

**Convenio de Cooperación suscrito entre el Departamento
de Cundinamarca - Secretaria de Planeación y
Artesanías de Colombia S.A.**

***Proyecto Fomento a la
comercialización de la Artesanía
de Cundinamarca, a nivel nacional
e internacional***



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Objetivo general:

Fomentar la artesanía del Departamento de Cundinamarca mediante la estrategia de participación en eventos feriales especializados en el tema, a nivel nacional e internacional



Proceso de selección

Convocatoria a 150 talleres de artesanos del departamento: bases de datos
Gobernación y Artesanías de Colombia.

Plaza de los Artesanos:

- Presentación del convenio
- Selección y evaluación de productos

Preselección de 64 talleres



Jornada de Presentación y preselección



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Evaluación de producto y recomendaciones



artesanas de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





Búsqueda de eventos feriales

Distribución de grupos por destino

**Conferencias sobre mercado relacional,
consumo, participación en ferias**

Selección de delegados a Ferias



Resultados



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Divulgación y promoción

Marca



cundina**MARCA**
a r t e s a n a l



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Diseño de Empaque

Empaque tipo flexib

Referencia 1:
50 X 60 X 20 cms.

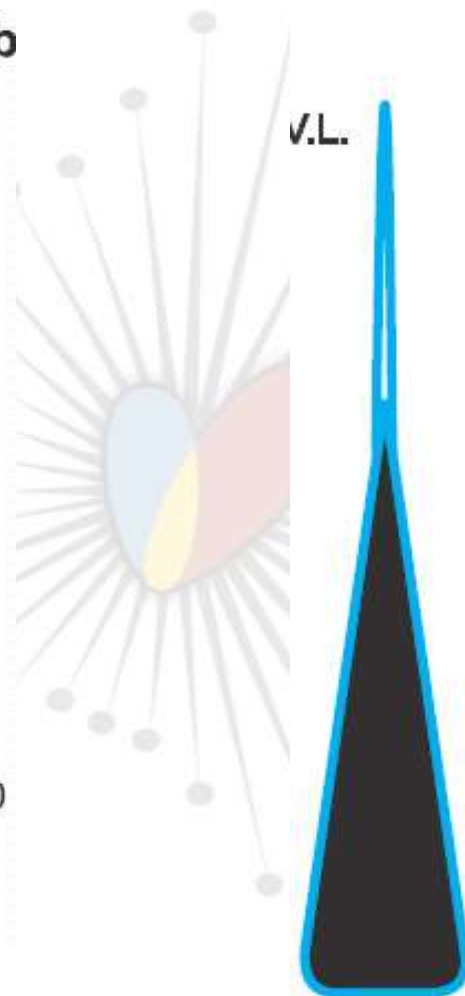
Referencia 2:
30 X 40 X 15 cms.

Material:
Cambel Negro
con ribete cambel cyan

Especificaciones:
Refuerzo en los bordes
superiores y en la
costura de la manija.

Impresión:
Tipo screen a 4 tintas
C 100 M 100 Y 100 B 100

Cliente:
Cundinamarca Artesanal



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Tarjeta de presentación



Catálogo de productos



artesanas de Colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Madera Bersus Objetos

Jorge bernal Montes
Calado en madera



Idear

Alba Consuelo Balser Martínez
Moda / Accesorios
8 64 06 98 / 311 446 29 20
Cota

Agave

Clara Ines Sanchez
Moda/Vestuario
311 466 21 41 / 310 478 94 27
Fomeque

Ale Artesanías

Aleyda Maria León
Moda / Bisutería
8 68 65 13 / 310 854 06 65
Arbelaez

Asarvu

Abigail Gómez
Moda y accesorios
8 55 20 77/310 750 95 53
Ubate

Aleyda Gutierrez Rodriguez

Aleyda Gutierrez Rodriguez
Cerámica Mesa y cocina
8 68 63 98 / 310 230 74 86
Arbelaez

Artemis

Armando Sanabria
Cerámica Decorativa
316 434 72 38
Tábio

Asociación de artesanos de Cachipai Ecoartes

Jesús Orlando Sandoval
Moda y accesorios / Bisutería
8 44 32 50 /313 463 92 65
Cachipai

Asociación de artesanas de la calera

Lilia Escobar de Roso Arca-
Moda-hogar
8 60 21 37
La Calera

Asociación amigos artesanos de Zipaquirá

Ana Lucelida Torres Velasquez
Joyería / Accesorios
8 53 65 07
Zipaquirá

Directorio



Catálogo/Catalogue



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Galería de Artesanos:

Talleres publicados a la fecha

- Agave agavecol@hotmail.com
- Glomarr Éxitos glomarrexitos@gmail.com
- Fray Angelico frayangelicocomerce@yahoo.com
- Objetos en Totumo
carlosriaga@objetosdetotumo.net
- Raíces artesaniasamarte@hotmail.com



Lunes Abril 7, 2008



Búsqueda... Buscar

BUSCADOR Powered by Google

Registro

Usuario
Clave
Ingresar

- ▶ Registrarme
- ▶ Olvidé mi Clave

Opine

Se le ha facilitado la consulta de información en este portal web

Bastante

Noticias

Cartillas para la producción sostenible

Artesanías de Colombia, comprometida con el desarrollo sostenible del sector, la permanencia de los oficios, su proyección entre las nuevas generaciones y la búsqueda de mercados diferenciados para los productos, pone a dispo...

[más información]



Galería 2007... - Windows Internet Explorer proporcionado por Windows uE

http://www.artesantiasdecolombia.com.co/cliente/servicios/galeria2007/index.ht

Yahool Search

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Galería 2007...

Productos Oficinas Talleres



La
Galería
Muestra Artesanal
en línea

Inicio | Info final | 2 Micro... | programa... | Resultad... | Microsoft... | 2 Inte... | 06:03 p.m.



Directorio:: - Windows Internet Explorer proporcionado por Windows uE

http://www.artesantiasdecolombia.com.co/cliente/servicios/galeria2007/directori

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Directorio::

F -

- Fildera
- Fitilefas
- Gitanos de Colombia
- Glomarr Exitos
- Joyas Mar-Ya
- Juam de Papel
- Fray Angelico

la

Inicio Info final 2 Micro... programa... Resultad... Microsoft... 2 Inte... 06:05 p.m.





