



**CONVENIO INTERINSTITUCIONAL CELEBRADO ENTRE
ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A. Y LA CORPORACIÓN
PARA EL DESARROLLO DE CALDAS**

**INVESTIGACION DE MERCADOS PARA ESTABLECER EL
MEJOR CANAL DE DISTRIBUCION Y
COMERCIALIZACION PARA LOS PRODUCTOS
ARTESANALES DE LA ASOCIACION -ARTEFACTO -
MANIZALES**

**LINA YANETH VALENCIA G.
PROFESIONAL EN MERCADEO NACIONAL E
INTERNACIONAL**

**MANIZALES
JULIO 31, DE 2000**

Imaginar, Crear, Plasmar...
es un oficio, un arte que solo pueden lograr los verdaderos
soñadores ;
aquellos que ven la vida, las cosas, la naturaleza desde
diferentes ángulos y facetas.

"Hecho a mano",
significa mucho más que un arte ;
es una cultura plasmada en una pieza de vida,
es un trozo de lo que cada uno ve en el mundo,
la recopilación de miles de años materializados en el universo
de una artesanía.

Lo autóctono,
lo coterráneo,
el legado de un pueblo,
lo nativo en su estado más sublime,
toda una cultura recopilada en un pequeño elemento...
Existen miles de significados acerca de lo que representa
una artesanía para quien la adquiere;
y es el artesano quien es capaz de enajenar
toda esa riqueza emocional.

**INVESTIGACIÓN DE MERCADOS PARA ESTABLECER EL
MEJOR CANAL DE DISTRIBUCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN PARA LOS PRODUCTOS
ARTESANALES DE LA ASOCIACIÓN ARTEFACTO,
MANIZALES - CALDAS**

El trabajo de campo desarrollado para adelantar la investigación de mercados propuesta a la Asociación de Empresarios Artesanos de Caldas - ARTEFACTO, se implementó siguiendo varios aspectos principales:

1. Se visitaron los talleres artesanales para conocer el proceso productivo y toda la parte interna.
2. Se analizaron los consumidores a través de la aplicación de una encuesta a una muestra muy pequeña y de observaciones para determinar razones de compra
3. Recolección de información valiosa (Internet, Cámara de Comercio, Mincomex, Proexport, Universidad de Manizales y Universidad Autónoma)
4. Se hacen recomendaciones importantes

Todo esto se muestra a continuación con sus respectivos análisis y aspectos a tener en cuenta.

VISITA A TALLERES



VISITA No. 1

LLENO DE ALEGRÍA :

El taller "Lleno de Alegría" está dedicado a crear, en una técnica totalmente innovadora y desarrollada por ellos mismos (Humberto e Ilsa : esposos), una cantidad de objetos como : medallones, móviles, inmóviles, pulseras, aretes, entre otros.

Para la elaboración de dichos productos se requiere del diseño previo de una "forma" (molde o dibujo de línea) en alambre de bronce, plata o alpaca.

Luego, se realiza un detallado proceso de trituración de piedras semipreciosas como granate, cuarzo, jade, amatista, malaquita, pirita y otras ; con lo que se procede a llenar el molde y dar forma compacta por medio de la utilización de resina.

La gran gama de colores de los diseños se obtiene a través del uso de óleos, pintura para cerámica y / o tintas indelebles.

Para la elaboración de bisutería se utiliza cordón enserado o cuero negro (materiales usados según se crea conveniente para los productos).

A destacar :

- Manejo de imagen corporativa
- Manejo de cuero poso conocido : innovador
- Organización interna
- Planeación Estratégica
- Hecho a mano
- Diseños propios y exclusivos
- Red de canales de distribución
- Aprovecha alianzas con otras instituciones (SENA) para elaboración de productos (modalidad de administración moderna : Outsourcing)
- Los acabados son en colores naturales (aunque algunos son a través de tintas)
- Diseño de stand

A tener en cuenta :

- Seguir haciendo uso de las alianzas estratégicas
- Investigación constante de los cambios en gustos y preferencias de los consumidores
- Participación en ferias y otros eventos
-

"Solo aquellos que tienen el privilegio de ver cosas que los demás no pueden , son creadores de objetos con vida para quien las adquiere, de piezas para llevar : de arte para llevar"

margen de utilidad (variando desde \$ 6.000 hasta 120.000 y más). Por tal motivo se puede discriminar fácilmente los precios al por mayor y al detal.

El mercadeo de los productos se realiza a través de :

- Punto de venta propio: Almacén en Centro Comercial SanCancio.
- Distribuidores : uno en la Costa Atlántica y otro en el Eje Cafetero (por comisiones)
- Ventas por catálogo
- Ferias y eventos comerciales y especializados en artesanías y cuero a nivel nacional y España. La exhibición, el diseño y la creatividad son muy importantes en el stand de Su Escarcela y se manejan descuentos

Sus clientes son personas que visitan el almacén y lo conocen, boutiques, otros almacenes, y todos aquellos que asistan a las ferias y eventos donde participa el taller.

En cuanto a el manejo de imagen es preciso felicitar a este taller, ya que han desarrollado todo lo que corresponde a este rubro : tarjetas de presentación, etiqueta, catálogo, marquilla, empaque (reutilizable), papelería, entre otros. Poseen un excelente contraste en los colores institucionales y su slogan lo dice todo : "Arte para llevar".

Resaltan el valor de ser hecho a mano.

La mayoría de los materiales requeridos para dar forma a sus creaciones son traídos de Bogotá a excepción de la pirita que se obtiene de Marmato.

Poseen un excelente diseño de empaque, logo símbolo y presentación de los productos (volante con información valiosa acerca de la técnica de elaboración y otros aspectos importantes de identidad del taller).

Es muy importante destacar la esencia del trabajo artesanal, con la frase "Hecho a mano", como ellos lo hacen.

Los precios son fijados con base en costos y % de utilidad, por lo que se hace más fácil la distinción entre precios al detal y mayoreo. Buena técnica.

Sus principales clientes se encuentran en :

Medellín (Éxito y Promoción de Comercio Social)

Bogotá (Expoartesanías)

Manizales (Feria Artesanal de Manizales)

Además participan en diferentes ferias durante el año

No venden en almacenes de la ciudad, ni tienen canal de comercialización propio (almacén)

Complementando sus productos básicos, desarrollan nuevos productos decorados con resina, tales como : espejos, cofres y otros. La idea es implementar la técnica de piedras molidas en este tipo de productos... A seguir trabajando en ello.

A destacar :

Técnica innovadora

Diseños propios

Participación en ferias

Precios competitivos

Proyección e innovación : Visión

Desarrollo de nuevos productos : extensión de línea

Hecho a mano

Imagen corporativa

A tener en cuenta :

Desarrollar catálogo

Estudio constante del mercado y la competencia

Desarrollo de nuevos productos : a trabajar en los ya pensados

Aprovechar vínculos con la asociación

" En el rol del creador, lo verdaderamente importante es la innovación constante... Estar un paso adelante de la competencia".

VISITA No. 2

ARTEC

La fascinación de la creación de productos elaborados cuidadosamente para todos los espacios habitables, con gran colorido y detalle son la especialidad de ARTEC.

El Taller "ARTEC" utiliza para la elaboración de sus productos una técnica denominada cerámica esmaltada, complementada en algunos casos con forja en hierro y/ o madera.

El proceso empieza con la elaboración de los artículos en arcilla, luego se delinea el dibujo deseado en la superficie (antes de que se seque totalmente). Se le aplican los esmaltes y engoves y por último se lleva al horno.

Después, se hacen los acabados o ensambles según el tipo de producto (en hierro, madera o mimbre).

La materia prima utilizada para la fabricación de los artículos es : arcilla, esmaltes, engoves y caolín líquido.

ARTEC maneja una amplia gama de productos para líneas de cocina, comedor, sala, habitación e iluminación. Actualmente, están en desarrollo nuevos productos para la línea de baño y otros.

Sus diseños son propios y únicos, plasmando en los productos fabricados pequeñas recreaciones de paisajes de pueblos colombianos, figuras precolombinas y otras formas que reflejan la identidad del taller.

Posee un buen despliegue de materiales que constituyen su imagen corporativa, como: nombre de marca, empaque, catálogo (a desarrollar en inglés), tarjetas y papelería (factura, hojas membreteadas, etc.)

El listado de precios es detallado y está sistematizado, se discrimina el precio al por mayor y al detal. Para la fijación de estos se utiliza fórmula de costos más margen de utilidad.

Sus principales clientes se encuentran en: Pasto, Cartago, Barranquilla, Bucaramanga, Buga, Popayán, Medellín, Cali, Ibagué, Boyacá, Bogotá y Neiva.

Participa en gran variedad de ferias del país durante todo el año, en diferentes lugares del territorio nacional.

Posee todo el material e información del taller sistematizada.

