



**PROYECCION DE EVENTOS A REALIZARSE EN 2007  
EN EL  
CENTRO DE EXPOSICIONES Y NEGOCIOS  
PLAZA DE LOS ARTESANOS**

**FERIA ARTESANAL DEL EJE CAFETERO 2007  
VIII VERSION**

<b>Fecha:</b>	Abril 4 al 8 de 2007	
<b>Lugar</b>	CENTRO DE EXPOSICIONES Y NEGOCIOS PLAZA DE LOS ARTESANOS	
<b>Dirección</b>	Transversal 48 N° 63ª-52	
<b>Teléfonos</b>	6311998 - 6304323, Telefax: 6607013	
<b>Correo</b>	<a href="mailto:plazaartesanos@artesaniasdecolombia.com.co">plazaartesanos@artesaniasdecolombia.com.co</a>	
<b>Departamentos Participantes:</b>	Quindío, Caldas, Risaralda, Tolima y Valle	
<b>Duración en Horas:</b>	45 horas (5 días) 10:00 a.m. – 7:00 p.m.	
<b>Rueda de Prensa</b>	27 de Marzo de 2007, 12:00 m – Salón Restaurante	
<b>Día de Inauguración</b>	3 de Abril del 2007, 6:30 p.m. – Auditorio	
<b>Valor del Stand</b>	282 Stands de 4mts2	\$463.000
	47 Nichos de 5m2	\$522.000
	Locales de comidas	
	8 locales de 12 mts2	\$610.000
	2 locales de 15 mts2	\$690.000
<b>Plazas de Exhibición:</b>		
- Plaza 1 a 4:	PRODUCTOS ARTESANALES DE LA REGIÓN	
- Plaza 5:	EXHIBICIÓN DE “JEEPAOS”	
- Plaza 6:	BOCADOS TÍPICOS	
- Plaza 7:	OPERADORES TURÍSTICOS	
- Plaza 8:	TALABARTERÍA Y PRODUCTOS AFINES	
- Plaza de comidas	10 locales que se alquilarán a empresas y/o personas que presenten propuestas de comida típica de los Departamentos participantes	



**Los Espacios Ofrecidos  
Están Dotados De**

Paneles divisorios, 1 mesa, 2 sillas, 1 cubo , 1 Spot Luz, 1 lámpara, conexión eléctrica, señalización (nombre del taller y/o empresa que expone )

**Apertura de  
Convocatoria**

Esta actividad se realizará a través de correo Electrónico, teléfono y “Word of Mouth”, Laboratorio de Diseño Armenia, SIART, y Cámaras de Comercio, a través de la Subgerencia de Desarrollo.

Para lograr una mayor cobertura a nivel regional, se propone que la empresa que se contrate para manejar el tema de **Comunicaciones y Divulgación**, emita con el tiempo necesario, comunicaciones con destinos a periódicos y emisoras regionales.

**Fechas de  
Convocatoria**

Esta actividad será ejecutada por el Laboratorio de Diseño Armenia a través de reuniones con cada departamento según programación determinada por ellos.

**Recepción de  
Muestras**

Esta actividad se viene ejecutando desde el mes de Enero y tendrá fecha límite el 1 de Marzo de 2007

**Formas de Pago**

50% Primer Pago (Hasta Febrero 1 del 2007)  
50% Cancelación Saldo (Hasta Marzo 1 del 2007)

**Valor Boleta**

Adultos \$5.000  
Estudiantes \$2.500 (previa presentación de carnet vigente)  
Niños menores de 12 años no pagan  
Vehículos \$500 ¼ hora o fracción, a partir de 3 Horas \$4.000

**Visitantes Esperados**

Adultos 15.000  
Estudiantes 1.800  
Vehículos 3.600

**Total Ventas Esperadas**

\$750.000.000

**Participantes**

Expositores



- 224 Expositores
- 43 Expositores de Bocados Típicos
- 10 Expositores en Plaza de Comidas
- 5 Expositores en Zonas Libres

#### **Comité Coordinador**

Director Laboratorio de Diseño Armenia, Director Centro de Diseño Bogotá Coordinación Plaza de los Artesanos, Coordinador Operativo y de Montaje

#### **Recepción y Evaluación de Productos**

Laboratorio de Diseño Armenia

#### **Objetivo General**

Continuar acompañando el crecimiento del sector artesanal a nivel nacional, en los temas de la exhibición, promoción y mercadeo, de 282 expositores.

