

ORGANIZACION DE FERIAS ESPECIALIZADAS

Seminario-Taller



artesanías de colombia s. a.
MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO



Expoartesanías 2000

Bogotá, D. C., Diciembre del 2000

ORGANIZACION DE FERIAS ESPECIALIZADAS

PRESENTACION

Artesanías de Colombia viene organizando la realización de la feria artesanal especializada más importante del país. En el presente año cumple 10 años de realización continua de EXPOARTESANÍAS y se ha convertido en la feria con más prestigio en su género en Colombia y Latinoamérica. Para Artesanías de Colombia es de gran interés compartir su experiencia exitosa en este tipo de eventos, con personas y entidades que promueven y organizan ferias artesanales en las diferentes regiones del país y ha decidido transferir esta tecnología para estimular que las ferias de artesanía locales y regionales sean cada vez especializadas y exitosas

INTRODUCCION

Uno de los problemas mas críticos de la comunidad artesanal en Colombia y en los países con características similares en su historia, es la falta de una comercialización efectiva, donde se dé al objeto artesanal su valor real, como elemento cultural y como producto de consumo. Los artesanos indígenas y tradicionales por su concepción de vida y los contextos socio-culturales y económicos en los cuales se desenvuelven, pocas veces han podido proyectar su artesanía hacia niveles de productividad y calidad que sean competentes en los mercados especializados de alto nivel, donde se les aprecie en su verdadera dimensión.

Los mercados locales o regionales, las ventas en vías públicas y parques, son los espacios cotidianos de comercialización, donde la presentación inadecuada del producto y las condiciones deprimentes del lugar, tienden a desvalorizar el precio comercial del objeto artesanal. Es así como el artesano procura

vender los productos cada vez a precios más bajos, porque simplemente el comprador no ofrece más dinero.

Este comportamiento económico hace que el artífice debilite la calidad y propósito de los objetos originales, perdiéndose la riqueza estética y cultural de los oficios artesanales por el valor comercial al cual tiene que someterse. La proliferación de baratijas y objetos carentes de cualidades, donde se desvirtúa la identidad y estética del artefacto, son el resultado de estos errados sistemas de promoción y venta.

Además la inexistencia de mecanismos viables de comercialización directa entre el productor y el consumidor final, tiene como consecuencia la aparición de negociantes o intermediarios que rara vez trabajan en beneficio del artesano. Es así como algunas veces el artífice y su familia no encuentran motivos para continuar con su labor ancestral y deciden olvidarla, esta es una razón para la pérdida creciente y dolorosa de manifestaciones artesanales autóctonas.

Una feria de productos seleccionados, puede ser el espacio ideal donde se efectúen acciones acertadas de comercialización artesanal, que remedien en buena medida los problemas mencionados. Es así como Artesanías de Colombia, entidad del estado que vela por el sector en el país, ha generado la creación, desarrollo y consolidación de Expoartesanías, para poner en marcha políticas que revitalicen al artesano como protagonista y autor del desarrollo de su pequeña empresa y el consecuente mejoramiento en su calidad de vida.

La ejecución de acertadas directrices en tomo al manejo comercial e imagen del objeto artesanal en la Feria, ha repercutido en la divulgación del evento que goza de aceptación, no sólo entre los artesanos expositores, sino dentro del público en general a nivel nacional y en el mercado internacional especiali-

zado.

Por la trayectoria y logros del certamen, Artesanías de Colombia quiere dar a conocer su experiencia por medio de esta publicación; el conocimiento adquirido durante ocho versiones de la feria por medio de la implantación de estrategias, su ejecución y posterior evaluación para su perfeccionamiento, o si es el caso, su abolición y búsqueda de nuevas alternativas, ha generado un certamen eficiente y apropiado que beneficia las condiciones del sector.

Este texto se basa en el conocimiento aportado por el proceso de Expoartesanías, que año tras año corrige y renueva mecanismos de organización, criterios de selección de productos, y estrategias de proyección de la producción artesanal en los mercados nacionales y extranjeros.