A destacar :

- Diseño de los productos (dibujos y figuras)
- Todo el proceso es artesanal
- La información del taller está sistematizada

- **El desarrollo de productos es constante**
- **Variedad de líneas y terminados (madera, mimbre e hierro)**

A tener en cuenta :

- **Desarrollar un catálogo en inglés para posibles negociaciones**
- **Conocer los gustos y preferencias de los consumidores y sus motivos de compra, para el desarrollo de productos.**
- **Abrir el mercado local**
- **Desarrollar una base de clientes (información cualitativa)**
- **Utilizar un solo nombre para lograr identidad y recordación de marca del taller (ARTEC o INDUCERÁMICA)**

" El trabajo artesanal es mucho más que un arduo esfuerzo, es la laboriosidad de manos creativas que plasman en cualquier objeto la identidad cultural de un pueblo; vista con los ojos de cada taller"

- **El desarrollo de productos es constante**
- **Variedad de líneas y terminados (madera, mimbre e hierro)**

A tener en cuenta :

- **Desarrollar un catálogo en inglés para posibles negociaciones**
- **Conocer los gustos y preferencias de los consumidores y sus motivos de compra, para el desarrollo de productos.**
- **Abrir el mercado local**
- **Desarrollar una base de clientes (información cualitativa)**
- **Utilizar un solo nombre para lograr identidad y recordación de marca del taller (ARTEC o INDUCERÁMICA)**

" El trabajo artesanal es mucho más que un arduo esfuerzo, es la laboriosidad de manos creativas que plasman en cualquier objeto la identidad cultural de un pueblo; vista con los ojos de cada taller"

VISITA No. 3

HOJAS DE HIERBA

El taller "Hojas de Hierba", reinventa fantásticamente un producto de gran utilidad; usando una y otra vez la misma materia prima que es el mismo producto final, su esencia y potencia : el papel.

Diana Silva, emplea la técnica de papel reciclado para fabricar más papel que luego usará en agendas, carpetas, álbumes fotográficos, separadores y tarjetas; todos de diferentes tamaños, diseños y estilos.

El proceso que se emplea es el siguiente :

Se pica el papel reciclado

Se pone a remojar

Se licúa el papel y se tiñe (para darle el color deseado o se deja así : natural)

Se pasa la pulpa a bandejas con más agua

Se saca en el bastidor del tamaño requerido

Se deja secar y se corta según el tamaño del producto

Se cortan las pastas y se le hacen los acabados (decorados con hojas y flores procesadas)

Se encuaderna y se cose.

**La materia prima utilizada para la elaboración de este papel es :
vástago de plátano, papeles, cartones, anilinas, hojas y flores
procesadas, hilo yute, tela yute, pita, cartón craft, pegantes,
gasa, hilos y corcho.**

**En cuestión de imagen corporativa solo se manejan aspectos
básicos como : tarjetas de presentación, logo, e-mail**

**La determinación del precio se hace por medio de fórmula, se
tienen claramente diferenciados los precios al mayoreo y al
detal.**

**Sus clientes son a nivel local y por pedido de Bogotá y Medellín.
Participa en gran variedad de ferias a nivel local, regional y
nacional.**

**Complementario a dicha actividad, Diana también trabaja
tejidos en croché ; desarrollando una amplia gama de bolsos,
gargantillas, mochilas, entre otros (el trabajo lo realiza
conjuntamente con sus hijos)**

A destacar :

- El nombre tiene amplia relación con la actividad desarrollada**
- Buena forma para la fijación de los precios**
- La participación en ferias es muy acertada**
- Las flores y hojas procesadas son un elemento característico
que le dan buenos acabados a los productos y puede ser el
elemento diferenciador de otros talleres**

- **Utilización adecuada de una tendencia actual generalizada (reciclaje)**

A tener en cuenta :

- **Desarrollar sticker o sello para colocar en los productos**
- **Crear elementos de imagen corporativa importantes (empaque, catálogo y otros)**
- **Se recomienda que el empaque se realice en material reciclado o en otro que tenga relación directa con el producto (en forma manual, no en plástico u otro elemento poco degradable)**
- **Desarrollar identidad del taller (hojas y flores secas o tejidos : es recomendable elegir entre uno u otro para generar recordación de marca)**
- **Estudiar tendencias para desarrollar nuevas líneas de productos (fácilmente conjugables con el papel)**

" Desarrollar productos basados en la riqueza y sabiduría de la naturaleza es la base para crear nuevas alternativas de uso con un alto valor cultural y comercial, contribuyendo así al cuidado del medio ambiente y a educar al consumidor para hacer compras racionales"

VISITA No. 4

CEDRO NEGRO

Cedro Negro es vida inmortal que brota de la madre tierra, es la representación del fruto de la existencia, de la semillas ; que quieren hacer parte de un elemento tan simple pero tan complejo porque mezcla todo de forma mágica para ofrecer en un pequeño vaso todo el sabor y la exquisitez que una bebida merece.

El Taller "Cedro Negro" ofrece una nueva alternativa en mezcladores, hechos totalmente a mano con una gran diversidad de semillas (aproximadamente 15 diferentes)

El artesano recolecta las semillas de las veredas aledañas o las compra. Luego, las taja, las limpia y las pule. Después, las perfora y las acopla al delgado bambú y por último les hace los terminados finales.

Como podemos deducir la materia prima requerida por el taller es :

Semillas de : cedro negro, congolos, enebro, frijol blanco, marañón, sonajero, chumbimba, mate blanco, set-set, habas, durazno, chocho, entre otras.

Bambú torneado

Troncos de bambú o guadua

Tacos de hurapán, acacia negra u otras maderas finas

Totumo o calabazos

Además fabrica : En bisutería collares y aretes y llaveros : para lo cual requiere fuera de las semillas alambre, bronce, alpaca o cobre según el producto.

El precio se fija de acuerdo a la valoración del trabajo manual, el tiempo empleado y otros aspectos que el artesano considera valiosos.

Actualmente, exhibe sus productos en almacenes como El Crisol, Mis Manos y Mil Cositas del Centro Comercial Sancancio, Bhopal y en el Centro del Pensamiento (Pabellón Zeri).

Asiste a ferias, convenciones y eventos comerciales.

A destacar :

- **El brillo y color de cada producto son naturales**
- **Es un producto totalmente nuevo y diferenciador**
- **Todo el producto es totalmente de origen natural (bases de soporte y cuerpo del mezclador)**
- **Participación en eventos feriales y comerciales**

A tener en cuenta :

- **Aprovechar las características naturales y de innovación**

- **Desarrollar un catálogo con los productos**
- **Crear nuevos diseños y productos (a mediano o largo plazo)**
- **Estudiar normas para la utilización de ciertas semillas (sobre todo si se tienen intenciones de exportación)**
- **Conocer gustos de los consumidores (utilización de otros frutos o semillas)**
- **Desarrollar un empaque acorde con el producto**

" La belleza de origen natural es la única realmente valiosa, si esta se combina con un toque de imaginación trasciende hasta convertirse en una pieza totalmente pura, única"

VISITA No. 5

TELARIUM

Telarium crea, hila y construye un mundo mitológico de tejidos combinando color, diseño e imaginación de miles de formas ; porque una pieza nunca se repite, es exclusiva.

La artista responsable de dichas obras utiliza una técnica conocida como Macramé, para lo cual utiliza lana virgen, cabuya, hilos en algodón, semillas, bambú, conchas, cerámica y plumas.

El proceso de elaboración empieza cuando se hace el diseño del artículo a trabajar

Luego, se urden los hilos.

Se hace el proceso correspondiente en el telar

Y por último se le dan los acabados finales (bambú, semillas, otros)

El taller maneja líneas decorativas y utilitarias entre las que se destacan :

Artículos para comedor, sala y baño

Ropa, blusas y vestidos de baño

Hogar

Gobelinos

Tapiz de pared

Gargantillas, entre otros.

El precio se fija basándose en la mano de obra, materiales y porcentaje de utilidad.

En imagen corporativa se han desarrollado tarjetas de presentación, empaque y etiqueta.

Los clientes se han consolidado por medio de ferias, contactos, conocimiento propio (pedidos) o por otros medios. Los artículos se exhiben actualmente en el almacén Bhopal.

Clara dicta cursos de capacitación y talleres donde enseña su técnica y transmite su potencial.

A destacar :

- **Enseñanza de la técnica, legado de generación en generación**
- **Recuperación de trabajos hechos totalmente a mano (tejidos)**
- **Diseños según gustos y tendencias actuales de consumidores**
- **Estilos y diseños diferentes**
- **Nombre totalmente acorde con la actividad principal del taller : buena identidad y recordación**

A tener en cuenta :

- **Desarrollar marquillas y catálogo de productos.**
- **Innovación y renovación de líneas**

- **Aprovechar el potencial y versatilidad de los productos**
- **Darle una caracterización o identidad de marca al taller (proyección)**

“Sólo el que es capaz de transmitir lo que sabe es verdaderamente sabio, más aún el arte, el oficio artesanal”

VISITA No. 6

EL CRISOL

La tradición milenaria de la fundición es toda una inspiración, cimentada en la representación imaginaria de lo que se quiere modelar en un pieza de plata: una creencia, un deseo, una ilusión, un pensamiento, cualquier cosa ... en fin un trozo de sí mismo, de como se percibe el mundo: ese es el oficio de El Crisol.

