



**CENTRO DE EXPOSICIONES Y NEGOCIOS
PLAZA DE LOS ARTESANOS**

**FERIA ARTESANAL MANOFACTO 2004
VII VERSION
Agosto 12 al 16**

Montaje	10 y 11 de agosto
Desmontaje	17 de agosto
	8:30 a.m. a 5:00 p.m.
Lugar	CENTRO DE EXPOSICIONES Y NEGOCIOS PLAZA DE LOS ARTESANOS
Dirección	Transversal 48 N° 63ª-52
Teléfonos	6311998 - 6304323, Telefax: 6607013
Correo	e-mail: plazaartesanos@artesaniasdecolombia.com.co
Duración en Horas:	45 horas (5 días) 10:00 a.m. – 7:00 p.m.
Rueda de Prensa	5 de agosto de 2004, 12:00 m – Auditorio (fecha sugerida por Oficina de Prensa)
Día de Inauguración	11 de agosto del 2004, 6:00 p.m.
Valor del Stand	220 Stands de 4mts2 \$425.000 37 Nichos de 5m2 \$480.000 Locales de comidas 8 locales de 12 mts2 \$530.000 2 locales de 15 mts2 \$635.000
Plazas de Exhibición:	
- Plaza 1:	PARA COCINAR Y SERVIR (Accesorios para mesa y cocina)
- Plaza 2:	PARA DECORAR Y JUGAR (Accesorios decorativos y juguetes)
- Plaza 3:	PARA UN HOGAR ESPECIAL (Objetos para el hogar)



- Plaza 4: **PARA LLEVAR Y LUCIR** (Accesorios Personales)
- Plaza 7: **PARA SEDUCIR Y ENCANTAR** (Joyería y Bisutería)
- Plaza 8: **PARA RESCATAR IDENTIDAD** (Comunidades Indígenas, comunidades tradicionales, fibras vegetales, instrumentos musicales)
- Plaza de comidas **PARA DEGUSTAR Y DELEITAR** (Comida Típica)

LOS ESPACIOS OFRECIDOS ESTAN DOTADOS DE

Paneles divisorios, 1 mesa, 2 sillas, 1 cubo , 1 spot Luz, 1 lámpara, conexión eléctrica , señalización (nombre del grupo que expone)

APERTURA DE CONVOCATORIA a través del correo electrónico, teléfono y “Word of Mouth”, Centro de Diseño (Bogotá, Armenia y Pasto, SIART, Subgerencia de Desarrollo.

FORMAS DE PAGO 50% Primer Pago (Hasta julio 8 del 2004)
50% Cancelación Saldo (Hasta julio 29 del 2004)

VALOR BOLETA

Visitantes	\$4.000
Estudiantes	\$2.000
Niños menores de 12 años	no pagan
Vehículos	\$4.000 (Sin limite de Tiempo)

VISITANTES ESPERADOS

Personas	20.000
Estudiantes	2.000
Vehículos	2.800

TOTAL VENTAS ESPERADAS \$800.000.000

PARTICIPANTES

Expositores

- 233 expositores productos artesanales
- 24 expositores de bocados
- 10 expositores en plaza de comidas
- 5 expositores en zonas libres

Coordinadores **Oficina de Coordinación Equipo Plaza de los Artesanos**
Comité Coordinación **Gerencia General, Subgerencia Administrativa,**
Subgerencia

Comercial y Subgerencia de Desarrollo, Oficina de Planeación

Recepción y Evaluación de **Centro de Diseño para la Artesanía – Plaza de**
Productos los Artesanos



Objetivo General Continuar acompañando el fortalecimiento del sector artesanal a nivel nacional, en los temas de la exhibición, promoción y mercadeo, de 277 expositores.

Metas

- Se esperan 20.000 visitantes
- Ventas de expositores por \$800.000.000
- Lograr la participación de 250 expositores a nivel nacional
- Lograr la participación de un 30% expositores regionales (fuera de Bogotá)

Beneficios que recibirán los expositores:

- Mejorar la capacidad de negociación
- Tener la oportunidad de atender clientes reales y conocer clientes potenciales, a nivel nacional e internacional.
- Adquirir información sobre el producto, a través del estudio de oferta y demanda que se realiza en cada evento.
- Mejorar algunas de las características del producto, en los temas de empaques, etiquetas, marcas, embalaje, volumen de producción, precio, color, tamaño, textura, etc.
- Compararse y ser comparado con la competencia.
- Crear una imagen para sus productos.
- Promocionar el producto, ante un mercado potencial de 20.000 personas aproximadamente.

Imagen creativa del evento: Con el fin de reducir costos, se iniciaron conversaciones con el SIART, para solicitar el apoyo en el diseño de la imagen que se manejará en este evento. Una vez aprobada la imagen, se analizaría que empresa y/o persona puede elaborar el comercial de televisión.

Estrategias

1. Fijar porcentajes de participación de área de productos, con el fin de tener una variada mezcla de productos y materiales.
2. Distribuir la muestra teniendo en cuenta los conceptos que se fijen para los seis espacios de exhibición y comercialización.
3. Establecer contacto con empresas tales como: Bellsouth, Comcel, OLA, entidades financieras como Banco Popular, y otras como Postobón Coca – Cola, Bavaria, con el fin de lograr patrocinios para el evento.
4. Lograr una variada programación cultural durante el evento.

Estrategias planteadas por la oficina de Fabiola Morera Comunicaciones



1. “Realización de desfiles artesanales, durante los cinco días de feria, siempre al medio día, teniendo en cuenta la emisión de los noticieros de televisión.
2. Replica de los Laboratorios de Diseño, para que se pueda tener información directa de la forma en que se lleva a cabo la selección de los artesanos.
3. Montaje de pequeños show room – talleres de demostración de oficios, en cada una de las plazoleas para destacar el trabajo hecho a mano.
4. Fabiola Morera sugiere convenir una reunión con la Directora del IDRD, María Angélica Pumarejo, para acordar alianzas estrategias y convertir la Feria Manofacto, en una de las actividades centrales de la programación del Festival de Verano. Así, como con el diario el Tiempo y City T.V., que son promotores de dicho festival.”

Sugerencias

1. Colocar en el diario el Tiempo, los días 12 y 14 de agosto, pata de 6 columnas por 5 cm de alto, en página impar primera sección o sección Bogotá.
2. Recatar el estudio de oferta y demanda que sé venia haciendo en estas ferias.