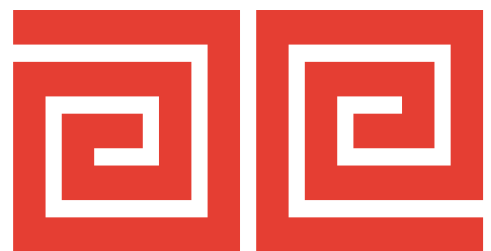


INFORME EXPOARTESANO LA MEMORIA 2022
*Subgerencia de Promoción y
Generación de Oportunidades Comerciales
Promoción y Divulgación*



**artesanías
de colombia**

Artesanías de Colombia

Sara Consuelo Sastoque

Gerente General (E)

Manuela Montoya

*Subgerente de Promoción y
Generación de Oportunidades Comerciales*

Andrés Felipe Suárez Castañeda

Profesional

*Subgerencia de Promoción y
Generación de Oportunidades Comerciales*

Grecya Herrera

Contratista

*Subgerencia de Promoción y
Generación de Oportunidades Comerciales*

Plaza Mayor Medellín

Víctor Zapata

Gerente

Laura Franco Molina

Directora de Eventos Propios

Sebastián Martínez Álzate

Ejecutivo Comercial de Eventos Propios

Diana Beltrán

Ejecutivo Junior de Eventos Propios

TABLA DE CONTENIDO

1. Resumen ejecutivo
2. Componentes de la feria
3. Acciones generales
 - 3.1. Selección de expositores
 - 3.2. Beneficios para artesanos
 - 3.3. Alianzas y patrocinios
 - 3.4. Campaña publicitaria
 - 3.5. Estrategia digital
4. Resultados
 - 4.1. Ventas
 - 4.2. Visitantes
 - 4.3. Satisfacción
 - 4.4. Agenda Cultural
 - 4.5. Rueda de Negocios
5. Registro fotográfico



<https://www.youtube.com/watch?v=TKG4w2kKoiU>

1. Resumen Ejecutivo

Expoartesano La Memoria, es la vitrina de promoción cultural que visibiliza la labor de miles de artesanos colombianos que a través de su saber logran tener una actividad económica derivada de sus saberes. La feria en su edición XIII se realizó en Plaza Mayor Medellín **del 9 al 18 de septiembre**. La feria, en sus trece años de trayectoria se ha realizado gracias a la alianza de Artesanías de Colombia y Plaza Mayor Medellín, quienes a través de sus equipos de trabajo convocan a los artesanos más destacados en su oficio para reunirse en el este encuentro anual y dar a conocer sus creaciones.

Así mismo, fruto del trabajo de las últimas ediciones la plataforma digital www.expoartesano.com.co se ha convertido en un espacio que permite el vínculo directo entre los visitantes digitales nacionales e internacionales, con los artesanos participantes de manera directa. Esta plataforma se activa una vez se da inicio a la feria presencial y permanece disponible para su consulta gratuita hasta la siguiente edición de la feria.

Durante esta edición de la feria Expoartesano, acogió a 368 expositores los cuales fueron dispuestos de manera estratégica en el recinto ferial, así:

Pabellón Blanco, La Memoria, se encontraron las artesanías étnicas de 29 etnias del país; en el **Pabellón Amarillo, Testimonio y Evolución**, hicieron presencia las artesanías tradicionales de todas las regiones de Colombia, artesanías contemporáneas para el hogar, la decoración, instrumentos musicales e infantiles, así como joyería, bisutería y prendas de vestir; en el **Hall Principal** se experimentará la zona cultural “*El barro tiene voz*”, una muestra museográfica que cuenta con la curaduría del Museo de Antioquia, en la que la artesanía, la alfarería y la cerámica serán protagonistas. Así mismo, tuvo lugar la Rueda de Saberes “Voces, La Celebración” en donde se concentró la agenda cultural de la feria, como

complemento final este espacio estuvo acompañado de publicaciones de temáticas artesanales que podrían ser consultadas a través de códigos QR.

Por otra parte, en la *Zona de la Terraza* estuvo disponible la oferta gastronómica, con bocados y cocinas típicas tradicionales de diferentes regiones, con preparaciones ancestrales de maíz, cacao, asados, entre múltiples opciones de bocados de sal y dulce.