El Crisol es un taller que se dedica a la elaboración de piezas en plata, con incrustaciones en piedras preciosas y/o semipreciosas según el gusto del consumidor.

Noemí elabora las piezas a mano, para lo cual utiliza plata ley 900, piedras preciosas y semiopreciosas; en un proceso desde la fundición hasta el ensamblaje, así:

Se funde la plata

Se forman hileras del metal según el tamaño deseado (hilos, platinas, etc.)

Se unen las piezas para armar el diseño y se sueldan

Se le hacen los terminados finales

El Crisol ofrece anillos, aretes, collares, pulseras, broches y dijes; con una inmensa variedad de diseños y modelos elaborados por la artesana.

Maneja adecuadamente la imagen corporativa al combinar tarjetas de presentación, logotipo, sticker y empaque todo completamente definido y de alta concordancia con el taller.

Los precios se fijan de acuerdo a costos, mano de obra (tiempo empleado en la elaboración, complejidad...), porcentaje de utilidad.

Los clientes son atraídos por el punto de ubicación del almacén en el Centro Comercial Sancancio (clientes fijos y esporádicos o temporales) y en la Feria de Manizales. No se participa en ningún otro evento durante el año.

Complementario a los artículos descritos también ofrece al público gran variedad de tejidos, bordados y otros productos artesanales.

A destacar :

- Nombre y logo adecuados para el taller, muy bien trabajados.**
- Diseños propios y / o a pedido del público.**
- Complejidad en la elaboración manual de las piezas**

A tener en cuenta :

- Aprovechar ferias especializadas para dar a conocer los productos**

- Destacar el factor de ser piezas elaboradas a mano.
- Aprovechar la identidad del taller como muy artesanal.

" Tener el privilegio de combinar lo etéreo con las manos para materializar sentimientos, ideas, lo intangible, lo sutil que brota de las entrañas de lo más adentro del cuerpo o la mente :eso, eso es toda una proeza"

VISITA No.7 : Almacén

VISITA No. 13: Taller

ALFAR

Cerámicas ALFAR es la esencia de la orfebrería, pintando o decorando objetos con pintura vitrificable.

Su estilo de elaboración es totalmente manual, inspirado en imágenes de la naturaleza, figuras religiosas y grabados decorativos ; haciendo este arte único en el mercado local, lo que genera un valor agregado a todos sus productos.

Para la elaboración de la amplia gama de productos Gloria utiliza como materia prima: Arcilla, pocillos, baldosas, plafones, esmaltes importados

Se sigue el siguiente proceso

Se dibuja a lápiz sobre la superficie a pintar

Se pinta con pincel el diseño calcado

Se quema en el horno

Líneas :

Iluminación

Decorativas

Mesa

Utilitarias

Entre otras posibles

Imagen Corporativa: Targetas, stickers, sellos. Falta desarrollar catálogo, marquilla, papelería y slogan

Los precios se calculan con base en los costos de producción y porcentaje de utilidad. Se tiene una lista de precios al por mayor y al detal específica y bien diferenciada.

Clientes: Punto de Venta propio (Centro Comercial Sancancio) Éxito, Cadenalco y otros.

En Medellín y Bogotá hay vendedores que distribuyen el producto (bajo comisión). Contactos actuales para tener un distribuidor en México. Se han llevado muestras a otros países (Alemania, España y Estados Unidos)

La información del taller está totalmente disponible en estudios y trabajos desarrollados. Se han realizado gran variedad de estudios y alianzas con instituciones de educación para llevarlos a cabo. Su propietaria aplica todo lo aprendido en cursos, talleres y capacitaciones.

Se manejan empaques diferentes según lo requiera el cliente (cartón, plástico, otros), sellos o sticker para colocar en cada producto (se innova e investiga constantemente en este aspecto para generar recordación de marca). Logosímbolo y nombre acordes con el oficio y actividad.

DOFA :

Fortalezas :

- **Conocimiento del perfil del cliente (descripción hecha por los vendedores de cada ciudad : Medellín, Bogotá y Manizales)**
- **Información amplia sobre el taller (estudios elaborados por practicantes y empleados)**
- **Estudios de Mercadeo**
- **Visión a largo plazo**
- **Innovación constante**
- **Hecho a mano totalmente**
- **Modelos propios**
- **Planeación Estratégica**
- **Mentalidad positiva y exportadora**
- **Empaque según requisitos del cliente & innovación en estos)**
- **Extensión de línea**
- **Combinaciones con hierro y madera**
- **Aplicabilidad de temas vistos en capacitaciones**
- **Calidad de los productos**
- **Acabados diferentes**
- **Buenas relaciones con los empleados**
- **Se logra el fin último de las ferias (contactos, difusión de la empresa, intercambios)**

Debilidades

- **Falta material de apoyo para ferias (catálogo, afiches, volantes de presentación)**
- **Sistematizar la información**

Oportunidades :

- **Desarrollo de nuevos productos y técnicas**
- **Capacidad exportadora y experiencia en el tema**
- **Aprovechar incentivos al sector y alianzas con otras empresas**
- **Convenios con otros países**
- **Ferias especializadas y no especializadas**
- **Gustos y preferencias de los consumidores**

Amenazas :

- **Cambios en los gustos y preferencias de los consumidores**
- **Imagen del país en el exterior**

“En el afán de ahorrar costos, algunas personas se dedican a seguir patrones, a copiar lo que ya está hecho... El secreto de el éxito (en especial en este sector) está en desarrollar diseños y modelos propios, con los que se logre crear un reconocimiento como piezas de alto valor por su carácter de singularidad”

VISITA No. 8 : Almacén

VISITA No. 16 : Taller

SU ESCARCELA

**" Una mirada a la abuela
y nace su Escarcela...**

**Retazos de historia,
costumbres y materiales.**

**Cantos de urdimbre y
telar : hilando, cosiendo y
remendando creatividad ;
conjugando manos,
mente y corazón para
llevar el arte en ti"**

**Eso es su Escarcela, pieza única de la magia naciente del
diseñador, transformada por el encanto del artesano y
dignificada en tus manos.**

**Este taller elabora una gran variedad de accesorios en cuero,
madera y tejidos para lo cual utiliza como materia prima un
cuero curtido altanino (poco conocido y utilizado en el sector :
altamente novedoso), el cual es traído de curtiembres de
Santa Rosa, Medellín y Bogotá; además adquiere broches,
cordonería, remaches, hilos de costura, tintas a base de tierras
minerales y pegantes de algunas peleterías de la ciudad o de
Bogotá o Cali.**

El proceso que siguen los artesanos para crear sus piezas únicas es muy completo:

Se analizan los gustos y preferencias de los consumidores, que quieren y tendencias actuales (sondeo a segmento específico)

Se sacan unos diseños según el análisis del estudio realizado : posibles alternativas para satisfacer al consumidor

Se elaboran los prototipos

Se le hacen las correcciones pertinentes para su viabilidad, en cuanto a color, textura, tamaños, ergonomía, costos y otros.

Se planea la producción, con la correspondiente inducción a los empleados

Se hacen los acabados

Se coloca en el mercado en un período de prueba (almacén, distribuidores y catálogo)

Su Escarcela maneja las siguientes líneas de accesorios:

Bolsos : En cuero, madera y cuero, tejido y cuero

Sombreros : tejido, tejido y cuero

Billeteras y monederas

Calzado : Sandalias y zapatos

Vestuario : Blusas, vestidos y vestidos de baño en cuero y cuero y croché

Chaquetería : Cuero

El precio se fija teniendo en cuenta costos de materia prima, de mano de obra, tiempo invertido, costos fijos y otros y

VISITA No. 9

MALOCA

Casas tejidas de
los indígenas que contienen
el universo cuyo símbolo
son los 3 círculos unidos,
acompañados de la luna,
que representa la gestación,
aparición y desaparición
inexorable y eterna,
conjugados con el
triángulo, formando
el sexo femenino, centro
y fuente de toda vida.

Esto es

MALOCA

Contenedora del universo
entero...

Tu universo.

Porque lo importante es
lo que cargas en ella, tu
pequeño pedacito de vida.

Por eso tiene que estar
dentro de algo muy
especial único e irrepetible.
Si te llevas una tula
Maloca, te llevas la buena
energía de muchas personas.

Esta es la presentación de Maloca en su etiqueta. Además posee slogan ("Cada tula Contiene el universo entero... Tú universo"), logosímbolo, catálogo, sticker, empaque, tarjetas de presentación, colores y marquilla muy bien definidos con lo que se refuerza la identidad de dicho taller.