#### **Metas**

- Se esperan 17.000 aprox. Visitantes (Adultos y Estudiantes)
- Ventas de expositores por \$750.000.000
- Lograr la participación de 282 expositores a nivel regional
- Lograr la participación de un 20% nuevos expositores

#### **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.
- Consolidar marcas.
- Promocionar el producto, ante un mercado potencial de 17.000 personas aproximadamente.

#### **Imagen Creativa del Evento**

Dada la importancia que tiene el contar con material POP impreso para la respectiva divulgación, promoción, publicidad y el trabajo para concretar posibles convenios y/o alianzas con empresas, la Gerente General de Artesanías de Colombia propuso en el último Comité de la Plaza de Artesanos convocar a empresas que tengan experiencia en



estos temas para realizar contrato con la empresa que salga seleccionada con el objeto de manejar el tema de Comunicaciones y Divulgación de la Empresa.

Se espera que con esta decisión y aprobación se pueda contar con el material y la divulgación concerniente a cada feria con la anticipación requerida.

### **Estrategias**

1. Abrir un espacio para talleres que ya estén exportando y/o productos que tengan las características necesarias para exportar.
2. Fijar porcentajes de participación por área de productos, con el fin de tener una variada muestra de productos y materiales.
3. Distribuir la muestra teniendo en cuenta los conceptos que se fijen para los espacios de exhibición y comercialización.
4. Establecer contacto con entidades gubernamentales, empresas públicas y privadas, con el fin de lograr alianzas que permitan bajar los costos de la realización del evento.
5. Lograr una variada programación cultural durante el evento.
6. En el marco del evento desarrollar talleres de oficios regionales.
7. Convocar a operadores turísticos, productores de bocados típicos de la región, contactar a propietarios de “Jeepaos” o la asociación que los reúna.
8. Dada la afición equina que existe en esta región del país, se propone convocar a criadores de caballos para programar una exhibición de caballos de paso y a talabarteros y productos afines para ofrecerles espacios de participación en el evento ferial. Estas actividades permitirían convocar a un mayor número de personas .

### **Sugerencias**

1. Dada la baja asistencia que se viene presentando en ferias, se sugiere el diseño de una campaña publicitaria agresiva que permita llamar la atención en el mercado potencial a través de medios impresos y audiovisuales.
2. Rescatar el estudio de oferta y demanda que se venía haciendo en estas ferias.



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

### **FERIA DE LAS ARTES MANUALES 2007 V VERSIÓN**

<b>Fecha:</b>	Abril 27 a Mayo 01 de 2007	
<b>Lugar</b>	CENTRO DE EXPOSICIONES Y NEGOCIOS PLAZA DE LOS ARTESANOS	
<b>Dirección</b>	Transversal 48 N° 63ª-52	
<b>Teléfonos</b>	6311998 - 6304323, Telefax: 6607013	
<b>Correo</b>	<a href="mailto:plazaartesanos@artesaniadecolombia.com.co">plazaartesanos@artesaniadecolombia.com.co</a>	
<b>Departamentos Participantes:</b>	Feria a nivel Nacional	
<b>Duración en Horas:</b>	45 horas (5 días) 10:00 a.m. – 7:00 p.m.	
<b>Rueda de Prensa</b>	18 de Abril de 2007, 12:00 m – Salón Restaurante	
<b>Día de Inauguración</b>	26 de Abril del 2007, 6:30 p.m. – Auditorio	
<b>Valor del Stand</b>	182 Stands de 4mts2	\$463.000
	32 Nichos de 5m2	\$522.000
	Locales de comidas	
	8 locales de 12 mts2	\$610.000
	2 locales de 15 mts2	\$690.000
<b>Plazas de Exhibición:</b>		
- Plazas 1 a 5:	PRODUCTOS DE LAS ARTES MANUALES	
- Plaza 6:	INSTITUCIONAL	
- Plaza 7:	BOCADOS TÍPICOS	
- Plaza 8:	ÁREA DE TALLERES Y LÚDICA	
- Plaza de comidas	10 locales que se alquilarán a empresas y/o personas que presenten propuestas de comidas rápidas y gastronomía en general.	