En su capítulo digital, la plataforma expoartesano.com.co, se renovó con la oferta de expositores 2022, quienes estarán activos con un perfil cada uno que cuenta con la funcionalidad “Contáctate conmigo” que tiene el propósito de continuar brindando oportunidades de visibilidad y negocios a los artesanos.

2. Componentes De La Feria

2.1. Capítulo presencial: La feria en esta edición concentró su más importante actividad comercial en el componente presencial. Este capítulo de la feria contempló una disposición de dos pabellones del recinto de exposiciones de Plaza Mayor, en conjunto con las zonas de terraza y hall principal. En este espacio se elaboró una geografía feria con modulaciones de 2 m², y en general los expositores tuvieron stands de exhibición pre decorados de 4m² (excepto los casos que se requerían espacios dobles o sus múltiplos).

La temática del Pabellón Blanco, La Memoria, continuó siendo las Etnias del país reunidas en un solo espacio. El pabellón que da la bienvenida a la feria condensó la representación material de los objetos que son representación del pensamiento indígena, room y NARP, quienes magistralmente transforman los elementos de su entorno y presentaron una oferta de alta calidad, en diversas materias primas: maderas, fibras vegetales, lana, hilos, chaquiras, semillas, metales, entre muchos.

El Pabellón Amarillo, Testimonio y Evolución, se re conceptualizó como un espacio en donde convergen las artesanías tradicionales o populares propias del campesinado colombiano, con artesanías contemporáneas para la mesa, la decoración, para vestir y lucir, joyas y bisutería elaborada a partir de oficios tradicionales, con expresiones particulares del creador, que hicieron de este pabellón un lugar de contrastes y diversidad.

El Hall Principal, en esta edición de la feria, se conceptualizó como un espacio complementario, que brindaba experiencias en torno a la artesanía y que le permitía al visitante ampliar sus conocimientos en torno al sector artesanal y sus oficios, un espacio pensado para la

valoración de la artesanía y que a su vez articulaba la muestra comercial.

Finalmente, en la Zona de Terraza, la feria logró reunir a expositores con oferta gastronómica, representativa de las regiones del país y también nuevos intérpretes de la gastronomía que tomando como insumo la tradición ofrecieron platos que condensan la reinterpretación de nuestros sabores.

La experiencia presencial tuvo como elementos importantes:

1. **Rueda de Negocios Nacional e Internacional:** Esta se desarrolló con inscripción previa, y consistió en un recorrido por toda la feria a los compradores, en los stands con oferta artesanal que se ajustaba a sus necesidades, y en un espacio multipropósito se brindó la posibilidad de realizar reuniones entre los compradores y artesanos.
2. **Visitas guiadas:** La feria también fue un espacio de aprendizaje, año a año los aliados y aliados, solicitaban conocer de la mano de expertos en la artesanía su contenido, en este año la feria preparó para ellos un espacio exclusivo para acerca a sus grupos de interés, fruto de esta gestión se realizaron alrededor de 20 visitas guiadas a públicos estratégicos quienes tuvieron la oportunidad de conocer la feria con atención personalizada.
3. **Talleres de oficio:** Se realizaron tres talleres de oficio con artesanos participantes de la feria, a grupos convocados puntualmente para esta actividad, más de 30 personas disfrutaron de este espacio exclusivo en donde se logró profundizar mucho más del saber artesanal de la mano de artesanos expertos en oficios de trabajos textiles y cestería.
4. **Observatorio de Moda:** Un espacio de feria, pensado para reinterpretar la artesanía y mostrarla de una manera inusual. De la mano de INEXMODA, este espacio contó con la participación de tres grupos de creativos que, a partir de la búsqueda y curaduría focalizada, construyeron looks que buscaban exaltar la labor artesanal y mostrar al público todas las posibilidades de uso que tiene la artesanía en nuestro día a día.

5. Voces, La Celebración: la agenda cultural del evento ferial, estuvo llena de activaciones relevantes para el público, logrando conectar desde diferentes gustos a los visitantes y expositores. A través de los diferentes temas a tratar en la agenda como demostraciones de oficios, charlas especializadas, charlas acerca de los oficios artesanales, conversatorios de conocimiento compartido, historias del legado, datos de tradición, entre otros, el público se pudo conectar y aprender, interesarse por el oficio, la tradición, las historias, las comunidades y ver el trabajo detrás de cada una de las piezas artesanales y las comunidades que las elaboran.