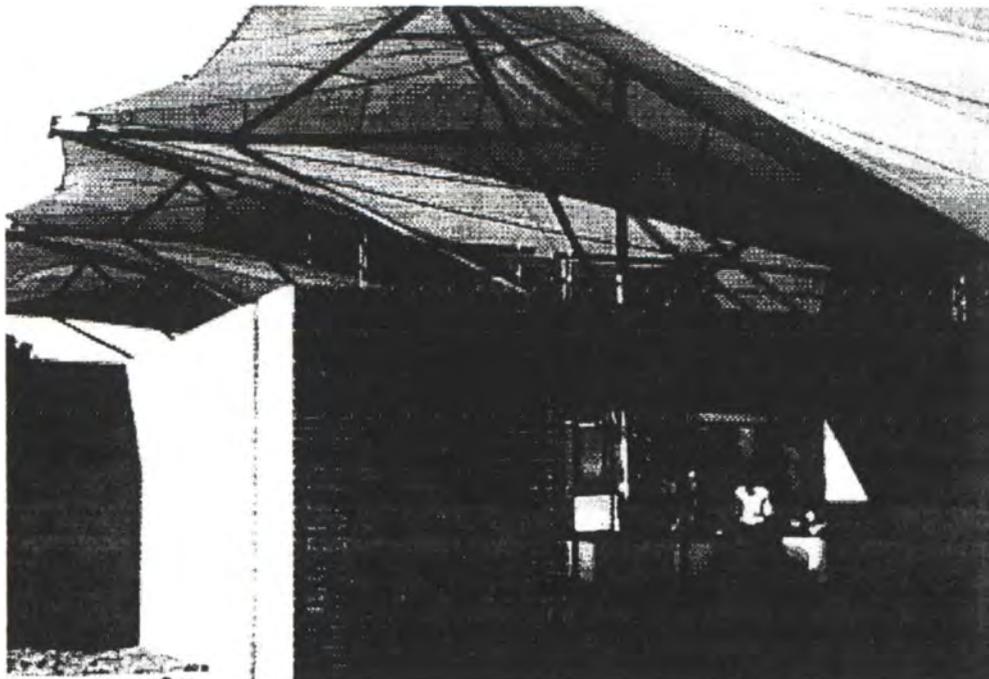
Este manual hace un recuento de todos aquellos aspectos que conforman la concepción, organización y puesta en escena del certamen, basándose en las políticas y principios de Artesanías de Colombia, entidad que organiza la feria en asocio con Corferias, y su repercusión en el desarrollo del sector, también se establecen los sistemas de coordinación, realización y evaluación de las diferentes actividades que se efectúan antes, durante y des-

pués de la celebración del evento.

Cada parte del manual se inicia con información que define, explica y justifica el tema a tratar, posteriormente se ofrece, a modo de ejemplo, la experiencia de Expoartesanías y se hacen comentarios o advertencias sobre el mismo.

Expoartesanías y su proceso de consolidación, se ha generado partiendo de las condiciones y comportamientos del sector artesanal colombiano; esta experiencia puede dar pautas de manejo de las diferentes situaciones que Expoartesanías ha enfrentado, pero no es un manual de estricto cumplimiento, ya que la concepción y realización de cada evento tiene que basarse en la realidad de su contexto y la del sector artesanal que quiera convocar, de lo contrario no se obtendrán resultados satisfactorios.

Para la realización de una feria de artesanía seleccionada, se necesitan grandes dosis de realidad, entusiasmo, sentido común, altruismo, creatividad, gestión y proyección a metas de excelencia. Es un mecanismo viable de desarrollo del sector artesanal, es un reto que vale la pena adelantar por la infinidad de posibilidades que ofrece a las entidades de apoyo al sector y por su puesto al artesano, su familia y su comunidad.



CAPITULO I

GENERALIDADES Y OBJETIVOS

A. ¿QUE ES UNA FERIA ARTE-SANAL?

Una Feria Artesanal es un evento comercial que convoca, en un sitio determinado, a un grupo de artesanos para que exhiban, promuevan y comercialicen su producción y a un sector consumidor de la población para que visite, aprecie y adquiera los objetos allí expuestos.

Es el espacio de negociación más confiable y efectivo que tiene el artesano, donde se hace posible el último eslabón del proceso productivo artesanal, la comercialización, actividad definitiva e imprescindible para cerrar el ciclo con ganancias para el artesano.

La feria artesanal puede ser común o de artesanía seleccionada. La diferencia entre estas dos modalidades radica en que la primera congrega en un lugar corriente sin condiciones apropiadas de exhibición, todo tipo de artesanía, manualidades y objetos semi-industriales e industriales, sin ningún criterio de elección ni convocatoria.