**Los Espacios Ofrecidos  
Están Dotados De**

Paneles divisorios, 1 mesa, 2 sillas, 1 cubo , 1 Spot Luz, 1 lámpara, conexión eléctrica, señalización (nombre del taller y/o empresa que expone )

**Apertura de  
Convocatoria**

Esta actividad se realizará a través de correo Electrónico, teléfono y “Word of Mouth”, Laboratorios de Diseño Bogotá, Manizales, Armenia y Pasto, SIART, y Cámaras de Comercio y proyectos adelantados a través de la Subgerencia de Desarrollo.

Para lograr una mayor cobertura a nivel regional, se propone que la empresa que se contrate para manejar el tema de **Comunicaciones y Divulgación**, emita con el tiempo necesario, comunicaciones con destinos a periódicos y emisoras regionales.

**Fechas de  
Convocatoria**

Esta actividad será ejecutada por los Laboratorios de Diseño y la Subgerencia de Desarrollo a partir del 01 de Febrero de 2007, dada la experiencia de años anteriores referente a los comentarios de los participantes obtenidos en el Centro de Diseño de Bogotá, en los que las personas interesadas no tenían el tiempo suficiente para preparar las muestras destinadas a cada feria.

**Recepción de  
Muestras**

Esta actividad se ejecutará a partir del 01 de Febrero y tendrá fecha límite el 30 de Marzo de 2007

**Formas de Pago**

50% Primer Pago (Hasta Febrero 23 del 2007)  
50% Cancelación Saldo (Hasta Marzo 23 del 2007)

**Valor Boleta**

Adultos \$5.000  
Estudiantes \$2.500 (previa presentación de carnet vigente)  
Niños menores de 12 años no pagan  
Vehículos \$500 ¼ hora o fracción, a partir de 3 Horas \$4.000

**Visitantes Esperados**

Adultos 10.000



Estudiantes 2.000  
Vehículos 2.500

**Total Ventas Esperadas** \$300.000.000

**Participantes**

Expositores

- 182 Expositores de Productos Manuales
- 32 Expositores de Bocados Típicos
- 10 Expositores en Plaza de Comidas

**Comité Coordinador**

Gerencia General y Miembros del Comité de la Plaza, Coordinador Operativo y de Montaje Profesional Gerencia – Coordinadora Siart y Director Centro de Diseño Bogotá.

**Recepción y Evaluación de**

Centro de Diseño Bogotá y Laboratorios de Diseño Armenia, Manizáles y Pasto

**Productos**

**Concepto de Manualidad**

Es importante resaltar que **no todo lo hecho a mano es artesanía**, ya que podemos encontrar igualmente productos que involucran un trabajo manual, los cuales en su mayoría se basan en la decoración o aplicaciones decorativas de piezas precreadas (por otros) seriadas de producción industrial. Estos productos se dan, porque muchas veces el artesano no se apropia completamente de la técnica y continua elaborando los mismos modelos que se aprenden en los cursos, que de manera abundante se ofrecen en el mercado o que se copian de revistas de manualidades, utilizando en su mayoría códigos culturales foráneos. Así mismo puede haber preferencia por materiales sintéticos, aunque también son utilizados los de origen natural. Este tipo de productos se denomina **Manualidad** y no se consideran productos **Artesanales** (tomado de documento informativo Laboratorio de Diseño – Bogotá).

**Objetivo General**

Continuar con el fortalecimiento de la oferta productiva y comercial del sector de las artes manuales a nivel nacional.

**Objetivos Específicos**

- Abrir un espacio para la exhibición, promoción y comercialización de productor del sector de las manualidades.
- Motivar la creación de nuevos puestos de trabajo a través de la formación de las microempresas dedicadas a esta actividad.
- Capacitar tanto a los expositores como a los visitantes en las diferencias entre el sector artesanal y el sector de las artes manuales.
- Estimular el posicionamiento de este sector en el mercado nacional e internacional.
- Estimular la producción de alta calidad para este sector, el cual ocupa una importante cantidad de mano de obra.