6. Exposición El Barro Tiene Voz: Este espacio realizado de la mano de nuestros aliados Museo de Antioquia y Daviplata, se convirtió en un nuevo camino para la feria. Un lugar en el que a partir de la creación artesanal convergen diferentes expresiones culturales que nos conectan con nuestro ADN de colombianos. Para la feria es un honor ser parte de la exposición El Barro Tiene Voz, una muestra significativa del oficio de la mágica transformación de elementos primarios como el agua y la tierra en piezas que reflejan diversas expresiones del ser.

2.2. Capítulo digital: En dominio de la feria www.expoartesano.com.co se dio continuidad al espacio digital que cuenta con diferentes secciones, así:

- **Home:** sección en donde se brinda una experiencia de búsqueda de acuerdo a las categorías de producto que elaboran los artesanos participantes en la feria.
- **Artesanos:** una sección diseñada como un directorio de búsqueda rápida por filtros y palabras claves que arrojan los artesanos relacionados a los criterios de búsqueda del visitante digital, y remite a la interna de cada uno de los artesanos vinculados a la plataforma.
- **Agenda Cultural:** En esta sección se centraliza la transmisión virtual a los contenidos de Voces, agenda de contenidos y los visitantes digitales de la plataforma pueden revivir las charlas, conversatorios y demostraciones de oficio que se realizaron presencialmente en el marco de la feria.

3. Acciones Generales

Para la organización y ejecución de la feria Expoartesano 2022, se realizaron diversas actividades estratégicas que lograron consolidar la muestra comercial.

3.1. Selección de expositores

Se realizó convocatoria abierta hasta el 15 de mayo del 2022 para todos los artesanos interesados en participar en la feria, que se alinearan al perfil de expositor de la feria, que son principalmente artesanos productores que demuestran a través de su postulación dominar un oficio artesanal y a partir del mismo tener una oferta de productos consolidada. Así mismo, se realizaron gestiones con entidades públicas regionales para la participación de artesanos beneficiarios de sus proyectos, realizando procesos de selección puntuales para cada caso. Producto de estos procesos de convocatoria y selección, se contó con una muestra comercial, así:

PARTICIPACIÓN POR CATEGORÍA DE PRODUCTO EXPOARTESANO							
CATEGORÍA	PABELLÓN	PRESENCIAL	DIGITAL	PRODUCTOS	PARTICIPANTES		
ÉTNICO		104	104	4	108		
TRADICIONAL	BLANCO	0	0	6	6		
INSTITUCIONAL		3	0	0	3		
INSTITUCIONAL		4	4	9	13		
TRADICIONAL	AMARILLO	73	73	0	73		
MESA Y DECORACIÓN		38	38	2	40		
INFANTILES		8	8	0	8		
INSTRUMENTOS MUSICALES		1	1	0	1		
MODA		17	17	0	17		
JOYERÍA		24	24	0	24		
BISUTERÍA		30	30	0	32		
ARTE POPULAR		2	5	13	15		
BOCADOS TÍPICOS		HALL	16	0	0	11	
INSTITUCIONALES			1	0	0	1	
COCINAS Y BOCADOS	TERRAZAS	12	0	0	12		
INSTITUCIONALES		4	0	0	4		
TOTALES		337	304	34	368		

En la feria Expoartesano participaron en total 368 expositores en diferentes categorías de producto y modalidades, de los cuales **333 son artesanos**

productores. Las otras categorías de producto hacen parte de la muestra complementaria de la feria, que contribuye a la dinámica comercial de la misma.

CIFRAS DE INTERÉS:

- Participación total de **333** unidades productivas artesanales.
- Participación de **304** artesanos en plataforma EXPOARTESANO.
- Participación a través de producto de **34** unidades productivas.
- Representación de **30** departamentos de Colombia.
- Participación de **78 artesanos (23%)** que participaron por primera vez en la feria, esto gracias a los esfuerzos realizados en convocatoria, y articulación con programas, proyectos y entidades que trabajan con el sector artesanal colombiano.
- Se contó con la representación de **29 etnias del país.**

Arhuacos, Bora, Cocama, Cubeo, Curripaco, Embera Chami, Eperara Siapidara, Guananos, Guna Dule, Inga, Kamentsa, Kankuama, Koreguaje, Misak, Narp, Okaina, Pastos, Piapoco, Pijao, Rom, Sikuni, Tikuna, Tucanos, Uitoto, Wayuu, Wayúu, Wiwa, Wounaan, Wounan y Zenú.