Fray Angelico

"FRAY ANGELICO hace todo a mano de principio a fin. Conjuga materiales refractarios y esmaltes no tóxicos con altas temperaturas, logrando productos de gran resistencia. Lavamanos, Baldosas y Vajillas pintadas a mano con diseños exclusivos y colores vibrantes: paleta única en el mundo de la cerámica



Datos de Contacto:



URL: Dirección: Cota, Cundinamarca
E mail: frayangelicomerce@yahoo.com

cerrar X





***Feria Nacional
VII Feria de Artesanías
exportables
en Cartagena***



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Fecha : 3 al 10 de enero

Ubicación: Hotel Almirante estelar

Mts2: 12

Visitantes: 5000 personas diarias.

Público objetivo: Extranjeros (Canadá,
E.U. europeos, latinos y nacionales

Expositores: Artesanos colombianos



Artesanos participantes

Alba Consuelo Balsero Martinez	Idear	consuelobalsero@hotmail.com
Carlos Riaga	No Comun	carlosriaga@objetosdetotumo.net
Gavino Hernández	Tejidos Hernández	adrinana06@yahoo.es
Pilar Sanchez de Varela	El arte del artesano	elartedelartesano@hotmail.com
Mercedes Marin Nieto	Fray Angelico Cerámicas	frayangelicomerce@yahoo.com
Herminia Rosado Urbiales	Sensibilidad Artesanal Ltda	sensibilidadartesanal@hotmail.com
Jose Jimmy Morales Aldana	Jireh Fashion IH DC	marjiaris@hotmail.com
Lilia Escobar de Roso	Arca-Asociación de artesanas de la calera	rozoliliana@hotmail.com
Patricia del Pilar Bonilla	Tejidos y Bordados Lukas	patriboga1@hotmail.com

No participaron 7 talleres de 16



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Organización para la Feria

Reuniones de Coordinación y acuerdos:

- a) Cada artesano asumía envío de la mercancía**
- b) Aportarían cuota para gastos**
- c) Aprobaban descuento sobre ventas**
- d) Mercancía devuelta pago contra entrega**
- e) Delegación para atención en el Stand**





Diseño del Stand



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Resultados

- Visitantes: Estrato alto de Cartagena, Cali, Valledupar, Barranquilla y extranjeros hospedados en el hotel.
- No se cumplieron las expectativas de ventas para varios expositores. Bajas ventas frente a eventos anteriores.
- Ubicación de stands en tercer nivel y falta de señalización incidió en bajo flujo de compradores
- Falsas expectativas con respecto a cruceros
- Actitud negativa y desobligante de la organización del evento ante reclamaciones



- Productos repetidos en varios stands
- Buena aceptación de la mayor parte de los productos por los visitantes
- Dos ferias populares en simultánea, con mayor acceso a los turistas (zona histórica – torre del reloj y Chambacú)
- Delegados comprometidas con toda la logística (montaje, desmontaje, atención).
- Los artesanos participantes sugieren tomar medidas acerca de los que incumplieron compromisos



- Confianza de los artesanos sobre el criterio de Artesanías de Colombia sobre la selección de los productos y su calidad
- Zapatos en croché (hombre) productos más preguntados
- Turistas Italianas compraron ruanas de lana. A pesar del clima los productos de lana tuvieron salida
- Gustó la joyería en plata con “ámbar” y cacho, los tapetes y bolsos de fique, las hamacas con macramé, los productos de totumo por diseño y la cerámica por color y decoración.



- En las “Bóvedas” reciben mercancía en consignación y a muy bajo precio
- Los almacenes de artesanías son poco receptivos para los productos ofrecidos
- Se hicieron nuevos contactos

Artesanos recomiendan a organizadores del evento:

- a) Buscar más estrategias de mercado
- b) Estructurar mejor logística del evento
- c) Incluir señalización e información a los visitantes.
- d) Selección minuciosa de participantes para evitar duplicidad
- e) Ubicar los stand en sitios con mejor acceso al público.



***“Agradecemos a Artesanías de Colombia y a la
Gobernación de Cundinamarca por el
apoyo y asesoría prestada, sin lo cual las
artesanías de cundinamarca no serían
reconocidas a nivel nacional.***

***Sea esta la oportunidad para solicitar apoyo
patrocinando la participación en otras
ferias”***

Herminia Rosado - Lilia Escobar de Rozo



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Resumen de ventas

1. **TEJIDOS HERNANDEZ - telar en lana - \$423.200.**
2. **ARCA - Telar y Croché - \$700.000.**
3. **TALLER NO COMUN - Totumo - \$150.000**
4. **FRAY ANGELICO CERAMICA - Cerámica - \$293.000**
5. **YIRETH FASHION - Joyería y bisutería - \$697.000**
6. **IDEAR - Crochet - \$330.000**
7. **SENSIBILIDAD ARTESANAL - Crochet - \$787.000**
8. **LUKAS - Crochet, macramé y bordados - \$477.000**
9. **ARTE DEL ARTESANO - CHAPILLA - \$0**

Total Ventas \$3'957.700



Ferias Internacionales



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Relación de Productos de cada artesano

DESTINO		FERIA DE ORLANDO Y/O MIAMI				
FECHA ENTREGA DE PRODUCTO EN BODEGA		ENERO DE 2007				
NOMBRE DEL ARTESANO		SARA CASTRO				
NOMBRE DEL TALLER		SARA CASTRO				
CANT.	REFERENCIA	PRODUCTO	PRECIO DE VENTA US	ESPECIFICACIONES		
				Medidas (cms)	Peso (Kgs)	Materiales
6	J-AAA-1 a 6	Chaquetas	100	Tallas S/M/L/XL	260 gr	Cotton
6	C-AA-1 a 6	Abrigos	200	Tallas S/M/L/XL	400 gr	Cotton
6	Ch-A-1 a 6	Chalecos	65	Tallas S/M/L/XL	135 gr	Cotton
12	Bg-A-1 a 12	Bolsos	40	30x25 cm2	100 gr	Cotton
30			\$ 2.670			