Una feria de artesanía seleccionada, partiendo de sus objetivos, establece parámetros de calidad con los cuales se rige para evaluar y elegir la muestra artesanal que participa en el evento, además de determinar las características que debe poseer el expositor. Este tipo de evento necesita además un espacio especializado, apropiado para la buena imagen y presentación del objeto artesanal.

La selección de expositores y de productos tiene las siguientes finalidades:

- Proteger, apoyar y motivar al sector artesanal que la entidad organizadora tiene como población objetivo.

- Conformar la imagen del evento de acuerdo a las finalidades propuestas, y así dirigir la producción hacia sectores específicos

del mercado.

- Estimular la producción de objetos artesanales con calidades óptimas.

- Poner en práctica los criterios y políticas de la entidad organizadora, con respecto al concepto de artesanía y su proyección.

B. ¿ QUIEN PUEDE REALIZAR UNA FERIA DE ARTESANÍA SELECCIONADA?

Para que una feria de artesanía seleccionada cumpla con sus objetivos de beneficio para el artesano, debe estar organizada por entidades que trabajen por el buen desarrollo del sector artesanal y sus connotaciones culturales y socio-económicas, no deben ser solo promotoras de ventas, o tener intenciones eminentemente comerciales.

Si la entidad organizadora de la feria tiene pretensiones exclusivamente económicas, tendrá que convocar solo artesanos contemporáneos, de estratos medio y medio alto, ya que estos son los únicos expositores que pueden sufragar los gastos de participación y producción, y privarse de la intervención de los artesanos con valores culturales más valiosos. Generalmente los artífices indígenas y tradicionales por los altos costos de transporte, hospedaje, alimentación y producción, que los eventos de magnitud requieren, no pueden participar sin apoyo.

Las entidades públicas, privadas y mixtas que tengan entre sus objetivos el apoyo al sector artesanal, son las apropiadas para adelantar una feria de artesanía seleccionada, pues estas por su función social pueden captar recursos del estado y de cooperación internacional, para cubrir los gastos que un evento con estas características requiere.

C. LAS FERIAS ARTESANALES Y SU CLASIFICACIÓN

Las Ferias Artesanales, además de estar catalogadas como comunes y de artesanía seleccionada, se pueden clasificar de acuerdo a la cobertura que tengan o a el origen o procedencia de los artesanos expositores:

- Feria Local. Cuando los artesanos participantes corresponden exclusivamente al municipio, población o localidad donde se realiza el evento.

- Feria Regional. Cuando los artesanos participantes provienen de diferentes localidades de una provincia, estado o departamento, o cuando son de diferentes lugares que conforman una región geográfica.

- Feria Nacional. Cuando los artesanos participantes proceden de diferentes sitios de un país.

- Feria Internacional. Cuando concurren a la feria, además de los expositores nacionales de donde se realiza el certamen, artesanos procedentes de otros países.

Además, las Ferias Artesanales se pue-

den definir de acuerdo al tipo de artesanía que congregate:

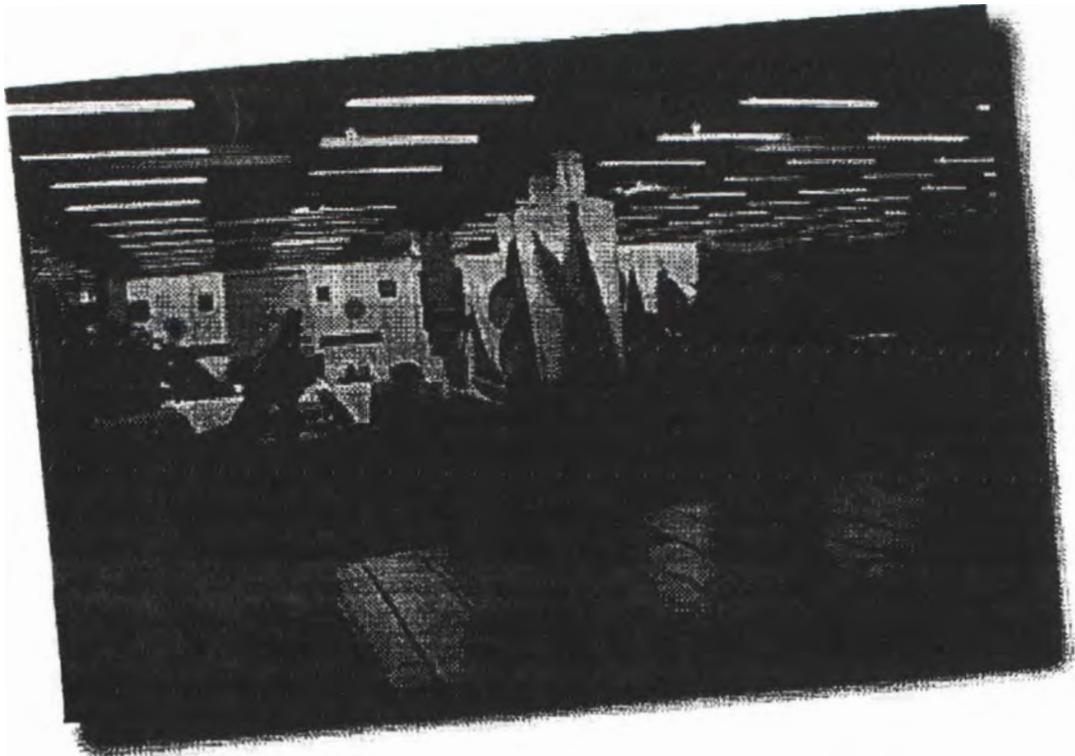
- Feria de artesanía indígena. Cuando convoca solo objetos elaborados por artesanos indígenas, elementos representativos de la cultura material de una o varias comunidades o etnias.

- Feria de artesanía rural o tradicional. Cuando reúne artefactos elaborados con oficios artesanales tradicionales.

- Feria de artesanía contemporánea. Cuando congrega objetos de diseño contemporáneo, propuestas postmodernas para usar y expresiones creativas y originales de artefactos urbanos.

También se pueden delimitar según los oficios o materiales de los objetos artesanales que quiera exhibir:

- Feria de la cerámica.
- Feria de joyería.
- Feria de la metalistería.
- Feria del textil
- Feria de los objetos en madera.
- Feria del vidrio



D. COCEPTOS BÁSICOS

Para organizar y realizar una Feria Artesanal se debe establecer, en un principio, que es lo que se pretende con ella. Para concretar estos objetivos, es primordial aclarar el concepto de artesanía e identificar y conocer los aspectos que son inherentes al tema, a la problemática del sector y a los aspectos socio-culturales y económicos que la generan.

El tema artesanal en Colombia y en países con historia similar, es tan complejo y multifacético como la realidad misma de nuestros estados Iberoamericanos. Si no se tiene una idea clara del sector y su problemática, es imposible, por medio de una Feria Artesanal, establecer estrategias acertadas que trabajen por el bienestar del artesano y su familia.

Es por esto que antes de entrar en la metodología técnica de "Como hacer una Feria Artesanal", se hace imprescindible enunciar los conceptos básicos que ha manejado Artesanías de Colombia en su proyecto Expoartesanías, Feria que ha mostrado resultados satisfactorios en el sector y cuyo proceso y experiencia es la que guía la metodología enunciada en este manual.

A continuación se definirán, a manera de ejemplo, conceptos como: artesanía y cada una de las modalidades en que se encuentra clasificada, estas reflexiones son consecuentes con la realidad del sector artesanal colombiano. Hay que tener en cuenta que cada región, cada país por sus características históricas únicas, tendrán su propia interpretación.

1. Definición de artesanía

Un objeto artesanal es un elemento cultural con gran contenido ecológico y destreza en la ejecución del oficio. Está construido con las manos y herramientas simples, elaborado con materiales biodegradables o reciclados. Expresa en sus formas, materiales, colores y usos los aspectos culturales que lo conciben: el ambiente y el estilo personal o colectivo.

Por sus procesos productivos, el objeto artesanal adquiere connotaciones únicas, individualizadas. Cualidades de las que carece el artículo industrial, que por la fría uniformidad de su producción, el resultado siempre

es masivo e impersonal.

La artesanía habla de la calidez de la vida elemental y primigenia, del respeto por la individualidad y el placer estético en lo natural, porque es la expresión material del ser.

2. Clasificación

Según las características culturales, la artesanía en Colombia se clasifica en artesanía indígena, artesanía tradicional y neoartesanía o artesanía contemporánea.