### **Metas**

- Lograr alianzas estratégicas que tengan relación con el sector de las Artes Manuales
- Generar un 70% de ventas de los productos exhibidos y promocionados
- Lograr la asistencia diaria de 2.400 aprox. Visitantes (Adultos y Estudiantes)
- Lograr ventas de expositores por \$300.000.000
- Lograr la participación de 224 expositores a nivel nacional
- Lograr la participación de un 20% nuevos expositores

### **Beneficios que recibirán los expositores:**

- Promoción del producto a un mercado potencial de 12.000 personas aproximadamente, que puedan observar y demandar durante cinco días, los artículos ofrecidos.
- Los expositores tendrán la oportunidad de atender clientes existentes y posibles compradores.
- Mejorar su capacidad de negociación.
- Hacer contactos con compradores nacionales e internacionales.
- 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.
- Consolidar marcas.

### **Productos y Materiales que se Exhibirán**

- Manualidades en general: Lencería (diferentes bordados y técnicas), Tejidos, Pintura en diferentes técnicas y materiales, Tarjetería, Repujado en lámina, Piñatería, Pasamanería, Empaques, Bisutería (diferentes técnicas), Pasta de sal, Porcelanicrom, Plastilina, recordatorios para diferentes ocasiones, repostería, Arreglos florales, entre otras.
- Se tendrá una plaza de exhibición destinada a las empresas y/o personas que oferten: materias primas, insumos, maquinaria y servicios para el sector de las manualidades.

### **Imagen Creativa del Evento**

Dada la importancia que tiene el contar con material POP impreso para la respectiva divulgación, promoción, publicidad y el trabajo para concretar posibles convenios y/o alianzas con empresas, la Gerente General de Artesanías de Colombia propuso en el último Comité de la Plaza de Artesanos convocar a empresas que tengan experiencia en estos temas para realizar contrato con la empresa que salga seleccionada con el objeto de manejar el tema de Comunicaciones y Divulgación de la Empresa.

Se espera que con esta decisión y aprobación se pueda contar con el material y la divulgación concerniente a cada feria con la anticipación requerida.

### **Estrategias**

1. Elaborar cuadros de talleres por técnicas. Actividad que viene dando resultados dado el interés de las personas que laboran en este campo de actualización sobre las diferentes técnicas que maneja.



2. Fijar porcentajes de participacion por área de productos, con el fin de tener una variada muestra de productos y materiales.
3. Distribuir la muestra teniendo en cuenta los conceptos que se fijen para los espacios de exhibición y comercialización.
4. Establecer contacto con entidades afines al sector, con el fin de concretar alianzas.
5. Lograr una variada programación cultural durante el evento.

### **Sugerencias**

Dada la baja asistencia que se viene presentando en ferias, se sugiere el diseño de una campaña publicitaria agresiva que permita llamar la atención en el mercado potencial a través de medios impresos y audiovisuales.

1. Rescatar el estudio de oferta y demanda que sé venía haciendo en estas ferias.



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

### **FERIA ARTESANAL MANOFACTO 2007 X VERSION**

<b>Fecha:</b>	Agosto 3 al 7 de 2007	
<b>Lugar</b>	CENTRO DE EXPOSICIONES Y NEGOCIOS PLAZA DE LOS ARTESANOS	
<b>Dirección</b>	Transversal 48 N° 63 <sup>a</sup> -52	
<b>Teléfonos</b>	6311998 - 6304323, Telefax: 6607013	
<b>Correo</b>	<a href="mailto:plazaartesanos@artesaniasdecolumbia.com.co">plazaartesanos@artesaniasdecolumbia.com.co</a>	
<b>Departamentos Participantes:</b>	Todos los Departamentos del País	
<b>Duración en Horas:</b>	45 horas (5 días) 10:00 a.m. – 7:00 p.m.	
<b>Rueda de Prensa</b>	25 de Julio de 2007, 12:00 m – Salón Restaurante	
<b>Día de Inauguración</b>	2 de Agosto de 2007, 6:30 p.m. – Auditorio	
<b>Valor del Stand</b>	282 Stands de 4mts <sup>2</sup>	\$463.000
	47 Nichos de 5m <sup>2</sup>	\$522.000
	Locales de comidas	
	8 locales de 12 mts <sup>2</sup>	\$610.000
	2 locales de 15 mts <sup>2</sup>	\$690.000
<b>Plazas de Exhibición:</b>		
- Plaza 1:	TALLERES DE DEMOSTRACIÓN DE OFICIO Y ÁREA LÚDICA	
- Plazas 2,3,4, 6 y 7:	PRODUCTOS ARTESANALES A NIVEL NACIONAL	
- Plaza 5:	BOCADOS TÍPICOS	
- Plaza 8:	PARA RESCATAR IDENTIDAD: Donde se exhibirían y comercializarían objetos de la cultura material de los grupos indígenas participantes	
- Plaza de comidas	10 locales que se alquilarán a empresas y/o personas que presenten propuestas de comida típica de los diferentes departamentos participantes	