Para la elaboración de los artículos Maloca, que se hace desde el tinturado de la pita hasta los acabados finales, se sigue el siguiente proceso:

Se elabora un diseño previo a seguir (según el producto)

Se tintura la pita : colocándola a remojar en un recipiente, luego se pone a hervir y se le hecha la sal y por último el tinte del color deseado (3 horas)

Se colocan las pitas en remojo durante 3 horas

Se lavan, se secan y se enrollan

Por último se teje y se le hacen los acabados

La materia prima que se requiere (pita los tintes industriales "El Sol") se adquiere 3 veces al año, en Armenia al por mayor ; antes se obtenía en Calarcá.

Los productos elaborados después de cumplir con el proceso anterior son :

Maletines

Mochilas (hombre - mujer)

Morrales

Carteras

Bolsos
Sombreros
Correas
Blusas
Vestidos (en hilo)

Los diseños de estos son completamente únicos, piezas irrepetibles que dan gran variedad de colores, modelos y estilos.

Los precios se fijan teniendo en cuenta costos, tiempo empleado en la elaboración, moda, utilidad y precios de la competencia directa e indirecta por lo que oscilan entre los \$10.000 y los \$ 60.000

Sus empleados son sus hijas, ya que se ha tenido malas experiencias en el pasado con personas contratadas.

Sus clientes son personas que acuden al almacén Tajo (exhibición actual de productos), a ferias en el Eje Cafetero, Manizales y Bogotá (Expoartesanías). Además de personas y almacenes en Pereira, Armenia, Bucaramanga y Cali, entre otros.

Se tiene una información amplia sobre los perfiles, gustos y preferencias de los consumidores, estilos de vida, motivos de compra y otros estudios de mercadeo.

A destacar :

- **Excelente manejo de la imagen corporativa del taller (muy completa)**
- **Diseños propios y exclusivos**
- **Innovación constante**
- **Desarrollo de productos según tendencias y gustos y preferencias**
- **Amplio conocimiento del mercado (clientes y tendencias)**
- **Conciencia de la importancia de satisfacer al consumidor con productos de alta calidad**
- **Desarrollo de estudios de mercadeo**

A tener en cuenta :

- **Sistematizar toda la información**
- **Seguir con adelante con la elaboración de otros estudios**
- **Desarrollar otras líneas de productos**
- **Aprovechar el excelente diseño de la imagen de marca y logo**
- **Perfeccionar la planeación estratégica del taller (sistematizar la información)**

" La imaginación no tiene límites, lo único limitado es el pensamiento lineal y la incapacidad de algunos para concebir de formas diferentes, etéreas del mundo que nos rodea"

VISITA N°.10

FORJA Y SOLDADURA

El taller Forja y Soldadura transforma un material rústico : el metal para convertirlo en elementos de alto valor decorativo y funcional.

Por obvias razones la materia prima utilizada es : hierro, soldadura, carbón y luz

El proceso para transformar dicha materia prima es :

Se cortan las piezas según un diseño previo

Se forja

Se ensambla

Se hacen los acabados (envejecidos, pintura)

Las líneas de productos que maneja son :

Candelabros (pared, mesa, piso, etc.)

Camas

Escritorios

Mesas

Lámparas

Y otros (por pedido)

Algunos de los artículos mencionados anteriormente se combinan con vidrio, madera u otro elemento.

Complementario a las líneas pequeñas también se fabrican puertas, ventanas, pasamanos, herraduras, artículos para ganadería y agricultura ; en cualquier estilo o diseño deseado por el cliente.

Sus clientes son de las ciudades de Manizales (Almacenes o ferias), Bogotá y Medellín.

El precio no se fija bajo ningún patrón, el artesano se basa en el tipo de cliente o en el precio "negociado" al que se pueda llegar.

De imagen corporativa solo maneja tarjetas de presentación.

Trabaja con sus hijos y otros ayudantes en el taller.

A destacar :

Diseños característicos del taller

Trabajo en familia

Gran variedad de líneas

A tener en cuenta :

Participar en Ferias y eventos para dar a conocer los productos

Trabajar en el nombre del taller, algo corto y de fácil recordación (relación directa con la actividad, rescatar trabajo manual, técnica empleada, entre otros)

Destacar la labor del artesano "hecho a mano"

"Las manos son el fiel reflejo del tipo de trabajo que realiza el artesano, que como su nombre lo indica es hecho a mano, artístico"

VISITA No. 11

CALAOS Y TALLAS EN MADERA

La laboriosidad refleja lo que somos por dentro, la imaginación y el arte hecho material ; esa es la tarea de este taller.

Odila y sus empleados utilizan un tipo de madera poco común, conocido con el nombre de Tolúa, para modelar cualquier artículo imaginado. Además usa el Cedro, tintillas (pintuco) y disolventes, lija, puntillas, cincel y lacas.

El proceso para la elaboración de una pieza es el siguiente :

Se plantilla (diseño para cada producto : molde)

Se sinfinea

Se talla cada una de las piezas o segmentos del producto

Se lija

Se pinta (según tipo de flor y color deseado)

Se ensambla (Flor, tallo, hojas)

Las líneas que trabaja el taller son (en todos los tamaños y para piso, mesa o pared):

Percheros

Candelabros

Repisas

Flores
Floreros
Cenefas
Repisas
Mesas

El precio es determinado teniendo en cuenta costos, mano de obra y porcentaje de utilidad (oscila entre los \$ 1.000 y los \$80.000 o más)

Sus clientes se encuentran en Bogotá, Cartago, Tulúa y Manizales.

Participa en ferias importantes durante el año, tales como : Manizales, Popayán (Abril), Armenia y Bogotá (Expoartesanías)

De imagen corporativa maneja tarjetas de presentación y empaques

A destacar :

- **Innovación en la técnica para la elaboración de los productos**
- **Trabajo familiar**
- **Variedad de productos e innovación constante en diseños**
- **Excelentes acabados**
- **Buena técnica para la fijación de precios**
- **Visión y proyección de la propietaria**
- **Participación en Ferias muy importantes para el sector**

A tener en cuenta :

- **Elaborar la Planeación Estratégica del Taller**
- **Desarrollar un nombre corto, de fácil recordación (el nombre de la técnica, derivación latina o raíz de la madera, nombre o especie de alguna madera).**
- **Implementar imagen corporativa (principalmente la etiqueta, que es imprescindible a la hora de la venta y un slogan que lo identifique fácilmente)**

“ Los mayores elogios son para aquellos que plasman con las manos lo que los demás quieren ver, lo que necesitan ver : su realidad y su fantasía, su alegría y su dolor, sus gustos y deseos”

VISITA No. 12

PAPELARTE

La Fusión de infinidad de colores, texturas y fibras hacen de PAPELARTE la alternativa perfecta para aquellos que creen en la reutilización de los materiales que dan vida a otros.

Materia prima :

Papel reciclado

Fibras naturales (bástago de plátano, chócolo, entre otros.)

Proceso :

Se pica el papel reciclado

Se pone a remojar

Se licúa el papel y se tiñe (para darle el color deseado)

Se pasa la pulpa a bandejas con más agua

Se saca en el bastidor del tamaño requerido

Se deja secar y se corta según el tamaño del producto

Se cortan las pastas y se le hacen los acabados (decorados con vinilos : sellos o moldes de figuras precolombinas)

Se encuaderna y se cose.

Líneas :

Agendas

Carpetas
Separadores
Lámparas (papel madera)
Comedor (servilleteros)

Precio : Costos, tiempo empleado en la elaboración, mano de obra, porcentaje de utilidad. Los precios oscilan entre los \$800 y los \$ 10.000

Los separadores son los residuos de los cortes de los otros productos (Filosofía Zeri)

Los clientes son personas que visitan las ferias de Manizales, Medellín y Bogotá (Expoartesánías), además de las ciudades de Armenia y Pereira.

En Manizales se han dejando productos en consignación en algunas papelerías de la ciudad (Papelería La 57).

El taller innova constantemente en la materia prima para elaborar los productos (Diferentes fibras naturales)

En imagen solo manejan tarjetas de presentación.

Aspectos a destacar :

- Figuras precolombinas en los acabados**
- Producto elaborado desde la materia prima**

- Técnica innovadora
- Uso de Filosofía Zeri

A tener en cuenta :

- Imagen corporativa a trabajar (principalmente catálogos, etiqueta y slogan para alcanzar diferenciación y recordación de marca)
- Investigación constante para conocer el perfil del cliente objetivo y potencial
- Desarrollar un elemento que marque la diferencia frente a la competencia y así genere recordación de marca.

" Considerar cada trabajo artesanal diferente y único también es un arte, es la capacidad de crear y encontrar el toque mágico para desarrollar e imprimir características singulares a todo lo que toca el artífice de la obra"

VISITA No. 13

EL TALLER

La capacidad de recolectar trozos de naturaleza para luego armar piezas de belleza única y valor incalculable, es la labor que " El Taller" tiene como bandera y estilo de vida.

Por tal razón su materia prima principal es cualquier cantidad de semillas que se encuentren en Supia y Manizales, entre las que podemos observar: totumo, congolo, corozo, chocho, chirilla, lágrima de San Pedro, marañón, piñón de oreja, entre otras ; con las que se recrean diferentes ambientes.