PLANILLA DE VENTAS DIARIAS

PARTICIPACIÓN

EN: _____

DEL AL DE 200

Artículo	Fecha de venta	Nombre del Taller	Cantidad	Valor

Elaborado por: _____



Herramientas de seguimiento y control

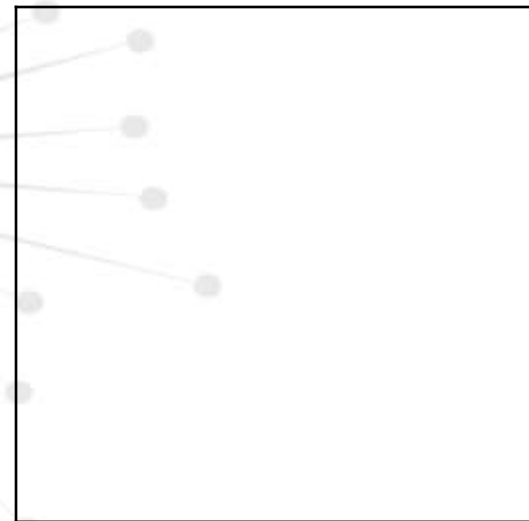
Ficha de contactos

Feria

Fecha

Contacto

Interés



Tarjeta contacto



LISTA DE EMPAQUE DE LA CIA

PROVEEDOR	MATERIAL	CAJA	DIMENSION CENTIMETROS			DESCRIPCION	POSICION ARANCELARIA	PESO VOL K	PESO NETO K	PESO BRUTO	CANT	VALOR USD
		No.	L	A	A							
ANA VICTORIA GUZMAN DE PINZON	GALON DE SEDA	1	30	21	41	CHALES TEJIDOS A MANO	62,14,10,00,00	4,31	25	26,50		
						Chal					12	165
						Cinturon en cuero y galón					4	20



Feria Internacional del Libro de Guadalajara

Fecha: 24 de noviembre al 2 de diciembre
Ubicación: Centro de Exposiciones de Guadalajara
Mts2: 150
Visitantes: 500.000 mil personas

Público objetivo: Personas interesadas en expresiones culturales, admiradores de la diferencia, con buen nivel de educación y conciencia social.

Expositores: El stand de Artesanías de Colombia fue único con muestra artesanal colombiana, incluyendo los productos de los artesanos del Convenio con la Gobernación de Cundinamarca.



Artesanos participantes

Patricia Sanchez	Puebla Madera y color	artpuebla01@etb.net.co artpuebla@telesat.com.co
Constanza Orozco	Constanza Orozco Tovar	Constanza_orozco@yahoo.com
Ana María Vásquez	Tácito	tacitopintadoamano@yahoo.com
Edgar Lozano Quecano	Kalarte	delfina.01@hotmail.com
Jorge Bernal Montes	Madera Bersus Objetos	bersus.ws@gmail.com
Juan Fernando López	Merlín Arte Cerámico	refugiodemerlin@yahoo.com
Marcos Alfonso Rodríguez	Tierra del dorado	marsalgema@yahoo.es
Nubia Morales Torres	Taller de Cerámica Nubia Morales	nubiaceramicas@yahoo.com
Thomas Antonio López	Thomas López	elescoplatal@yahoo.com
William Alberto Plazas	Taller Lúdica	wptallerludica@gmail.com
Diana Taste Marmolejo	Fundación Compartir	compartartesano@eable.net.co

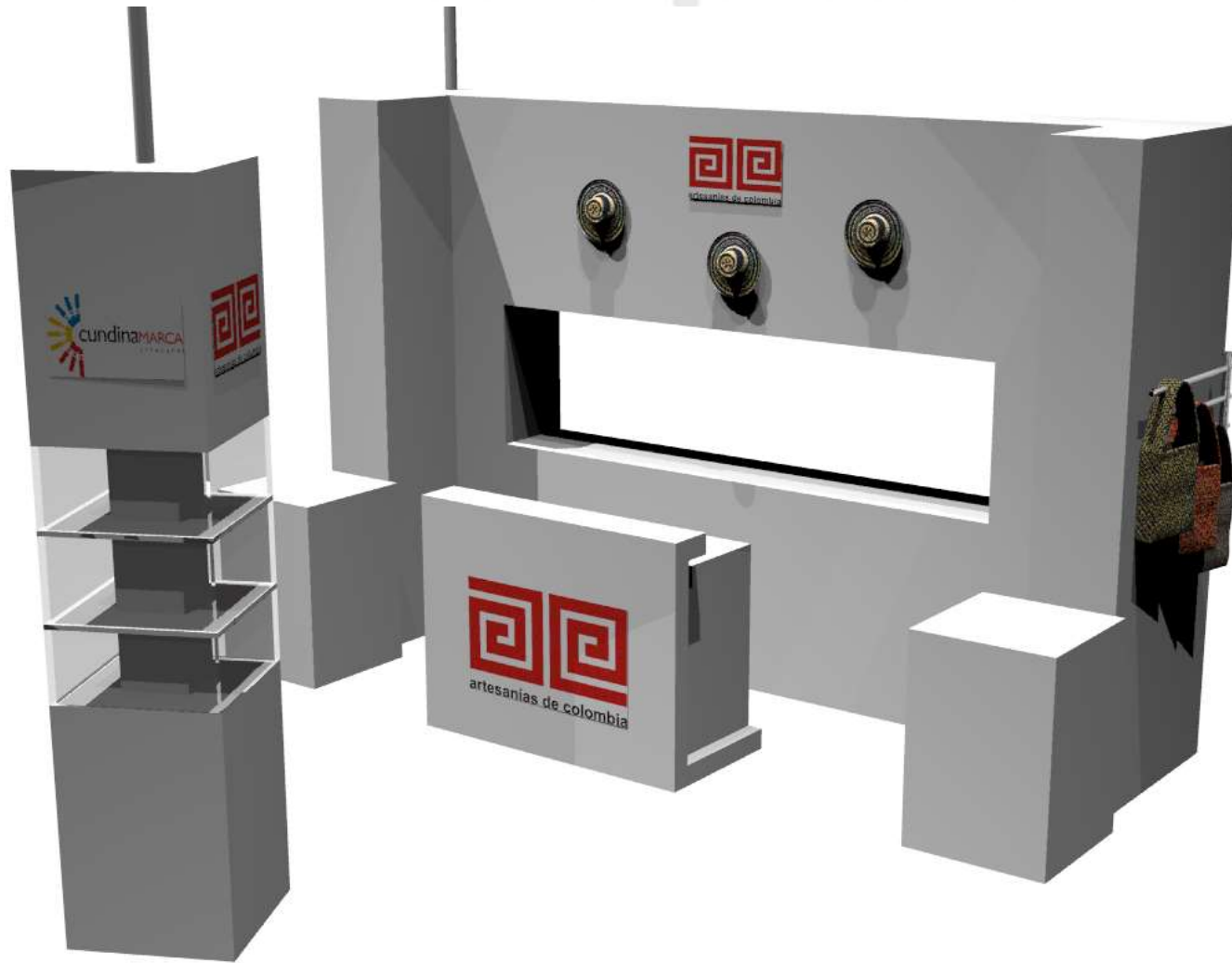
No participaron 3 talleres de 14



Stand de Colombia en Feria de Guadalajara



Diseño del Stand





artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanas de Colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanas de Colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanías de Colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanas de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanas de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanias de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanas de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanas de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanas de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Logística previa