**Los Espacios Ofrecidos  
Están Dotados De**

Paneles divisorios, 1 mesa, 2 sillas, 1 cubo , 1 Spot Luz, 1 lámpara, conexión eléctrica, señalización (nombre del taller y/o empresa que expone )

**Apertura de  
Convocatoria**

Esta actividad se realizará a través de correo Electrónico, teléfono y “Word of Mouth”, Laboratorios de Diseño Bogotá, Armenia, Manizáles y Pasto SIART, y Cámaras de Comercio y personas vinculadas a proyectos que se realizan a través de la Subgerencia de Desarrollo.

Para lograr una mayor cobertura a nivel regional, se propone que la empresa que se contrate para manejar el tema de **Comunicaciones y Divulgación**, emita con el tiempo necesario, comunicaciones con destinos a periódicos y emisoras regionales.

**Fechas de  
Convocatoria**

Esta actividad será ejecutada por los Centros de Diseño Bogotá, Armenia, Manizáles y Pasto y la Subgerencia de Desarrollo a partir de Abril 10 de 2007, se realizará otra el 16 de Mayo de 2007 y por último 14 de Julio de 2007.

**Recepción de  
Muestras**

Esta actividad ejecutará a partir del 30 de Abril de 2007 hasta el 30 de Junio de 2007

**Formas de Pago**

50% Primer Pago (Hasta Mayo 16 de 2007)  
50% Cancelación Saldo (Hasta Junio 30 de 2007)

**Valor Boleta**

Adultos \$5.000  
Estudiantes \$2.500 (previa presentación de carnet vigente)  
Niños menores de 12 años no pagan  
Vehículos \$500 ¼ hora o fracción, a partir de 3 Horas \$4.000

**Visitantes Esperados**

Adultos 15.000  
Estudiantes 2.000  
Vehículos 3.200

**Total Ventas Esperadas**

\$700.000.000



## **Participantes**

### Expositores

- 282 Expositores
- 47 Expositores de Bocados Típicos
- 10 Expositores en Plaza de Comidas

## **Comité Coordinador**

Gerencia General y Miembros del Comité de la Plaza, Coordinador Operativo y de Montaje Profesional Gerencia – Coordinadora Siart y Director Centro de Diseño Bogotá, Armenia, Manizáles y Pasto.

## **Recepción y Evaluación de**

Centros de Diseño Bogotá, Armenia, Manizáles y Pasto

## **Productos**

### **Objetivo General**

Continuar acompañando el crecimiento del sector artesanal a nivel nacional, en los temas de la exhibición, promoción y mercadeo.

### **Metas**

- Se esperan 17.000 aprox. Visitantes (Adultos y Estudiantes)
- Ventas de expositores por \$700.000.000
- Lograr la participación de 339 expositores a nivel nacional
- Lograr la participación de un 30% de expositores regionales (fuera de Bogotá)
- Lograr la participación de un 20% de nuevos expositores

### **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.
- Rescatar el estudio de oferta y demanda que se realizaba 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.
- Consolidar marcas.
- Promocionar el producto, ante un mercado potencial de 17.000 personas aproximadamente.

### **Imagen Creativa del Evento**

Dada la importancia que tiene el contar con material POP impreso para la respectiva divulgación, promoción, publicidad y el trabajo para concretar posibles convenios y/o alianzas con empresas, la Gerente General de Artesanías de Colombia propuso en el último Comité de la Plaza de Artesanos convocar a empresas que tengan experiencia en



estos temas para realizar contrato con la empresa que salga seleccionada con el objeto de manejar el tema de Comunicaciones y Divulgación de la Empresa.