Además de tintillas, cáñamo, cerámica, recina, algarrobo, bambú y guadua (proceso completo de inmunización). Los cuales se obtienen de Bogotá y Armenia.

El proceso seguido para la elaboración de los productos es el siguiente :

Diseño previo del producto

Inmunización de las semillas (ácido bórico y petróleo)

Selección del Totumo

Perforado

Ahumado

Lijado

Encordado (instalación de la cerámica)

Anudado

Acabados finales

Los colores que caracterizan los trabajos de este taller son tonos tierra que complementan fantásticamente los acabados de cada una de las piezas.

Entre las líneas que maneja el taller están: móviles, lámparas (pared, piso, techo y mesa), pipas y bisutería.

Las bases de las lámparas son en algarrobo y bambú.

Sus clientes se encuentran en ferias y 3 ó 4 fijos (conocen la existencia del taller desde tiempo atrás).

El precio se fija por la valoración del trabajo y porcentaje de utilidad. No vende al por mayor a no ser por pedidos superiores a los \$ 500.000 y tampoco en consignación (deterioro de los artículos).

En imagen corporativa maneja tarjetas, papelería (hojas membreteadas). A desarrollar empaque y catálogo.

Adicionalmente a los productos mencionados anteriormente también fabrica productos en guadua (camas, bares, mesas y otros).

A enviado muestras a las Islas Canarias y Alemania.

A destacar :

- **Innovación constante en diseños, desarrollo de productos nuevos**
- **Diseños propios**
- **Producto distintivo del taller : Totumo**

A tener en cuenta :

- **Trabajar en imagen corporativa acorde con la tendencia natural y neohipie (slogan, empaque, etiqueta y catálogo o portafolio).**
- **Investigación constante para determinar gustos y preferencias de los consumidores**

" La calidad en los acabados de los productos artesanales, marcan la diferencia frente a competidores directos e indirectos ; porque demuestran la perfección y excelencia de una raza, de un pueblo pujante y emprendedor que quiere mostrar su mejor cara ante el mundo"

VISITA No. 14

ARTESTRO

La utilización de un material olvidado, para engendrar nuevas ideas y hacerlas realidad; se convierte en una ventaja competitiva frente a nuevos mercados y a las puertas de nuevas tendencias generalizadas. Por eso ARTESTRO representa la imaginación y el talento para reconocer el valor de volver a la naturaleza y transformarla con el fin único de dar valor agregado (nuevos usos) a un elemento poco utilizado el estropajo : su máximo símbolo.

Materia Prima :

Estropajo

Fique (tinturado)

Flores inmortalizadas

Tintes

Silicona

Cinta

El proceso que se sigue es el siguiente :

Se abren las láminas de estropajo sin corteza (en bruto)

Se clasifican las texturas o estructuras por tamaño

Se tinturan según color requerido (con tintes industriales)

Sus clientes están en ferias como la de Bogotá (Expoartesanías) y Manizales, entre otras. Además de los que ya conocen el negocio desde tiempo atrás.

A rescatar :

- **Bien por la imagen corporativa que maneja (aspectos básicos de gran importancia)**
- **Innovación en técnicas**
- **Diversificación de líneas (desarrollo de nuevos productos : lámparas y mezcladores)**

A tener en cuenta :

- **Sistematizar información y estudios del consumidor (ferias)**
- **Permanecen en constante investigación para desarrollar productos que quieran los consumidores y que estén de acuerdo con las nuevas tendencias.**

"La fascinación del color y la fina mezcla de diversos materiales naturales son características de la tradición milenaria del pueblo colombiano, que nos identifica como personas con sabor y un no se qué en la sangre : el picante latino... Solo el que entiende esa magia y se deja envolver por ella puede dar vida a ese rico legado cultural de nuestros ancestros en una artesanía

VISITA No. 15

J y M

Cuando la religión se muestra en todo su esplendor a través de la majestuosidad de un recinto (Iglesia) y deja que la persona que sea capaz de captar su lenguaje lo exteriorice, aparece un hombre con el don de ensamblar pieza por pieza los detalles que ella quiere que recordemos de su belleza.

El taller J y M se encarga de hacer réplicas de cualquier tipo de iglesia en diferentes tamaños y maderas (cedro, triplex y nogal). Pero su elemento característico es la Catedral Basílica de Manizales.

Para la elaboración de sus réplicas, Jaime Marín combina maderas, laca, barnís, pegante o colbón y una lija. Y luego hace el proceso siguiente :

Se plantilla el diseño a seguir (mirando la fotografía de la Iglesia que se convertirá en réplica)

Se rajan las láminas de la madera en finas chapas, según el ancho necesario (1 cm. u otros)

Se cortan las chapas en las piezas necesarias

Se ensamblan las piezas con colbón y a presión.

Se le hacen los acabados

Se aplica laca (2 veces. Solo para la catedral pintura gris)

Se le pone la base o no

Se le pone la marquilla (Nombre del Taller, Actividad e información del taller)

Se empaca

El color de las réplicas es natural (lo da el "envejecido" de esta)

Tamaños de las réplicas de las Iglesias, en bulto y fachada son : Pequeño, Mediano y Grande.

El precio se fija teniendo en cuenta la valoración del trabajo, el tiempo (manualidad, piezas muy pequeñas, detalles) y porcentaje de utilidad.

Sus clientes están en la ciudad de Manizales en el Almacén Artístico, en una Droguería del centro y asisten a la Feria.

Posee estudios de Cámara de Comercio y diferentes universidades (sin sistematizar).

Complementario a la actividad principal, el taller fabrica cofres, nocheros, armarios, repisas y otros en diferentes tipos de madera.

A destacar :

- Marquilla y empaque**
- Excelentes acabados y calidad**
- Detalles perfectos de las Iglesias en las réplicas**

- **Color natural en los acabados**

A tener en cuenta :

- **Trabajar en imagen corporativa (los otros componentes)**
- **Espíritu de ventas**
- **No trabaja con tarjetas para no comprometerse**
- **No tiene catálogos pero si fotografías de las réplicas**
- **Sistematizar la información de los estudios realizados**
- **El taller está interesado en vender solo lo que va fabricando por iniciativa propia o por encargo (1 réplica).**

"La experiencia de los años perfecciona aún más la técnica utilizada en la elaboración del trabajo artesanal, se hace imprescindible entonces transmitir todo ese saber para que trascienda en el tiempo y se mantenga de generación en generación el legado del que hacer manual"

MATRIZ DOFA

ANÁLISIS GENERAL

ARTEFACTO es la recopilación de miles de años de tradición artesanal,
del que hacer manual,
de un gran número de personas que con su empeño logran combinar una gran variedad de colores, diseños e imaginación con manos mágicas que crean, hurden, tejen, pintan y recrean todo lo que se quiera para cualquier espacio habitable o para llevar puesto...
Porque ellos son los únicos que ven las cosas con otros ojos, que plasman sus sueños en una artesanía y son capaces de transmitir a los demás la belleza y magestuosidad de su arte, de su estilo de vida, de el orgullo que representa ser artesano colombiano.

La mayor riqueza de esta asociación es precisamente eso : elaboración de productos hechos a mano, que se traducen en un gran esfuerzo para combinar técnicas y diseños que los diferencien de los demás a través de la gran diversidad de oficios, potencial innovador y trayectoria en el mercado de cada uno de los talleres.

De pronto por descuido o timidez, su único pecado es no hacer caso a lo que representa ser miembro de una asociación tan rica, de no lucrarse de la cantidad de beneficios que tienen como agremiación y de no darse a conocer como tal : como un grupo de artesanos que enriquecen la cultura caldense ; para obtener un lugar de privilegio en la mente de los consumidores que los conoce e irá conociéndolos.

Además de esto ARTEFACTO debe aprovechar al máximo los cambios en las tendencias de los consumidores reales y potenciales, en especial ahora con la tendencia Neohipie y por los elementos naturales. También es importante innovar e investigar constantemente el mercado y hacer uso de figuras empresariales como : outsourcing, alianzas estratégicas, clousters, entre otras ; para estar a la vanguardia y así contrarrestar los posibles problemas futuros a los que se enfrentan las empresas (aparición de nuevas asociaciones más consolidadas y con mayores apoyos que puedan restarle protagonismo a ARTEFACTO).

**"La riqueza cultural y diversidad del arte,
hacen que algunos rincones de la patria impriman en sus
artesanías el toque mágico que los diferencia de otros ; no
menos bellos o ricos pero si pobres
en heterogeneidad e innovación"**

Además de todo lo anterior ARTEFACTO debe tener en cuenta los siguientes aspectos :

FORTALEZAS

Hecho a mano

Diversidad de oficios artesanales

Potencial innovador de cada taller

Trayectoria en el mercado

Posibilidad de ver la realidad de los objetos desde diferentes ángulos

Participación en Ferias nacionales e internacionales (especializadas y no especializadas)

Participación en ferias, eventos y convenciones donde se puedan exhibir los productos artesanales

Trasmiten un legado cultural ampliamente rico en diseños, creatividad y sensibilidad

Facilidad de cada artesano para aprender cada una de las técnicas (autodidactas)

Nombres de fácil recordación y acordes con la actividad básica de los talleres

DEBILIDADES :

Definición de canales de distribución

Desarrollo de imagen corporativa de cada taller

Elaboración de portafolio y / o catálogo en inglés

Conocer la competencia directa e indirecta

Portafolio de productos como asociación

No existe una identidad como grupo : presentación en ferias, publicidad, difusión

Planes exportadores : consolidación como grupo

Desarrollo de Imagen corporativa de la asociación (marquilla, etiqueta y slogan principalmente)

Crear una marquilla y etiqueta acorde con cada uno de los talleres o con identificación de la asociación.