Presentación al grupo: Stand, marca Cundinamarca Artesanal, detalles de exportación, carta de compromiso, descuentos, aportes y destino del producto no vendido

Compromisos de delegados y expositores:

- **Delegados:** Conocer los productos de todos los artesanos y comercializarlos. Búsqueda de clientes en Guadalajara. Riesgos: no tener conocimiento previo e imposibilidad de seguimiento a ventas
- **Expositores:** Enviar producto seleccionado y buena calidad, material de apoyo y contribuir con gastos alimentación y desplazamientos de delegados en feria.





Libertad y Orden
Ministerio de Cultura
República de Colombia

Feria Internacional del Libro de Guadalajara

COLOMBIA



PAÍS INVITADO DE HONOR

COLOMBIA, SACASTE 10 EN GUADALAJARA

“El balance final de la participación de Colombia en la 21 Feria Internacional del Libro de Guadalajara no puede ser mejor ... Y finalmente, las artesanías de Colombia se robaron el show. La empresaria mexicana Leticia Olmedo, quien estuvo encargada de su comercialización en la FIL, dijo que vendió un estimado de 50 mil dólares, una cifra bastante complaciente, y anunció que solicitó la representación de la marca para México y que próximamente abrirá un par de tiendas en este país.

“La aceptación ha sido total. No queda duda que la artesanía de Colombia está a un nivel altísimo. En cuestión de diseño se trajeron cosas maravillosas”, agregó Olmedo...”



artesanas de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Resultados en Ventas

Artisanos	Productos	Total Ventas Individuales
Constanza Orozco Tovar	Duendes y hadas en cerámica	\$ 4.402.000
Madera Bersus Objetos - Jorge Bernal	Rompecabezas en madera	\$ 427.000
Merlyn Arte Cerámico - Juan Fernando Lopez	Copas en vidrio y cerámica	\$ 1.795.200
Nubia Morales Torres	Accesorios en cerámica	\$ 904.000
Puebla Madera Color - Patricia Sanchez	Rompecabezas y articulos madera decorada	\$ 2.303.700
Tácito - Ana Maria Vásquez	Camisetas	\$ 1.089.900
Thomas Lopez	Platos en madera	\$ 273.000
Tierra Del Dorado	Gota de pasión	\$ 308.000
Taller Lúdica - Willian Plazas Maecha	Juegos de destreza en madera	\$ 31.500
Kalarte - Edgar Lozano	Calado en madera	\$ 0
Fundacion Compartir	Chales y Ponchos	\$ 189.630
Total Ventas		\$ 11.723.930



Consumidores:

Edades: Productos dirigidos a adultos. La gran mayoría de compradores correspondieron a esta categoría. Los productos para niños fueron comprados por padres.

Nacionalidad: Mayoría mexicano, publico de todo el mundo, especialmente europeos (españoles, Italianos, Franceses) y suramericanos.

Preferencias: Hadas y duendes, Camisetas y Rompecabezas.



Comentarios del consumidor:

- Tallaje textil en Colombia muy pequeño. La contextura de la mujer Mexicana es grande.
- El nombre del taller puede generar confusión. P.e. PUEBLA, Madera y Color (producto mexicano?)
- Bajo grado de dificultad en los productos de destreza
- Uso de maderas preciosas criticada por ambientalistas
- Alto precio de los productos comparados con los mexicanos
- Mucho interés del público por el origen, forma de hacerlo y el material de todos los productos



Experiencia

- Condición para venta: empresa comercializadora mejicana CARBONO C14. asumió el manejo administrativo, comercial y ventas
- Colocó sus propios precios (con utilidad), que debieron ajustarse para viabilizar la venta: 30% autorizado previamente por los expositores. La exportación incrementó los costos. Algunos productos salieron del mercado.
- Inventario inicial no coincidió con la relación de productos exhibida y vendida por los cambios de última hora



Análisis por taller:

- **Kalarte** Mapas de Colombia y **Lúdica** Juegos de ingenio No tuvieron acogida por la no pertinencia del producto y lo básico y fácil de resolver
- **Tierra del Dorado:** Productos sin identidad para el público mexicano, con una cultura desconocida. Material perecedero
- **Nubia Morales:** Sin claridad en los precios.
- **Tomas Lopez:** Precios muy altos y maderas no ecológicas.



- **Cucunuba y Tácito:** Productos textiles llegaron a feria el 30 de noviembre por demora en Aduana. Dificultades del material textil para al ingreso a México.
Se logro hacer una buena labor de ventas y se vendieron casi en su totalidad.
- **Taller Merlin Arte Cerámico:**
Copas de vidrio difíciles de comercializar por altísimo costo. Se buscó mercado diferente y específico fuera de la feria con descuento del 40%. Su reimportación significaría mayores costos en transporte y seguros

Productos de vidrio, cerámica y porcelana:

Requirieron un seguro costoso que incidió en el costo final. No se pudo igualar el valor con los otros productos quedando muy costosos.



Stand:

Excelente diseño visual y estético.

Inconvenientes por la exhibición con vitrinas selladas.

El espacio compartido con “Café Juan Valdez”, hizo más atractivo el stand, pero la degustación generó aglomeración que impedía el flujo de la gente en su interior. Se reubicó la zona de degustación al pasillo descongestionando el interior del espacio de exhibición de productos.



Visita a almacenes de artesanías

Recomendados por Artesanías de Colombia en Guadalajara, Tonalá y Tlaquepaque. Además el mercado San Juan.

- ✓ Artesanía popular mexicana con acabados de no muy buena calidad a precios muy asequibles, con gran colorido y diseños muy regionalistas.
- ✓ Artesanía de calidad y diseño es costosa. Se destaca: platería, telares y cerámica. Mejor precio comparada con la colombiana.
- ✓ El precio de la cerámica es asequible pero con poco diseño contemporáneo.