Artesanía Indígena

Son los diferentes objetos de la cultura material de las diferentes etnias que sobreviven en Colombia, y que se elaboran con fines comerciales. Artefactos hechos con modalidades que conservan rasgos del pensamiento precolombino en su concepción y planteamientos constructivos, donde el uso de materiales y su transformación generan objetos profundamente estéticos que son tan emotivos como la naturaleza misma que los inspira.

La cultura material indígena expresa con técnicas milenarias actitudes ancestrales y cosmogónicas que se confunden en la cotidianidad del uso doméstico de las comunidades, y con esta misma vitalidad y sus singulares concepciones formales y de uso, intervienen en el hábitat del hombre actual supliendo necesidades estéticas.

Artesanía tradicional

Es la elaborada por artesanos que han aprendido el oficio de sus padres y abuelos. Son el resultado de la fusión cultural entre modalidades americanas, africanas y europeas, desde épocas de La Conquista y La Colonia Española y que se siguen transformando por el paso de la modernidad. Construida con materiales y elementos propios de cada región, desarrolla características que identifican al grupo humano que lo produce y algunas veces es la expresión individual del arte popular.

Artesanía contemporánea o neoartesanía

Son los objetos elaborados por talleres urbanos o rurales donde se utilizan técnicas

aprendidas en centros de educación formal e informal, en universidades, escuelas de diseño, cursos y talleres particulares o entre familiares y amigos. Por las características de los productos, en esta modalidad se han detectado los siguientes subgrupos.

- Artefactos donde la creatividad, originalidad e ingenio es vital en la concepción formal y valor comercial del artefacto, donde el hacedor expresa su identidad como elemento clave en el reconocimiento de su taller. Pueden estar elaborados con oficios artesanales de tradición o con planteamientos constructivos propios del creador. Usualmente son propuestas que revalúan los conceptos estéticos y funcionales de los objetos.

- Elementos que se conciben en tendencias que recuerdan modalidades tradicionales, pero que se adaptan a requerimientos y usos contemporáneos: forja en hierro, telas encoladas, artículos en madera calados y tallados, etc.

- Objetos que no son elaborados con oficios artesanales, sino con modalidades que incluyen el corte y aplicación de elementos por medio de pegantes o acciones mecánicas, donde se adicionan materiales sin ninguna justificación técnica o estética. Por lo general carecen de una función utilitaria específica, son elementos inútiles sin identidad y pocas veces muestran acertadas expresiones creativas. En este caso encontramos los artefactos confeccionados bajo instrucciones de revistas y cursos de manualidades.

Estas definiciones y clasificaciones de la artesanía y su veracidad en su contexto real, son fundamentales para el diseño de los criterios de evaluación y selección de productos que van a regir el certamen. La falta de claridad y justificación de estos principios, por parte de la entidad organizadora, puede acarrear graves problemas con los artesanos en los procesos de apreciación y elección de la muestra a exhibir y en la proyección e imagen de la feria que se va a plantear.

E. ASPECTOS QUE INFLUYEN EN LA REALIZACIÓN DE UNA FERIA

Aparte de los citados anteriormente, los aspectos más relevantes del tema artesanal, que

afectan directamente la dirección y realización de una Feria, son los siguientes:

1• Políticas, criterios, compromisos y población objetivo de la entidad que quiere organizar la Feria.

Una feria de artesanía seleccionada es el espacio propicio para que una entidad trabaje de una manera eficaz por el sector con el cual se ha comprometido, ya que se pueden obtener resultados contundentes a corto y mediano plazo. La empresa organizadora del certamen debe tener políticas y principios muy claros, hacia el sector, porque de ellos dependen todas las directrices que harán realidad el certamen. Las inconsistencias en los criterios pueden ser perjudiciales en la concepción y desarrollo de una feria.

A modo de ejemplo: Artesanías de Colombia como entidad estatal de cubrimiento nacional, tiene como objetivo fundamental crear estrategias que faciliten un desarrollo integral del sector y por consiguiente el mejoramiento en las condiciones de vida de los artesanos.

Los siguientes son algunos mecanismos creados por Artesanías de Colombia, para cumplir el objetivo mencionado: capacitación en temas de organización, mercadeo, comercialización, mejoras en los procesos productivos, control de calidad y la intervención en diseño para la diversificación y adaptación de los objetos tradicionales, para que sean competitivos en mercados nacionales e internacionales. Todo esto bajo políticas ecológicas de desarrollo sostenible.