Planeación Estratégica para cada taller (misión, visión, objetivos, etc.)

Falta organización en la capacidad de producción (número de artículos producidos en determinado período de tiempo)

OPORTUNIDADES

Cambio en tendencias generalizadas (actualmente neohipie y ecológica)

Desarrollo de página web

Aprovechar las técnicas innovadoras y completamente diferenciadoras de algunos talleres (Lleno de alegría)

Alianzas con entidades de apoyo (instituciones como Cámara de Comercio, Proexport, Acopi, Fomento y Turismo, Alcaldía, entre otras)

Participación en Ferias nacionales e internacionales (especializadas y no especializadas)

Aprovechar alianzas con universidades para desarrollar asesorías a nivel individual según se requiera.

Desarrollar una base de clientes interactiva (gustos, preferencias, deseos, motivos de compra, datos personales y familiares, fecha de cumpleaños...)

Conocer la competencia directa e indirecta

Participación en ferias, eventos y convenciones donde se puedan exhibir los productos artesanales

Trasmiten un legado cultural ampliamente rico en diseños, creatividad y sensibilidad

Idear un slogan que venda el beneficio principal elegido por los talleres (hecho a mano, laboriosidad, artesanía 100% colombiana, entre otros posibles) individual o colectivo.

Entender el fin último de las ferias y participación en eventos (contactos, conocimiento de clientes potenciales y reales, alianzas, intercambios, etc.)

Desarrollar papelería y sellos para la asociación.
Planeación Estratégica para cada taller (misión, visión, objetivos, etc.)
Estudios de mercado e investigaciones constantes
Cada artesano debería dar a sus clientes un formato específico para ser diligenciado y así consolidar una excelente base de clientes

AMENAZAS

Creación de nuevas asociaciones de artesanos con mayor respaldo o fines dañinos a ARTEFACTO
Culminación de ayudas al sector artesanal
Nuevas tendencias de los consumidores
Preferencias de los consumidores por artículos foráneos, de bajo precio y más tecnificados
Poco poder adquisitivo
Pérdida de conciencia por lo autóctono y natural
Dificultades para llevar a cabo las exportaciones (requisitos, altos costos, restricciones de algunos productos, entre otros)

CONTACTO CON EL CONSUMIDOR

Se realizó el siguiente modelo de encuesta a 40 compradores de artesanías, los cuales salían de alguno de los 2 almacenes de Artesanías de la ciudad (Artesanías de Colombia y Artesanías Arte Libre) o que compraban en la calle los artículos elaborados por los hipies.

ENCUESTA PRODUCTOS ARTESANALES

La presente encuesta tiene por objeto conocer las opiniones y preferencias de las personas encuestadas, en la ciudad de Manizales; acerca de los atributos que poseen los productos artesanales.

1. Le gustan los productos artesanales ? SI___ NO___
Porqué ? _____

2. Qué opinión le merecen este tipo de productos ?

3. Qué tipo de artesanías prefiere?

Cerámica___

Madera___ Sombreros___

Tejidos___

Joyería___ Semillas___

Hierro___

Cuero___ Todas___

Otro ___Cuál ? _____

4. Por qué motivo los adquiere?

Decoración____ Regalo____
Uso personal____ Otro____ Cuál?_____

5. Al momento de comprarlos se fija en :

Precio____ Valor cultural____ Diseños____
Novedad____ Componentes____ Empaque____
Otra____ Cuál?_____

6. Cómo califica la calidad de estos productos ?

Excelente____ Buena____ Regular____ Mala____

7. Cuánto está dispuesto a pagar por un producto de estos ? (inversión)

\$ 0 - 5.000____ \$ 5.001 - 10.000____
\$ 10.001 - 15.000____ \$ 15.001 - 20.000____
\$ 20.001 - 50.000____ Más de \$ 50.000 ____
Cuánto ? \$ _____

8. Comprar usted este tipo de productos con alguna regularidad ? SI____
NO____ Cuál?_____

9. Considera que los almacenes artesanales actuales le ofrecen una amplia
gama de productos ? SI____ NO____

SUGERENCIAS _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Después de recolectar las respuestas a cada una de las preguntas se obtuvo la siguiente información:

La mayoría de las personas que adquieren productos artesanales son mujeres y les gusta este tipo de artículos por ser altamente decorativos, originales, por ser piezas únicas, tener belleza natural y un gran contenido de creatividad en sus composición.

La opinión que merecen son altamente ecológicos : no dañan el medio ambiente y sus elementos son naturales, son representativos de la región, nunca pasan de moda y le da un toque diferente a la hora de decorar diferentes ambientes.

Prefieren artículos en cerámica, madera, semillas y tejidos para regalar, decorar o enviarlos al exterior ; motivados por su alto valor cultural, componentes, diseños, novedad y excelente calidad. Esto teniendo en cuenta que no existe ninguna regularidad a la hora de adquirirlos.

En cuanto al monto de la inversión a la hora de comprar dichos elementos, las personas destinan entre \$10.000 y \$ 50.000 pero depende mucho del tipo de producto.

Según las personas los almacenes actuales son muy pocos y no ofrecen una amplia gama de productos, recomendando la existencia de un almacén con un mejor surtido y exhibición de estos, mejor atención y precios (que no consideren que todos

los que compran estos artículos son extranjeros : no engañar al cliente) y que ofrezcan cursos de capacitación.

La idea inicial de dicha encuesta era poder determinar el perfil del consumidor, sus gustos, preferencias, intereses, hábitos y motivos de compra ; por tal motivo se recomienda seguir con el estudio haciendo dos Focus Group para tener un conocimiento más próximo de nuestro consumidor.

La metodología a utilizar es :

Cada artesano invita a uno de sus clientes actuales.

En un salón se reúnen los primeros 10 invitados (primer grupo)

Se les entrega una cantidad de fotografías con imágenes de deportes, comida, hobbies, actividades diarias, entre otras que se consideren de vital importancia para la investigación.

Luego, se les pide que elijan una ficha de cada categoría con la cual se sientan identificados (máximo 5 imágenes por categoría).

Por último se discuten las razones de cada elección.

Al final de la cesión se recomienda llenar un formato para base de datos (datos personales, gustos, estilo de vida, entre otros), para luego compararlas con las otras respuestas.

Durante el desarrollo de la actividad se deben estar observando minuciosamente cada una de las reacciones de los consumidores (lenguaje no verbal) para entender sus respuestas. Se recomienda hacerlo en compañía de un psicólogo y si es posible filmar la actividad.

Se deben hacer 2 sesiones para no hacerlo muy pesado a la hora de dar las respuestas, además se les debe dar un refrigerio y un obsequio (nada mejor como unas buenas artesanías).

Además se realizaron observaciones en el momento de la compra para tener una mejor idea acerca de las actitudes, intereses y motivos de compra de los consumidores; pudiéndose notar que la mayoría de las personas aún no tiene una cultura de compra con cierta regularidad de este tipo de artículos por la falta de un almacén especializado en la venta de productos artesanales, ya que los existentes no ofrecen una amplia variedad ni tienen una buena exhibición de los estos, lo que se refleja en: productos poco llamativos, de baja calidad (unos encima de los otros) y a un alto precio.

Las personas no adquieren una gran cantidad de productos a la vez y les gusta que se les deje tocar y sentir la "calidad" del producto. Regatear y tener la certeza que la pieza que adquieren es única e irrepetible. No les gusta que los presionen a la hora de tomar la decisión de compra y que los productos estén exhibidos es todo su esplendor según la utilidad.

La mayoría relaciona artesanías con hipies (ventas callejeras, bajo precio, hecho a mano completamente porque pueden verlos haciendo los artículos, regateo, artesanías originales, los productos son totalmente originales - ninguno es igual a otro) por esto es recomendable proyectar una imagen diferente y

real a los consumidores actuales y potenciales de los productos para generar un valor agregado a las personas que los prefieren demostrando beneficios, características y otros aspectos que marquen un diferencial frente a estos grandes competidores.

Es muy importante tener en cuenta que la mayoría de las personas que adquieren este tipo de productos son estudiantes universitarios, por tal motivo deben ofrecerse una gran cantidad de artículos de bisutería y otros que puedan ser del agrado de este tipo de segmento tan importante para el sector (era neohipie). También deben darse beneficios para estimularlos en la compra (descuentos, cursos de diferentes oficios, entre otros).