- Globalización: tendencias de moda iguales en casi todo el mundo incluido México. La moda es igual a la colombiana en todo: colores, telas, estampados, etc.
- Difícil competencia para productos textiles: camisetas, pashminas (llamadas rebozos) y mantas. Muy buen diseño, calidad y precio. P.e. blusas en almacenes tipo STUDIO F a \$25.000. En Colombia alcanza \$80.000
- Platería mexicana excelente en diseño y calidad con amplísima variedad



Comentarios de las delegadas:

“Considero que esta experiencia fue muy enriquecedora y de gran aprendizaje para todas las partes: Representantes y expositores, Gobernación de Cundinamarca, Artesanías de Colombia”

Patricia Sánchez

“A pesar cualquier incomodidad considero que fue un aprendizaje. Agradezco a la Gobernación de Cundinamarca, a Artesanías de Colombia y a la Señora Sandra Strauss por su gran capacidad de comprensión y apoyo a pesar de todos los pequeños roces”.

Constanza Orozco



Feria Miami Gift show

Fecha: 19 al 21 de enero de 2008

Ubicación: Miami Beach convention center

Mts: 12m2

Público objetivo: Compra al detal, compradores de regalos, tiendas especializadas, mobiliario, hogar, accesorios decorativos, ventas por catálogo, cadenas, regalos florales, libros, jardines, playa, museos, parque temático, acuarios.

Expositores: Regalos en general, coleccionable, tarjetería de navidad, papelería de fiesta, novedades, souvenir, joyería fina, iluminación, juguetes, artesanías, productos regionales, festividades, estacionarios, ropa de cama, vidrio, accesorios de moda, jardín.



Feria Orlando Gift show

Fecha: 26 al 28 de enero
Ubicación: Orange County Convention Center
Mts2: 12 m2

Público objetivo: Profesionales dedicados a la venta al por menor, tiendas por departamento, droguerías, almacenes para hogar, para accesorios decorativos, de novias, de niños, artesanías, librerías, almacenes y distribuidores al por mayor, floristerías, tiendas para jardín, museos, cocina, almacenes de tarjetas de regalo.

Expositores:

Accesorios de moda, de cama, baño, artesanías, regalos para niños, regalos en general, comida gourmet, tiendas para jardín, decoración, joyería.



Artesanos participantes

Artesano	Taller	Municipio	Productos
Alejandro Santamaria	Coryalfom	Cajicá	Tapetes anudados
Armando Sanabria	Artemis	Tábío	Materas, pebeteros, pocillos, floreros, incensarios
Gilberto Cifuentes	Taller Artesanal Fonquetá	Chía	Tapices, Cojines, sillas, ruanas, bolsos,
Mariela Llano	Magia Textil	La calera	Ponchos, capas, ruanas, faldas, chales
Sara Castro	Sara Castro	Chía	Chaquetas, abrigos, ruanas, bufandas, chalinas.
Ana Lucelida Torres	Amarte	Zipaquirá	Anillos, collares, pulseras.
Ana Victoria Guzman	Chales Victoria	Fusagasuga	Chales, pareos, cinturones y ruanas
Clara Ines Sanchez	Agave	Fomeque	Chaquetas, abrigos, ruanas, chales, capas, faldas, bufandas
Esther Patricia Solano/ Luis Felipe Figueroa	In Tacto Diseño	La Calera	Tapetes, puff, cojines, bandejas, accesorios de oficina
Julio Rebolledo	Orgánica Fusión Arte S.A.	La Calera	Cajas y percheos

21 talleres no asistieron de 31 seleccionados



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Selección de delegados:

- **Dos artesanos postulados y seleccionados debieron retirarse por carecer de visa a Estados Unidos**
- **Acuerdo entre Artesanías de Colombia y Gobernación en delegar a tres artesanos que cumplían los requisitos y la participación de los restantes de los dos grupos, con sus productos, en las dos ferias.**

Artesanos delegados:

Sara Castro, Ana Lucélida Torres, Gilberto Cifuentes

Colaboradores:

Clara Inés Sánchez, Patricia Solano y Emilio Hernández:
participaron por su propia cuenta, soporte en todo el proceso y desarrollo de los Shows, con su experiencia compromiso y dominio del idioma



Montaje del Stand

1. Sin contratiempos, con total cumplimiento de la Comercializadora: Expomercados.
2. Stand con dos sillas, mesa y señalización oficial.
3. Se llevó exhibidor funcional, con percheros para textiles.
4. En Miami se gestionó un stand adicional sin costo, obteniendo mejor exhibición de los productos.
5. Montaje de la feria fue organizado, rápido y efectivo.



Stands en Miami



artesanas de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Stand Oficial



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Stand Adicional



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Más exhibición “Adicional”



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Feria de Orlando



artesanas de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Montaje del Stand



artesanas de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



DISTRIBUCION DE PRODUCTOS EN STAND



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanias de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Demanda

1. Miami: Entrada con preinscripción con 15 días de antelación acreditando negocio y actividad comercial.
2. Eventos especializados y dirigidos a mercado sectorial y mayorista.
3. Firma organizadora con diferentes Gift Shows en todo Estados Unidos. El evento captura la demanda del área sin divulgación ni promoción masiva
3. Público visitante con el sector de su interés y mercado claramente definido (regalo = bisutería, “souvenirs” y detalles de bajo costo en general).
4. Rango de edad del visitante entre 40 y 70 años con nivel socioeconómico medio y alto.



Competitividad

1. Diseño

Los productos de Cundinamarca destacaron en diseño diferente respecto a la exhibición general de los Shows. Especiales: cajas de madera y chaquetas.

Mayor aceptación de productos cerámicos y tapices con lenguaje universal (diseños geométricos, fauna, flora); Elementos temáticos como un burro, una casita de campo, la sal, las iglesias no son reconocidos en ese tipo de Shows.

Las ciudades de destino y su vocación deben ser tenidas en cuenta: mayor significado las playas, los convertibles, las chicas en bikini.



2. Precio

Los precios de Cundinamarca por encima de los del mercado de destino, aún manejando precios inferiores a nuestro mercado local y nacional. El mercado del “regalo” realmente no tiene un énfasis ni da prioridad a la artesanía

3. Volúmenes de producción.

Manejo de altos volúmenes de producción. Este punto no constituyó un problema para los productos exhibidos pues el público no esperaba encontrar este tipo de productos artesanales; se interesaron más por curiosidad e interés personal que por negocio.