DISTRIBUCIÓN DE ARTESANOS PARTICIPANTES POR DEPARTAMENTO

#	DEPARTAMENTO	CANTIDAD	% PARTICIPACIÓN
1	AMAZONAS	9	2,7%
2	ANTIOQUIA	67	20,1%
3	ATLÁNTICO	10	3,0%
4	BOGOTÁ	28	8,4%
5	BOLIVAR	16	4,8%
6	BOYACÁ	17	5,1%
7	CALDAS	18	5,4%
8	CAQUETÁ	3	0,9%
9	CASANARE	2	0,6%
10	CAUCA	7	2,1%
11	CÉSAR	12	3,6%
12	CHOCÓ	8	2,4%
13	CÓRDOBA	9	2,7%
14	CUNDINAMARCA	8	2,4%
15	GUAINÍA	2	0,6%
16	GUAVIARE	1	0,3%
17	HUILA	11	3,3%
18	LA GUAJIRA	16	4,8%
19	MAGDALENA	1	0,3%
20	META	1	0,3%

21	NARIÑO	22	6,6%
22	PUTUMAYO	11	3,3%
23	QUINDÍO	3	0,9%
24	RISARALDA	10	3,0%
25	SANTANDER	11	3,3%
26	SUCRE	4	1,2%
27	TOLIMA	2	0,6%
28	VALLE DEL CAUCA	18	5,4%
29	VAUPÉS	5	1,5%
30	VICHADA	1	0,3%
SUMA TOTAL		333	100,0%

3.2. Beneficios para artesanos

En la feria **188 artesanos** recibieron beneficios y financiamiento en su participación por parte de entidades, empresas y proyectos, representando el **56%** de los artesanos. Las entidades y proyectos que apoyaron artesanos fueron: Artesanías de Colombia a través de sus proyectos Etnias, Atención a Población Vulnerable y Generación de Oportunidades Comerciales, CDA, Ecopetrol, BID, Fundación MUV, Fundación Fraternidad, SURA, ISA, Celsia, Alcaldía de Medellín, Gases del Caribe, Alcaldía de Chimichagua, Corporación para el Desarrollo de Caldas, Fundación BAT, Red Adelco, COMFAMA y Mineros.

Así mismo, gracias a la gestión de patrocinios generales de la feria, todos los artesanos que participan en la feria reciben una tarifa preferencial de aporte económico, en comparación con feria profesionales de gran formato del país, esto con el fin de generar un espacio comercial al alcance de sus economías particulares.

3.3. Alianzas y patrocinios

Para la realización de la feria híbrida se realizaron diversas gestiones para consecución de recursos. Artesanías de Colombia apoyó la financiación de 86 artesanos en la feria, así mismo 15 empresas y entidades se sumaron a esta estrategia para la reactivación económica del sector artesanal del país: Alcaldía de Medellín, Gobernación de Antioquia, EPM, Fundación Fraternidad Medellín, Fundación MUV, SURA, Daviplata, Comfama, Bancolombia, Grupo Éxito, Mineros, Treinta Datafonos, BID, Avianca y Universidad Pontificia Bolivariana.



3.4. Campaña publicitaria

La campaña publicitaria de la feria Expoartesano, fue conceptualizada y desarrollada por los equipos de diseño y comunicaciones de las entidades organizadoras Artesanías de Colombia y Plaza Mayor Medellín.

Racional del concepto publicitario:

“Nos hemos convertido en otro hogar para ellos, un hogar donde se sienten cómodos, tranquilos y siempre bienvenidos. Recibirlos año tras año ha construido vínculos, historias, sonrisas, familiaridad. Hemos aprendido de sus oficios, de sus territorios, de sus comunidades, ya los llamamos por sus nombres, ya nos reconocemos en ellos, los esperamos con ansias, los admiramos, los queremos, valoramos su trabajo y respetamos lo que representan en el país.