De todo lo anterior surge la sugerencia de abrir un punto de venta propio para los productos de ARTEFACTO, con las características que exige el mercado y con nuevos valores agregados para clientes reales y potenciales (analizar punto de ubicación, estimular la demanda, proyección de la asociación, entre otros).

La idea inicial del almacén es agrupar todos los artículos producidos por cada uno de los miembros de la asociación y cubrir entre todos los gastos de administración de este. Se deben hacer varios trabajos previos a la apertura del almacén tales como: estudios de mercado para determinar perfil del consumidor, gustos y preferencias, cantidad de demanda, tipo de productos, ubicación del almacén, precios, tipo de lanzamiento, entre otros.

OTRAS RECOMENDACIONES

- 1. Según el estudio y posterior análisis de toda la información previamente recolectada se recomienda iniciar el proceso del plan exportador, ya que según la experiencia el mito de la exportación se vence sólo arriesgándose a hacerlo y los trámites para esto no son nada complicados como se cree y se puede ver a continuación**

CARTILLA

Como se pudo observar exportar es la salida, por esto se recomienda aprovechar el tipo de producto y las preferencias otorgadas a Colombia por los siguientes países (opcionales) :

Suiza : País objetivo

España : País alterno

Chile : País de contingencia (Dinamarca, Francia, México y Estados Unidos según nueva información)

Suiza :

Suiza es un país de Europa que limita al norte con Alemania, al este con Austria y Liechtenstein, al sur con Italia y al oeste con

Francia. Tiene un área aproximada de 41.293 km² y una población estimada de 6.5 millones de habitantes.

Su capital es Berna. SE realizan gran cantidad de eventos comerciales y ferias (especializadas y no especializadas) durante todo el año.

Principales puertos : Basel sobre el Río Rhin, los puertos de Bélgica, Países Bajos, Francia y Alemania son utilizados para el comercio exterior.

Idioma : Alemán, Francés e Italiano ; los tres oficiales.

La moneda nacional es el franco suizo. La principal moneda de intervención es el dólar de Estados Unidos.

Colombia tiene una arancel 0% con Suiza. El Acuerdo que contempla con Colombia se aplica a través del Sistema Generalizado de Preferencias, otorgando las preferencias por la AELI (Asociación Europea de Libre Comercio) a la cual pertenece este país.

Suiza extiende el tratamiento de nación más favorecida a los países signatarios del GATT (Acuerdo General de Aranceles y Comercio).

La autoridad encargada de administrar el comercio exterior y los pagos es el Consejo Federal Suizo.

Existen 16 Zonas Libres y varias bodegas de refrigeración. No hay límites de tiempo para el bodegaje aduanero de las mercancías (no más de cinco años).

España :

España está situado al suroeste de Europa y limita al norte con el Mar Cantábrico y Francia, al este y sureste con el Mar Mediterráneo, al sur con el Estrecho de Gibraltar, al suroeste con el Océano Atlántico y al oeste con Portugal. Comprende un área de 504.750 km² con una población estimada de 40 millones de habitantes.

Idioma : Español

Capital : Madrid

Moneda : Peseta

Principales puertos : Algeciras, Alicante, Barcelona, Bilbao, Cádiz, Gijón, La Coruña, Málaga, Pasajes, Santander, Sevilla, Tarragona, Valencia y Yigo.

El Ministerio de Economía y Finanzas administra todo lo relacionado con control de cambios, comercio e inversión extranjera.

España es miembro de la CEE (Comunidad Económica Europea) por tal razón adoptó el arancel aduanero común e implementó el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (Colombia paga 0% de arancel a este país y goza del sistema SGP).

Los puertos Libres de España están localizados en las Islas Canarias, Las Palmas, Santa Cruz de Tenerife y en las ciudades españolas de Ceuta y Melilla en el norte de la Costa Africana. En estos puertos la entrada y salida de mercancías se controla con la licencia. Aunque no se aplican gravámenes aduaneros en estas áreas, si se cobran impuestos de consumo.

Las Zonas Francas se ubican en Barcelona, Cadiz, Vigo y otras áreas.

Chile :

Chile se encuentra ubicado en el extremo suroccidental de América del Sur. Limita al norte con Perú, al oeste con el Océano Pacífico, al este con Argentina, al noreste con Bolivia y al sur con el estrecho de Drake. Tiene una extensión de 756.945 km² y una población estimada de 13 millones de habitantes.

Capital : Santiago

Idioma : Español

Moneda : Peso chileno

Principales puertos : Antofagasta, Arica, Chacabuco, Coquimbo, Iquique, Puerto Montt, Puerto Natales, Punta Arenas, San Vicente, San Antonio, Talcahuano, Valdivia y Valparaíso.

Chile es miembro de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y aplica la nomenclatura arancelaria de la ALADI (NALADI).

Como miembro del Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT) participa de una serie de concesiones arancelarias y extiende y recibe el tratamiento de nación más favorecida (Colombia no paga gravámen arancelario y se beneficia por acuerdos de complementación económica).

Chile cuenta con dos Zonas Francas, una en Iquique y otra en Punta Arenas. Todo tipo de mercancías pueden introducirse a estas libres de gravámenes y exentas del impuesto de valor agregado.

Chile también ha autorizado el establecimiento de áreas aduaneras de almacenaje libre para promover el desarrollo económico.

2. Desarrollar una página web, para gozar de todos los beneficios del comercio electrónico (otro canal de comercialización), tener contacto directo con los consumidores de todo el mundo y generar una cadena de valor a las artesanías colombianas. Lo que se pretende a través de la implementación de esta es el comercio directo para la oferta y demanda de las artesanías exhibidas (Venta directa a través de precios en dólares y control de inventarios), número de visitantes (control de visitantes, estadísticas y

otros datos importantes). Dicha página debe contener la siguiente información (la misma del plegable):

Texto sobre Manizales y ubicación geográfica

Leyenda rescatando el trabajo artesanal (sensibilización)

El por qué de ARTEFACTO

Misión

Visión

Lista de talleres artesanales (Nombre del Artesano, nombre del taller y actividad)

Fotografías de fondo y primer plano de artículos artesanales representativos

Lista de productos y precios en dólares (es recomendable tener las fotografías de cada artículo para facilitar la compra directa a través de dicha página)

La cotización de los costos de dicha página se anexan a continuación, el valor de esta varía de acuerdo a los elementos elegidos a la hora de diseñarla (vínculos, banners, imágenes, texto, etc.) y a la posibilidad de aliarse con otras empresas como la Alcaldía, Fomento y Turismo u otras.

3. Crear alianzas estratégicas con otras empresas que puedan servir como medio de difusión de los productos artesanales. La propuesta se basa en diseñar un volante con información valiosa de ARTEFACTO (plegable propuesto) y un mapa con la ubicación actual de la persona (a nivel nacional, si está en

un hotel, finca, o similar) y el lugar de ubicación de la asociación (Manizales) indicando el recorrido.

Otra opción podría ser : montar una exhibición permanente de los artículos en la empresa elegida como estratégica.

Empresas tales como : Fomento y Turismo, Alcaldía, Agencias de Viajes, Operadores de Turismo Internacional, Nacional y Rural, entre otros que puedan ser propuestos y resulten de gran interés para dicho fin.

4. Se recomienda implementar un plegable con información importante de la Asociación, para ser entregado en las empresas elegidas como estratégicas y en las Ferias o eventos a los cuales asisten los artesanos de ARTEFACTO ; con el fin de dar una mayor difusión de la asociación y de ofrecer un elemento útil para ser reconocidos y recordados con facilidad (ver siguiente página).

Es de vital importancia reconocer que los métodos de comunicación con el cliente son altamente útiles a la hora de proyectar la imagen individual y colectiva del como se quiere ser percibido por el consumidor, de aquí la relevancia de un muy buen diseño, texto (información) e imágenes de ARTEFACTO o los talleres pertenecientes a dicha asociación para el plegable propuesto.

Con la entrega de estos no sólo se puede obtener una amplia información e imagen del consumidor al cual se debe y quiere llegar sino que se alcanza un alto índice de difusión y cobertura para generar recordación y convertirse en referentes de una amplia variedad de productos artesanales de la ciudad de Manizales y del departamento de Caldas y para ser fácilmente diferenciados de otras agremiaciones.

Se recomienda que las fotografías a utilizar sean algunas de las ya tomadas para otros fines. Además de la aprobación y colaboración de los miembros de la asociación (en colores, presentación, esquemas, leyendas, texto, entre otros).

5. Cuando se asista a alguna feria o evento se recomienda hacer exhibiciones de forma llamativa, creativa para marcar un diferencial frente a los demás (ya que el tipo de producto se presta para hacerlo); en especial con mis competidores.

6. Presentar un proyecto a Proexport donde se muestren las aproximaciones a nivel internacional para participar en el programa EXPOPYME o en forma particular para desarrollar el plan exportador.