Se espera que con esta decisión y aprobación se pueda contar con el material y la divulgación concerniente a cada feria con la anticipación requerida.

### **Estrategias**

1. Abrir un espacio para talleres que ya estén exportando y/o productos que tengan las características necesarias para exportar.
2. Fijar porcentajes de participación por área de productos, con el fin de tener una variada muestra de productos y materiales.
3. Distribuir la muestra teniendo en cuenta los conceptos que se fijan para los espacios de exhibición y comercialización.
4. Establecer contacto con entidades gubernamentales, empresas públicas y privadas, con el fin de lograr alianzas que permitan bajar los costos de la realización del evento.
5. Lograr una variada programación cultural durante el evento.
6. En el marco del evento desarrollar talleres de oficios.

### **Sugerencias**

1. Dada la baja asistencia que se viene presentando en ferias, se sugiere el diseño de una campaña publicitaria agresiva que permita llamar la atención en el mercado potencial a través de medios impresos y audiovisuales.
2. Rescatar el estudio de oferta y demanda que se venía haciendo en estas ferias.



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

### **FERIA DEL SUROCCIDENTE COLOMBIANO 2007 II VERSION**

<b>Fecha:</b>	Octubre 4 al 7 de 2007	
<b>Lugar</b>	CENTRO DE EXPOSICIONES Y NEGOCIOS PLAZA DE LOS ARTESANOS	
<b>Dirección</b>	Transversal 48 N° 63ª-52	
<b>Teléfonos</b>	6311998 - 6304323, Telefax: 6607013	
<b>Correo</b>	<a href="mailto:plazaartesanos@artesaniasdocolombia.com.co">plazaartesanos@artesaniasdocolombia.com.co</a>	
<b>Departamentos Participantes:</b>	Valle del Cauca, Nariño, Cauca y Putumayo	
<b>Duración en Horas:</b>	45 horas (5 días) 10:00 a.m. – 7:00 p.m.	
<b>Rueda de Prensa</b>	26 de Septiembre de 2007, 12:00 m – Salón Restaurante	
<b>Día de Inauguración</b>	3 de Octubre de 2007, 6:30 p.m. – Auditorio	
<b>Valor del Stand</b>	282 Stands de 4mts <sup>2</sup>	\$463.000
	47 Nichos de 5m <sup>2</sup>	\$522.000
	Locales de comidas	
	8 locales de 12 mts <sup>2</sup>	\$610.000
	2 locales de 15 mts <sup>2</sup>	\$690.000
<b>Plazas de Exhibición:</b>		
- Plaza 1:	TALLERES DE DEMOSTRACIÓN DE OFICIO Y ÁREA LÚDICA	
- Plazas 2,3,4,7 y 8:	PRODUCTOS ARTESANALES DE LA REGIÓN	
- Plaza 5:	EXPOSICIÓN DE ARTISTAS DE LA REGIÓN	
- Plaza 6:	BOCADOS TÍPICOS	
- Plaza de comidas	10 locales que se alquilarán a empresas y/o personas que presenten propuestas de comida típica de los diferentes departamentos participantes	



**Los Espacios Ofrecidos  
Están Dotados De**

Paneles divisorios, 1 mesa, 2 sillas, 1 cubo , 1 Spot Luz, 1 lámpara, conexión eléctrica, señalización (nombre del taller y/o empresa que expone )

**Apertura de  
Convocatoria**

Esta actividad se realizará a través de correo Electrónico, teléfono y “Word of Mouth”, Laboratorio de Diseño Pasto. Siart y Subgerencia de Desarrollo a través de los proyectos que tenga en la zona.

Para lograr una mayor cobertura a nivel regional, se propone que la empresa que se contrate para manejar el tema de **Comunicaciones y Divulgación**, emita con el tiempo necesario, comunicaciones con destinos a periódicos y emisoras regionales.

**Fechas de  
Convocatoria**

Esta actividad será ejecutada por el Laboratorio de Diseño de Pasto, a partir de reuniones con cada departamento según programación determinada por ellos.