Estos colombianos que llegan de todos los rincones de Colombia, vienen a recordarnos que es prioridad un despertar de conciencia para que entendamos como vivir en armonía con nuestra madre tierra y con nuestros hermanos. Llegan

a recordarnos que la simpleza, la calma, el respeto y la unidad son el camino para el cambio, para la evolución. Ellos a través de su trabajo nos enseñan cómo se vive en comunidad.

Expoartesano es una celebración donde nos encontramos, Medellín les abre las puertas a ellos, para que ellos nos abran los ojos y el corazón a nosotros. Son días de un encuentro sublime, único, que llena de grandeza todos los espacios, que llena de sonrisas cada saludo, que llena de color nuestras vidas. Son nuestros invitados preferidos, nos honra inmensamente su presencia y por eso este encuentro será una CELEBRACIÓN, de la vida, de la unión, de la igualdad, de la alegría, del orgullo de ser colombianos y mirarnos como iguales.”

ASÍ PODRÁS DISFRUTAR DE
EXPOARTESANO 2022
LA MEMORIA

DEL 9 AL 18 DE SEPTIEMBRE
PLAZA MAYOR MEDELLÍN
10:00 A. M. A 8:00 P. M.

ORGANIZAN
artesanías de colombia
PLAZA MAYOR MEDELLÍN
COMERCIO Y ENTRETENIMIENTO



3.5. Estrategia digital

Audiencia en Instagram

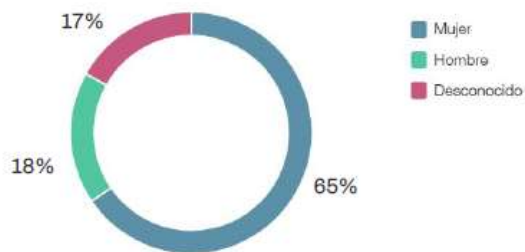
Audiencia

En estas semanas de gestión, nuestra comunidad creció en 2511 personas.

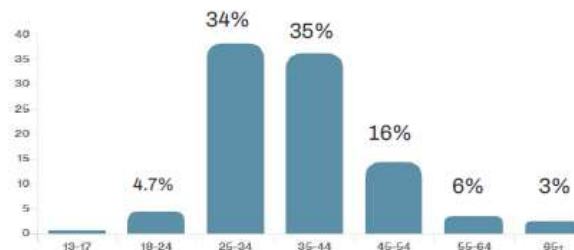
Esta nueva audiencia es mayoritariamente femenina, adulta - joven y adulta. Está en edad de tener capacidad adquisitiva y admirar las tradiciones culturales de nuestro país.

Este crecimiento nos indica que nuestros mensajes llegaron al público objetivo al que le apuntamos desde el principio de la estrategia.

Género



Edad

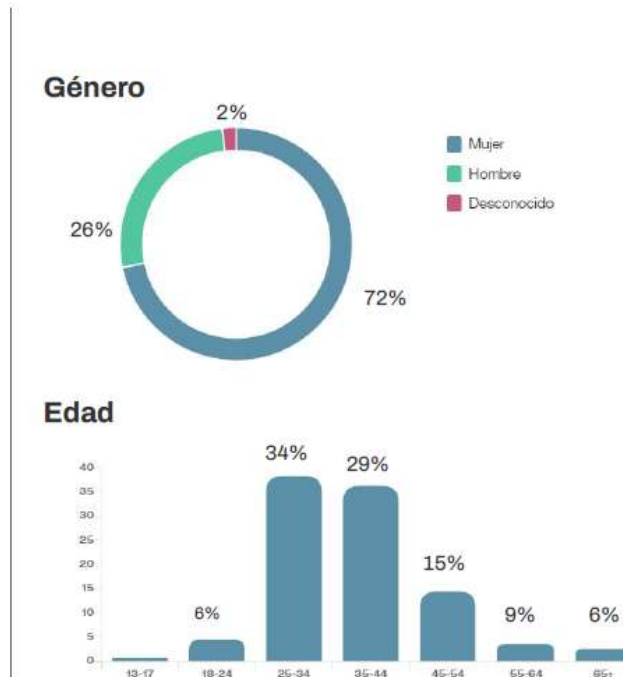


Audiencia en Facebook

Audiencia

Nuestra comunidad creció en 221 personas durante nuestra gestión.

Esta audiencia conserva las características que analizamos anteriormente en Instagram: mujer, adulta-joven en edad de poder adquirir las piezas que se encuentran en Expoartesano y admirar las historias de los artesanos.