4. Imagen corporativa

- **Él público no identificó la marca Cundinamarca con Colombia. Bandera colombiana.**
- **Necesidad de empaque unificado para la presentación de los productos.**
- **Las tarjetas personales deben resaltar el “Business Management”**
- **Los catálogos no fueron representativos y claros, en idioma español y su presentación individual restó oportunidad de mostrar y vender los demás productos exhibidos.**
- **Productos sin etiquetas de uso y manejo. P.e la cerámica no indicaba si era apta para el microondas**



5. Adaptación del producto

Factores tales como:

- **Clima:** chaquetas, ponchos, tapetes, tapices y cojines en lana no correspondieron al clima cálido.
- **Textiles y prendas de abrigo** mayor aceptación en regiones del Norte de Estados Unidos (más frías)
- **Dimensión y tallaje** en vestuario para americanos.
- **Color:** En Florida corresponde a colores cálidos y neutros, con tendencias a acabados brillantes y recargados en su decoración.
- **Materiales:** Sintéticos, artificiales y acrílicos tienen muy buena aceptación en el mercado del regalo.
Cuero, cerámica artesanal, joyas en sal y lana natural no representan mayor interés



PRODUCTOS EN EL GIFT SHOW COMPETENCIA



artesanas de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanias de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia





artesanas de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



STAND PRACTICO



artesanas de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



“La participación en estos dos eventos nos ha dejado una gran experiencia que nos permite tener un mayor acercamiento al mercado internacional, conociendo ya las debilidades y fortalezas para que a futuro logremos resultados exitosos”.

“Agradecemos a la Gobernación de Cundinamarca, especialmente al Dr. Edgar Ordóñez, Artesanías de Colombia con todo su equipo de trabajo y a los artesanos participantes, por haber hecho posible el desarrollo de estos eventos que dejan grandes experiencias en la ardua labor de posicionar nuestros productos en el mercado internacional”

Sara Castro, Orlando Cifuentes, Ana Lucélida Torres



Resumen de ventas

Miami Gift Show

Total Ventas \$2'614.000

Orlando Gift Show

Total Ventas \$2'168.000



Contactos

Miami Gift Show

Cuatro contactos comerciales con interés en:

Cajas de madera, Cestería, Regalos y bisutería, Apoyo empresarial(Proexport)

Cuatro contactos por interés personal no especificado el producto o el tema

Orlando Gift Show

Cinco contactos comerciales con interés en:

Accesorios de mujer, Bolsos en telar, Productos en macramé en galón de seda, Regalos – volumen y precio, Hamacas artesanales

Dos contactos por interés personal no especificado el producto o el tema



Conclusiones y Recomendaciones Generales



Cobertura y deserción del Proyecto

- 40 artesanos programados
- 60 artesanos seleccionados con 4 adicionales en lista de espera.
- Participación efectiva de 30 talleres en las cuatro ferias, 9 en la feria nacional y 21 en las ferias internacionales
- Deserción total del 25% de beneficiarios programados y del 53% sobre los que iniciaron el proceso
- Principales razones de deserción:
 - Retiro voluntario por diversas razones
 - Inasistencia a las actividades
 - Dificultad en conseguir certificaciones para exportación



Una feria internacional requiere conocimiento previo del evento:

- Expositores: Número y temática
- Visitantes: Número y tipo
- Tipo de Feria:

Mayorista, minorista, especializada, regalo, tendencias, otros

- Forma de venta: Detal o por mayor
- Localización: clima, etc

Se debe conocer el mercado de destino para definir los productos que se deben llevar: materiales, costumbres y usos, análisis de precios y costos finales.



- Los productos de Cundinamarca son competitivos en el lugar, sector, evento y el momento indicados.
- Importante tener una marca propia de la artesanía del Departamento que se acompañe con una marca o símbolo del país, promovido a nivel mundial. Cundinamarca solo no es fácil de posicionar en el ámbito internacional. En EEUU el nombre de Colombia se presta a confusión con la Columbia británica.



- Mayor tiempo entre convocatoria a artesanos y la participación en feria (por lo menos un año de antelación). Muchos contratiempos se evitan con una planeación oportuna.
- Optimizar recursos económicos, y talento humano, en labores que contribuyan a alcanzar los objetivos planteados, con un cronograma apropiado:
 - Selección efectiva de eventos y gestiones para participación
 - Contactos comerciales previos
 - Volúmenes carga medida según evento
 - Completa preparación del artesano



- Participación de artesanos en un evento ferial: Un equipo comprometido, un plan de trabajo y objetivos preestablecidos, reglas de juego, compromisos y responsabilidades de todos y la coordinación para garantizar la participación exitosa
- Aprovechar experiencias, habilidades y conocimientos de cada artesano del departamento, para **CONSOLIDAR** un verdadero equipo de trabajo cuando se determine la participación en un evento ferial internacional.
- Capacitación de delegados y expositores, previa al evento. Delegados con pleno conocimiento de los productos (proceso productivo, materiales y forma de negociación). Visita a taller y producto antes de feria. Implica tiempo y dedicación



- Delegados con dominio del inglés para la participación en ferias internacionales en aras de una adecuada atención, descripción de los productos y concreción de negocios
- Recursivos, con capacidad improvisar ante situaciones que requieran solución y desenvolverse en ambientes desconocidos
- Todos deben manejar la misma información y asumir una postura objetiva y no personalista
- Incorporar la venta a crédito o pago con tarjeta de crédito en las ferias. (servicio de baucher)



- Tarjetas de presentación con información en inglés y el Managing o Director de la empresa. Los clientes prefieren negociar con él, especialmente compradores especializados, mayoristas o minoristas.
- Selección de artesanos para un evento ferial con base en productos similares. Es difícil clasificar para un evento o alcanzar resultados en ventas con técnicas y oficios artesanales disímiles
- Algunos productos no fueron atractivos y no despertaron interés. Se debe trabajar más el diseño de productos con temática universal, buena calidad, llamativos, novedosos., utilitarios, auténticos, naturales ... 100% colombianos



➤ **Productos sectorizados para incrementar competitividad y seleccionar evento ferial de destino.**

1. Moda, vestuario.
2. Accesorios y decoración
3. Juguetería
4. Mesa y Cocina
5. Regalo
6. Otros

➤ **Consolidar catálogos de productos y manejar una imagen corporativa completa para el Departamento, unificando:**

- Empaques
- Tarjetas de presentación
- Etiquetas
- Página web
- Sistemas o formas de pago
- Capacidad de producción
- Información de contacto
- Consolidación de ventas



- Stand con diseño funcional para los productos exhibidos. Proponer exhibidores multi – funcionales: Contenedor y exhibidor a la vez.
- Una feria internacional implica elevados costos de elementos para montaje y decoración del stand (compra o alquiler). Son en dólares o euros
- Fundamental disponer de un medio de comunicación en el stand: teléfono, internet, un computador portátil.
- Ayuda un medio de transporte permanente durante el evento, disminuye costos de taxis locales y aeropuertos, más cuando se traslada mercancía



- Incumplimiento de los aportes en dinero acordados, por parte de algunos expositores fue causa de traumatismos para los representantes que viajaron en nombre de todos los talleres (Guadalajara y Cartagena)
- Asegurar cumplimiento de compromisos de los expositores antes de la participación en eventos comerciales de cualquier índole



En Guadalajara la empresa comercializadora impidió establecer otros contactos comerciales. Facturaba generando costos operativos altos que afectaron la venta inicial del producto.