**Recepción de  
Muestras**

Esta actividad ejecutará a partir del 28 de Febrero de 2007 hasta el 7 de Septiembre de 2007

**Formas de Pago**

50% Primer Pago (Hasta Julio 18 de 2007)  
50% Cancelación Saldo (Hasta Julio 31 de 2007)

**Valor Boleta**

Adultos \$5.000  
Estudiantes \$2.500 (previa presentación de carnet vigente)  
Niños menores de 12 años no pagan  
Vehículos \$500 ¼ hora o fracción, a partir de 3 Horas \$4.000

**Visitantes Esperados**

Adultos 15.000  
Estudiantes 2.000  
Vehículos 3.200

**Total Ventas Esperadas**

\$300.000.000

**Participantes**

Expositores  
• 282 Expositores



- 47 Expositores de Bocados Típicos
- 10 Expositores en Plaza de Comidas

### **Comité Coordinador**

Gerencia General y Miembros del Comité de la Plaza, Coordinador Operativo y de Montaje Profesional Gerencia – Coordinadora Siart y Director Laboratorio de Diseño Pasto.

### **Recepción y Evaluación de Productos**

Laboratorio de Diseño Pasto

### **Objetivo General**

Desarrollar un evento social – comercial, que contribuya a posicionar marcas, servicios y productos de los departamentos del Valle del Cauca, Cauca, Nariño y Putumayo y a promocionar el turismo cultural y natural del Suroccidente del país.

### **Metas**

- Se esperan 17.000 aprox. Visitantes (Adultos y Estudiantes)
- Ventas de expositores por \$300.000.000
- Lograr la participación de 339 expositores a nivel nacional
- Lograr la participación de un 20% de nuevos expositores

### **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.
- Rescatar el estudio de oferta y demanda que se realizaba 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.
- Consolidar marcas.
- Promocionar el producto, ante un mercado potencial de 17.000 personas aproximadamente.

### **Imagen Creativa del Evento**

Dada la importancia que tiene el contar con material POP impreso para la respectiva divulgación, promoción, publicidad y el trabajo para concretar posibles convenios y/o alianzas con empresas, la Gerente General de Artesanías de Colombia propuso en el último Comité de la Plaza de Artesanos convocar a empresas que tengan experiencia en estos temas para realizar contrato con la empresa que salga seleccionada con el objeto de manejar el tema de Comunicaciones y Divulgación de la Empresa.

Se espera que con esta decisión y aprobación se pueda contar con el material y la divulgación concerniente a cada feria con la anticipación requerida.



### **Estratégias**

1. Fijar porcentajes de participación por área de productos, con el fin de tener una variada muestra de productos y materiales.
2. Distribuir la muestra teniendo en cuenta los conceptos que se fijan para los espacios de exhibición y comercialización.
3. Establecer contacto con entidades gubernamentales, empresas públicas y privadas, con el fin de lograr alianzas que permitan bajar los costos de la realización del evento.
4. Lograr una variada programación cultural durante el evento.
5. En el marco del evento desarrollar talleres de oficios.
6. Contactar con la debida anticipación a los organizadores del Carnaval de Blancos y Negros para lograr incluir una muestra de este bello carnaval, contactar a los organizadores de la Semana Santa del Cauca, de igual manera a los organizadores del Carnaval del Perdón del Putumayo dentro de la programación cultural de la Feria, convirtiéndose de gran atractivo para los visitantes del evento tal como sucedió en la Primera versión. Los anteriores eventos deleitaron a los asistentes con sus ritos, ritmos y bailes.
7. Elaborar programación de talleres de oficio característicos de la región.
8. Motivar a operadores turísticos de la región para hacer la divulgación y movilización de personas al evento.

### **Sugerencias**

1. Sería interesante contactar a Lida Ester Arturo en la ciudad de Cali, para contar con el evento denominado "La Ronda de los Títeres". Igualmente se sugiere contactar al director de Incolballet.
2. Dada la baja asistencia que se viene presentando en ferias, se sugiere el diseño de una campaña publicitaria agresiva que permita llamar la atención en el mercado potencial a través de medios impresos y audiovisuales.
3. Rescatar el estudio de oferta y demanda que se venía haciendo en estas ferias.