Red	KPI			
	Alcance	Interacciones	Clics	# de publicaciones
Instagram	1.165.940	22.390	1.686	176
Facebook	65.394	6.337	3.913	63

La feria apostó por la promoción digital a través de creadores de contenido gestionados por la agencia digital contratada para el proyecto –Duende- y personalidades que apoyaron la feria a través de su visita y mensajes en sus redes sociales o redes sociales de la feria. Es nueva manera de comunicar la feria trajo resultados interesantes en términos de visibilidad de la estrategia. Los creadores de contenido fueron: Gabriela Sofia Caseres, Andrea Restrepo Sanchez, Juan Echevery, Maria Camila Durango, Sabor en la Mesa, Moni Moscoso, Casa Tiz, Andrea Serna, José y Cami, Tuti Barrera, Juan Carlos Giraldo, María Camila Valencia y Gloria Saldarriaga. El canal principal de comunicación de la feria en digital fué la red social Instagram. Resultados:



Resultados generales en digital:

Fueron 10 días de trabajo constante para que nuestros seguidores celebraran con nosotros este encuentro mágico de tradiciones y cultura.

- Logramos crear **216 publicaciones**, más de 100 fueron en video, el formato más ganador de redes sociales actualmente
- **1.231.334 personas** vieron nuestro contenido y conocieron la esencia de Expoartesano 2022.
- **969 personas** se comunicaron con nosotros y recibieron una respuesta oportuna a sus inquietudes y/o interacciones.

Nuestros contenidos contaron la historia de los artesanos tradicionales, étnicos y contemporáneos. Contamos también las historias de los visitantes y les mostramos que la esencia de ser colombianos nos une con nuestras tradiciones.

Agradecemos a los patrocinadores con publicaciones que honraron el esfuerzo y talento de los artesanos que acompañaron y dimos visibilidad a las diferentes entidades que se unieron a la feria para ser parte de esta apuesta por la preservación de los oficios tradicionales.

4. Resultados

4.1. Ventas



La feria reportó ventas por **\$4.606.765.543** millones de pesos, lo cual es un logro importante para esta plataforma de promoción de las artesanías, ya

que con relación al 2021 reporta un crecimiento del 99.1% y se identifica una clara recuperación económica que impacta positivamente consumo cultural del país.

4.2. Visitantes



La feria reportó asistencia de **25.177 personas** al recinto ferial Plaza Mayor, superando la expectativa trazada para esta edición de la feria en un 20%. Esto en gran medida puede corresponder a los esfuerzos comunicativos (medios tradicionales, RRPP y digital), así como las actividades complementarias que contenía la feria, lo que pudo atraer nuevos públicos.

4.3. Satisfacción



Se identifica que los factores relacionados con la extensión del Pabellón Amarillo, como la nueva conceptualización del mismo y derivado de esto, se deben reforzar la señalización y estrategias como la salida obligatoria por el pabellón, en futuras oportunidades para incrementar el tráfico por la totalidad del área y mitigar los aspectos que fueron menor calificados por los expositores.



El visitante también hace un llamado de atención en la mejora de la señalización de la feria, así como mejorar los sistemas de pago de los expositores con mayor cantidad de cajeros, datafonos, entre otros.

4.4. Agenda Cultural

En esta versión de VOCES, la apuesta fue por la inclusión y horizontalidad de los contenidos: si bien, se presentaron conocimientos académicos y expertos, los lenguajes con los que se acercaron a los públicos, permitieron la construcción de espacios de palabra compartida, alejándose de la visión clásica vertical del escenario como sitio alejado y de poder. *La celebración*, abarcaba no sólo conocimientos sobre artesanía y las comunidades que la elaboran, sino también otros oficios culturales propios de la tradición colombiana, que enaltecen los saberes ancestrales y enmarcan a la feria Expoartesano en la celebración de la colombianidad, la innovación y el talento.