No era ético pretender hacer negocios por fuera de la feria con esta mercancía ya ubicada en México después de la inversión realizada por ella.

La Comercializadora se interesó por algunos productos y planteó venir a Colombia para concretar negocios. Prefiere hacerlo a través de Artesanías de Colombia



Primera vez que se participa en las tres ferias, careciendo de antecedentes en cuanto a tipo y cantidad de producto a llevar.

La feria del Libro de Guadalajara fue un evento excepcional. El público no buscaba artesanías. No es un referente contundente para evaluar el mercado de la artesanía de Cundinamarca en México

Los Shows de Miami y Orlando no constituyeron el mecanismo mas apropiado para lograr los contactos comerciales que se esperaban para cada una de las líneas de productos que se presentaron, a excepción de las cajas de madera, que tuvieron mayor rotación en Miami Gift Show.



Las ferias son una estrategia comercial, entre muchas otras.

En futuros proyectos del Departamento se sugiere contemplar otras alternativas como: Ruedas de Negocios, Misiones, Shows rooms.

Una Misión Comercial (15 a 30 artesanos), puede ser efectiva con acompañamiento de Cámara y Comercio, quien se encarga de contactos y gestiones. Paga el artesano o beneficiario.



Aprovechar las potencialidades que tienen las entidades que asesoran y apoyan la labor comercial sin costo. Se debe indagar y se puede contactar.

Entre ellas se incluyen Cámara de Comercio, Programa Emprende, Proexport y algunas Universidades



Proexport (oficinas en otros países), es un gestor que puede contribuir a identificar sectores comerciales a los cuales dirigir los productos de Cundinamarca (en o fuera de feria) y establecer procesos para hacer efectiva la participación en el mercado internacional a futuro. Contactarlo para un evento mínimo con tres meses de antelación.

Proexport y Cámara de Comercio de Bogotá hacen cursos pre-ferías completos y poseen bases de datos de empresarios en el exterior.
Riesgo: No están actualizadas



***Requisitos que deben
cumplir los productos
artesanales para ferias
internacionales***



Para la exportación de productos artesanales a Estados Unidos (y otros países):

- Productos con algún tipo de recubrimiento con químicos (esmaltes, lacas, pinturas, acrílicos, resinas, etc.) requieren **Cartas de seguridad o fichas técnicas** de los químicos expedidas por sus Proveedores. Los elementos que sean tóxicos no pueden ser exportados
- Los esmaltes cerámicos compuestos deben incluir el porcentaje de la composición.



- Se requieren **Permisos Ambientales** expedidos por la CAR de Cundinamarca, sobre los productos como semillas, junco o enea, totumos, bejucos, guadua y maderas. Sirve la carta del proveedor que indique que se encuentra autorizado por la CAR o por el DAMA y allegue copia del permiso o autorización correspondiente.



- **Textiles y confección requieren **Certificación de porcentaje (%) de composición de fibras** (p.e. 100% poliéster o 50% algodón y 50% lycra, o 100% lana de oveja). Lo expide el Proveedor debidamente registrado y legalizado.**
- **Los productos con combinación de materiales deben indicar el porcentaje de cada material. P.e. chaquetas en lana y cuero. 30% en cuero y 70% en lana 100% natural. Esto permite establecer la posición arancelaria y determinar impuestos**



- La joyería requiere **Certificado de Regalías**. Lo expide Ingeominas. Estos productos deben ir preferiblemente a la mano y no en carga por el riesgo de pérdida. El artesano que viaje con joyas debe estar con tres horas adicionales de anticipación a la hora del viaje para realizar los trámites de Aduana en el aeropuerto.



- El cuero, el coco y el fique **No requieren** ningún tipo de certificación
- Productos con **componentes eléctricos** (lámparas) incrementan radicalmente el arancel.
- Las velas requieren una **Certificación y aprobación del proceso de producción** expedida por un Químico debidamente registrado.
- El **totumo** presenta dificultades



- **Productos en sal deben tener **Certificado de la Mina** que indique que compra el mineral legalmente.**
- **El tiempo mínimo para consolidar carga, realizar trámites aduaneros, completar la exportación e importación y hacer el despacho y entrega de mercancía incluyendo la posibilidad de cuarentena en Estados Unidos, es de 20 días.**



Se recomienda contratar una Empresa Comercializadora Internacional – CIA para la exportación (conoce trámites y asesora)

Abre carpeta por artesano exportador: incluye declaración firmada del artesano de no llevar elementos prohibidos o coca documentos que se relacionan



El artesano entrega:

Productos con ficha técnica de cada producto (fotografía y % de materiales)

Relación de productos que envía

Factura

Certificaciones ya mencionadas

Fotocopia de la cédula de ciudadanía

Fotografía tamaño cédula

RUT

Certificado de Cámara de Comercio

En caso de organizaciones de artesanos:

Carta de delegación de la Asociación

Representantes Legales. Copia del acta de nombramiento



OJO

La Aduana Nacional y/o la Aduana del país de destino, puede romper o perforar la mercancía en caso de sospecha de estupefacientes u otros elementos ilegales. Esto se constituye en pérdida irreparable.

Adicionalmente antinarcóticos, contrabando y sanidad pueden retener los productos en cuarentena afectando su entrega en destino



Sobre el valor de la mercancía que se reporte para exportación se pagan impuestos. El valor aparece en la facturación que hace o en la cuenta de cobro a la Empresa Comercializadora.