Dicho programa es un convenio de cooperación de Proexport a través de las respectivas Cámaras de Comercio de las ciudades, para guiar y dar apoyo integral y dirigido a las pequeña y medianas empresas adscritas al programa (según el cumplimiento de unos requisitos) en el desarrollo de los planes

exportadores a través de un coordinador asignado (Proexport paga el 50% y la empresa el otro 50% a este).

La pyme interesada se inscribe en el programa a través de un formulario que después de diligenciar debe enviar a Proexport y luego se estudia para ser elegida o no, según cumpla los siguientes requisitos :

- 1. Activos entre los 153 millones de pesos y los 3.600 millones de pesos.**
- 2. Número de empleados mínimo : 19**
- 3. La empresa debe elegir una persona que asista a un Diplomado en Alta Gerencia y Negocios Internacionales (La empresa paga el 50 % y Proexport el % restante)**
- 4. Al menos un producto exportable**

Las fases a seguir en la elaboración del plan exportador son

1. Análisis del potencial exportador

Consiste en evaluar la empresa totalmente para conocer la mayor cantidad de detalles posibles de la estructura organizacional, del proceso productivo, de las Materias primas, del producto, y todos los demás aspectos que sean de gran importancia para el estudio (Duración 45 días aproximadamente)

2. Inteligencia de mercados

Estudio y elección del país a exportar, según estadísticas y amplias investigaciones del perfil del consumidor, oportunidades comerciales, competencia, experiencias anteriores, capacidad exportadora, costos, términos de negociación y otros elementos . Se recomienda elegir un país objetivo, otro alternativo y el último de contingencia para evitar posibles tropiezos (duración aproximada : 45 días).

3. Elaboración del Plan Exportador

Plan de Negocios de la Empresa con objetivos, estrategias, metas de exportación, actividades a desarrollar, cronograma, presupuestos, fuentes de financiamiento y plan de contingencia (Tiene una duración cercana a los 60 días)

4. Ejecución, seguimiento y evaluación de la puesta en marcha del plan propuesto.

El desarrollo del proceso tiene una duración mínima aproximada de 6 meses.

Los objetivos de Proexport al poner en marcha el programa son :

- Aumentar y diversificar la oferta y demanda**
- Aumentar e incentivar la inversión extranjera**
- Competitividad exportadora**
- Regionalizar la oferta exportable**
- Desarrollar cultura exportadora**

- 7. Continuar recolectando información de instituciones de apoyo, que puedan dar mejores datos acerca de la viabilidad de desarrollo de los estudios adelantados y a empezar (recomendaciones).**

- 8. Actualizar hoja de vida de cada artesano para crear una base de datos real de gran importancia para la asociación y la implementación de futuras negociaciones y datos a terceras personas**

- 9. Se recomienda hacer uso de una adecuada señalización y entrega de los plegables en las ferias y eventos comerciales a los cuales asiste la mayoría de talleres artesanales.**

- 10. Hacer más dinámica y replantear algunas de las preguntas de la hoja de afiliación a ARTEFACTO (reconocimientos, clientes malos, entre otros)**

- 11. Hacer uso adecuado del correo electrónico creado :
artefacto@uol.com.co**

Donde se recolecte y sistematice información valiosa para la asociación, gustos y opiniones del consumidor, contactos, entre otros.

12. Diseñar un stand adecuado para el punto de exhibición en la Corporación para el Desarrollo de Caldas, ya que el buen aprovechamiento de dichos espacios genera una imagen adecuada de los productos, permite percibir su alta calidad y acabados y su incalculable valor en los contrastes obtenidos por la diversidad de sectores y diseños.

13. Se debería mejorar el esquema o diseño del logo de ARTEFACTO, ya que no se reconoce fácilmente y por ende no es de segura recordación.

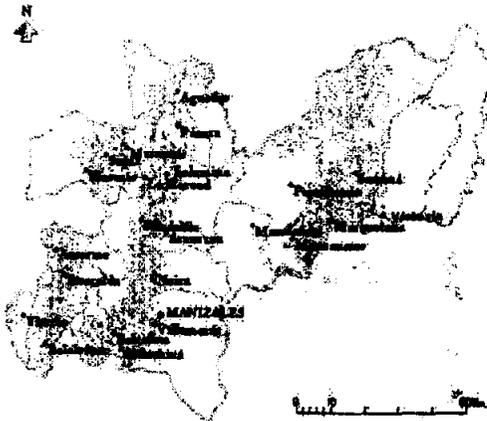
14. Se debería crear un slogan como asociación, que refuerce el significado de ARTEFACTO: Asociación de Empresarios Artesanos de Caldas (De pronto con algo que tenga que ver con el por que se creó, la sensibilidad de la artesanía, de ser hecho a mano, entre otros).

ARTE - FACTO

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS
ARTESANOS DE CALDAS

Nace de la necesidad de agremiar a los artesanos caldenses que han venido elaborando sus productos de forma independiente.

Con sede en la ciudad de Manizales "Ciudad de las Puertas Abiertas", ARTE - FACTO aprovecha las bondades de la capital del Departamento de Caldas ; por ser ciudad terminal de fácil acceso desde cualquiera de las principales ciudades de Colombia.



La silueta de la ciudad se identifica por su abrupta topografía y por la simbiosis entre lo natural y lo construido ; la ciudad se ha acomodado a la naturaleza y ha valorado el paisaje. Por su ambiente y tamaño, Manizales se descubre como una ciudad propicia para la reflexión y el pensamiento. Posee los más bellos atardeceres, un magestuoso Nevado del Ruíz, ogroturismo y un sin número de edificios catalogados como joyas arquitectónicas y patrimonio histórico

...Todo esto es lo que inspira a los artesanos a crear piezas de valor único a Imaginar, Crear, Plasmar :

Es un oficio, un arte que solo pueden lograr los verdaderos soñadores; aquellos que ven la vida, las cosas, la naturaleza desde diferentes ángulos y facetas.

"Hecho a mano",
significa mucho más que un arte ;
es una cultura plasmada en una pieza de vida,
es un trozo de lo que cada uno ve en el mundo,
la recopilación de miles de años
materializados en el universo de una
artesanía.

Lo autóctono, lo coterráneo, el legado de un pueblo, lo nativo en su estado más sublime, toda una cultura recopilada en un pequeño elemento...Existen miles de significados acerca de lo que Representa una artesanía para quien la adquiere; y es el artesano quien es capaz de enajenar toda esa riqueza emocional.

Y eso, eso es ARTE - FACTO

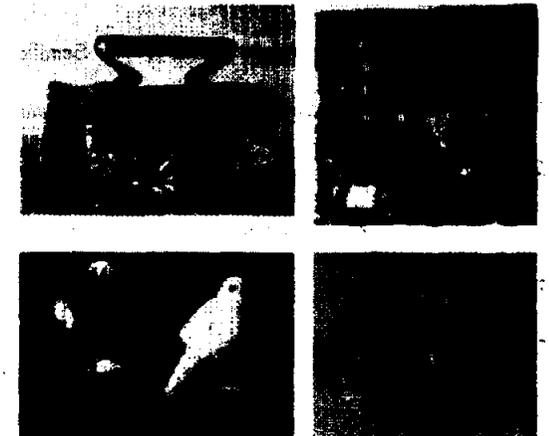
MISIÓN

ARTE - FACTO pretende profesionalizar la actividad del artesano en Caldas, a través de capacitaciones en diseño, producción y mercadeo que eleven la calidad de la producción ; para ser más competitivos en nuevos mercados.

VISIÓN

ARTE - FACTO busca la promoción del artesano en el ámbito empresarial y comercial ; profesionalizándolo frente a su entorno y encaminándolo hacia la conciencia de la calidad para cruzar barreras transnacionales.

Una Muestra de Algunos de Nuestros Productos



Empresa	Representante	Oficio
Arboloco	Ana Belén Alvarado	Arboloco
Su Escarcela	Albeiro Pachón Alexander Ortiz	Accesorios en cuero
Telaruim	Clara I. Orozco	Telar y macramé
Hojas de Hierba	Diana Ingrid Silva	Papel reciclado
Alfar	Gloria Naranjo	Cerámica
Lleno de Alegría	Humberto Ortiz	Biautería
J y M	Jaime Marín	Iglesias en madera
Mimbreaarte	Javier Castro	Mimbre
Cedro Negro	José F. Londoño	Semillas
El Taller	Julián Andrés Serna	Semillas
Artéc	María Ligia Zuluaga	Cerámica
El Oriol	Noemí Parra Ódila Guzmán	Joyería Madera
Artestro	Oscar Ramírez	Estrépojo
Forja y Soldadura	Samuel Florez	Forja y Soldadura

ARTE- FACTO

INFORMES

TEL : 8774947 - 8774715

E-MAIL : arte-facto@hotmail.com.co

Gracias al apoyo de:

Artesanías de Colombia S.A.

Corporación para el Desarrollo de Caldas

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA

Universidad de Manizales

(LINA JANET VALENCIA)



Asociación de Empresarios Artesanos de Caldas



ARTE-FACTO