En cuanto a los escenarios físicos, VOCES quiso tomarse la feria en su totalidad, pues la celebración no solamente involucra a los visitantes, sino a los expositores y colaboradores. Resaltamos como positiva la celebración itinerante que se pudo lograr con la Chirimía Aguapachá, pues activa los espacios, marcaba un ritmo de celebración distinto al de la compra vacía, y acercaba en la alegría de la música al expositor y al visitante/comprador. Sin embargo, la reflexión nos lleva a sugerir que

los espacios alejados, en los que no existe un atractivo para el visitante ni para el expositor, y mucho menos una distribución espacial amigable con el observador, no deberían ser tomadas en cuenta. El escenario Tonos y Latidos, y los escenarios que se plantean como esquinas recónditas no son los ideales para la organización de eventos. La experiencia nos lleva a mostrar que, contrario a lo que se creía, los eventos no atraen público a espacios remotos, sino que, al contrario, llevan a los artesanos o expositores de los espacios más alejados a los escenarios centrales, desemboca en la búsqueda consciente del visitante del stand por más alejado o adverso a su recorrido natural.

Destacamos de forma positiva las intervenciones musicales y artísticas que se gestionaron desde el equipo de planeación del evento y que se ejecutaron con el equipo de la agenda: Chirimía Aguapachá, y grupo musical Agua 'e lulo. Con respecto a estas presentaciones, y para que se tenga en cuenta en las planeaciones futuras: se deben tener en cuenta los diversos talentos de los expositores artesanos, pues si bien su ocupación principal es la de artesanos en evento ferial, es sorprendente la amplia gama de talentos con las que cuentan, y que muy amablemente proponen para ser partícipes de la celebración. Se debe tener la suficiente flexibilidad, tanto en espacios de uso de los escenarios, como flexibilidad presupuestal para reconocer estos talentos que ponen al centro al artesano y sus múltiples saberes. Tal fue el caso de las presentaciones del ensamble de Luthiers con los artesanos Eddy Flores, Oscar Molina, Edison Juagiboy y David Jacanamijoy, la declamación poética de la artesana Marluis Benavente, y el acompañamiento folclórico de la expositora Beatriz. Se recibieron más propuestas de artesanos y artesanas expositoras, pero no se contaba con la disponibilidad de escenarios previamente pactada, o los requerimientos en materiales que las propuestas demandaban.

En cuanto a las franjas de conocimiento compartido, propuestas por el equipo de expertos temáticos de la entidad, se rescata la amplia variedad de los temas expuestos, y el ajuste juicioso que realizaron al formato propuesto: conversaciones con lenguaje cercano, de máximo 30 minutos de duración y con el sector artesanal como protagonista. Se recomienda, sin embargo, instar más a los expertos temáticos a gestionar invitados que permitan el acercamiento de los públicos a otras instituciones, personas, experticias, más allá de las valiosas con las que cuenta la entidad para mejorar el impacto y acercamiento a públicos diversos.

Se sugiere continuar con una práctica que, definitivamente, le dio el aire cercano e inclusivo a Voces, y que llamó la atención de todos los visitantes: las alianzas estratégicas con los expositores de bocados típicos o con otros aliados que tienen en su portafolio este tipo de experiencias, como Comfama. La experiencia ferial se recarga del conocimiento artesanal, y debe seguir siendo el protagonista, pero en términos de disfrute de la experiencia no podrá ser la artesanía el único centro de experiencia. Se debe recurrir a los otros oficios culturales, sin perder de vista la ancestralidad, la tradición y la innovación que caracterizan a los creadores culturales. <https://www.expoartesano.com.co/agenda-cultural/>

4.5. Rueda de Negocios

Para este año 2022, registramos con éxito la participación de 39 empresas nacionales y 10 empresas internacionales para un total de 49 empresas de las 79 inscritas. La feria **EXPOARTESANO 2022** se realizó en la ciudad de Medellín, En Plaza Mayor, siempre con el objetivo de aumentar las oportunidades de negocio y los ingresos de los artesanos beneficiados de este proyecto.

Producto de esta convocatoria de compradores profesionales se logró concretar negocios por **\$603.415.000**. Los compradores nacionales realizaron negocios por \$515.615.000 y provienen de las ciudades de Bogotá, Medellín, Cali, Cartagena, Armenia, Villa de Leyva, Caldas, Puerto Triunfo y Barranquilla, y los compradores internacionales realizaron negocios por \$87.800.000 y provienen de China, México, Costa Rica, Estados Unidos, Paris, España.

5. Registro fotográfico



Pabellón Blanco, La Memoria.



Diseño Colombia, Pabellón Amarillo



