cañaflecha, cerámica, porcelanicrón, tagua, lentejuelas, etc.
- 7.15 **Accesorios para el hogar inspirados en el carnaval:** cojines en tela, vasos y copas para trago, portavasos, relojes de pared.
- 7.16 **Instrumentos musicales de cumbia:** tambores llamador y alegre, tambora, guasás, maracas, flautas y gaitas.
- 7.17 **Pintura al óleo:** en diferentes formatos y sobre diversidad de materiales (lienzo, cartón, papel, piedra, tela, ropa).
- 7.18 **Otros productos sin relación con el carnaval:**
- Bisutería en semillas (collares, pulseras).
 - Ruanas y chales en hilaza de algodón.
 - Instrumentos musicales que no pertenecen a la tradición del carnaval.
 - Lámparas.

**Aser Vega Camargo
Profesional
Subgerencia de Desarrollo**