Se recomienda contratar seguros para los productos susceptibles de daño o ruptura (vidrio, cerámica, otros)



Se recomienda al artesano manejar dos relaciones de los productos que se exportan:

1. Con el valor de los productos en pesos y/o en dólares, con precio FOB, esto es puesto en Bogotá, para negocio, que entrega al encargado de ventas

2. Sin valor, que se entrega a la Comercializadora junto con la factura

Recuerde que es importante **empacar correctamente su producto para protegerlo**



- **El precio final** del producto al consumidor en otro país se duplica. Un comprador interesado en hacer negocio debe tener utilidad sobre el producto y no lo compra si resulta costoso.
- No obstante el valor declarado en Colombia en la factura, el producto puede ser vendido en la feria por el **valor real** que corresponde al de negociación.



Tipos de Exportación para ferias:

1. Temporal: El producto sale en forma temporal del país pero regresa en su totalidad (muestras).

2. Definitiva: El producto sale del país y retorna en forma de divisas (exigencia del Banco de la República), pues se asume que se vende. En caso de que no se logre la venta se debe tramitar la reimportación.



El costo de transporte de productos para exportación se calcula sobre peso o volumen:

**P.e. 11 kilos equivalen en volumen a
40cm x 40cm x 40cm**

El servicio de una CIA puede cubrir desde la coordinación de la compra de la mercancía, traslado aeropuerto y despacho a ciudad de destino y a la sede del evento, e incluso su reimportación, de ser el caso **(llave en mano)**

Los artesanos entregan en dólares el valor de la factura a la CIA una vez finalizado el evento

La CIA realiza el reintegro de las divisas a Colombia y cancela a cada artesanos el valor facturado.



Información general sobre costos para exportación

Producto : Artesanias
Peso aprox. : 300 kilos
Valor ExWork : US\$ 5.000,00

SERVICIO DE COMERCIALIZADORA INTERNACIONAL

Comisión 10%/V/R Factura Comercial USD 500,00

SERVICIO DE ADUANA DE EXPORTACIÓN

- Mínima en Bogotá COL\$ 200.000
- Manejo Interno COL\$ 60.000
- Formulario DEX COL\$ 16.000 C/U
- Elaboración DEX COL\$ 16.000 C/U
- Acarreo Local Aprox. COL\$ 130.000
- Subtotal COL\$ 422.000
- T.C. \$ 2000,00 USD 211,00



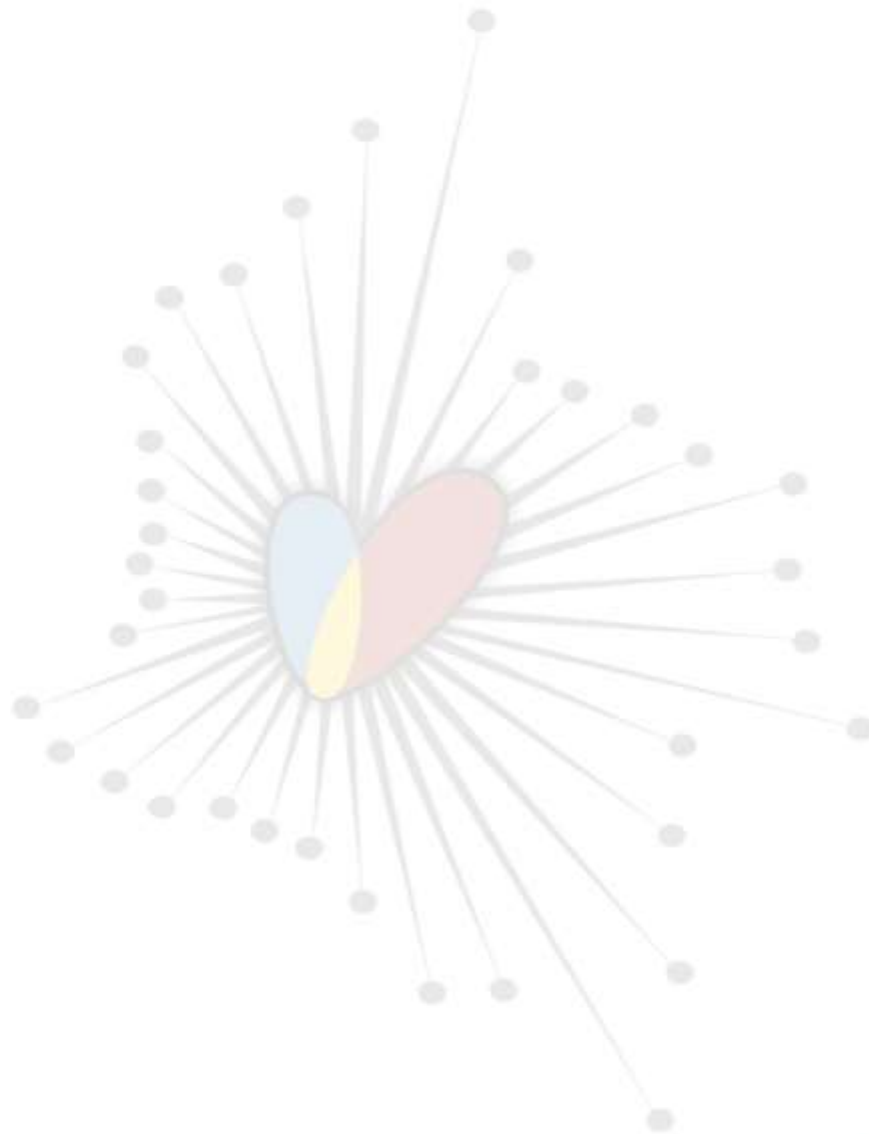
FLETE AEREO INTERNACIONAL BOGOTA - MIAMI (ESTADOS UNIDOS)

+ 300 /kls	USD 0,80/kl	USD 240,00
Combustible	USD 0,80/kl	USD 240,00
Due Agent	USD	70,00
Due Carrier		USD 25,00
Other		USD 30,00

GASTOS DE IMPORTACION EN MIAMI:

Import Fee		USD 60,00
Entry Fee		USD 180,00
Handling	USD 10,00 * LINEA (13)	USD 130,00
Entry Bond		USD 80,00 Min
Duties/Taxes		USD 250,00
Traslado Aeropuerto / Bodega Miami		USD 70,00 Min
Bodega a Feria en Miami		USD 70,00 Min
Mpf – Merchandise Processing Fee	0.21%/Fac	USD 35,00 Min





artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia



Respuesta a Inquietudes ????

! Muchas Gracias ;



artesanías de colombia

CUNDINAMARCA
corazón de Colombia