Estos aspectos o mecanismos de apoyo para el buen desarrollo del sector, convergen de alguna manera en las diferentes actividades de Expoartesanías, es así como Artesanías de Colombia realiza el evento para proporcionar a los artesanos todas las facilidades para su desempeño como gestores y promotores de sus propias empresas artesanales, les brinda capacitación y asesorías en cuanto a diseño, producción y comercialización de productos, y propicia vínculos de negocios a un nivel nacional e internacional, todo esto bajo un mismo techo dentro de las actividades de la feria.

2 • Tipo de evento que se quiere proyectar. Feria a nivel local, nacional o internacional.

Hay que determinar desde un principio que tipo de evento se quiere realizar: local, regional, nacional o internacional. De esta decisión dependen los criterios de organización para el certamen.

Las exigencias de la demanda internacional son muy diferentes a las necesidades de un mercado local, por lo general los artesanos indígenas y tradicionales en Colombia, saben manejar el mercado local y regional, dado que conocen las condiciones de esta demanda, porque la trabajan cotidianamente.

El mercado nacional e internacional es más exigente, necesita de espacios especializados para la buena promoción y exhibición de los objetos, además reclama altos niveles de calidad y creatividad en las piezas, en su presentación y empaque. Por ejemplo la demanda europea cada vez está exigiendo, con mayor énfasis, productos naturales y biológicos que sean totalmente biodegradables y no contengan aditivos nocivos para la salud.

3 • Tipo de artesano o sector de la población artesanal que se quiere convocar para la realización del certamen.

La definición del perfil del artesano que se quiere convocar y en consecuencia el nivel de calidad de los productos, es definitivo para generar un certamen con las características deseadas.

Expoartesanías convoca a todo tipo de artesanos, porque tiene entre sus objetivos reunir la gran diversidad cultural que compone nuestro país, además de mostrar artesanía que identifique a otros países, pero a todos ellos se les evalúan los productos para verificar si alcanzan los niveles de calidad que el evento establece.

De esta manera se reúne lo más representativo de la cultura material colombiana, desde las expresiones del pensamiento indígena hasta las propuestas postmodernas de diseñadores y artistas de vanguardia, pasando por los inmutables objetos tradicionales que

siguen cumpliendo necesidades domésticas. Todos estos con el común denominador: excelente calidad con altos niveles estéticos. que se manifiestan en características creativas que identifican el estilo personal o colectivo de los artesanos.

Esta selección se hace con el fin de establecer altos rangos de calidad y belleza. aspectos imprescindibles para entrar con éxito en un mercado nacional e internacional especializado, la cual es nuestra demanda objetivo.

Se pueden realizar aún ferias más especializadas, según las clasificaciones de artesanía, por sus aspectos culturales, por oficios artesanales, o materiales. Como ejemplos se proponen: Feria de Talabartería, Feria de Platería, Feria de Objetos Postmodernos, Feria de Artesanía Indígena o Feria de Trabajos en Madera.

Si los artesanos no alcanzan los niveles de calidad que satisfagan las exigencias de la demanda especializada, hay que capacitarlos para que sean competitivos en estos mercados, ya que en estos espacios es donde se va a valorar en su real dimensión el objeto artesanal, y es allí donde se justifican los arduos oficios artesanales.

4 • A cual sector de la demanda (visitantes y compradores) se dirige la Feria.

Hay que definir el perfil del comprador objetivo. En Colombia se ha detectado que el sector de la demanda que gusta de la buena artesanía está en estrato social medio alto. son individuos con alto grado de escolaridad, intelectuales o personas con gusto estético, coleccionistas de objetos originales y únicos, amas de casa, amantes de la naturaleza y defensores de políticas ecológicas y ambientales.

Es así como la difusión y promoción de Expoartesanías se dirige hacia este tipo de personas que por lo general gozan de poder adquisitivo. Además, la imagen corporativa del certamen se diseña de acuerdo con las exigencias de este sector de la población. Desafortunadamente personas con otro perfil no valoran en su real dimensión los objetos artesanales, tienden a comprar baratijas y ob-

jetos comunes que carecen de identidad y cualidades estéticas y culturales. Al hacer la producción para este público se desvaloriza el objeto artesanal, en detrimento de los aspectos socio-culturales y económicos del artesano.

F. EL EQUIPO DE TRABAJO

El equipo de trabajo o recurso humano técnico y administrativo necesario para la organización de la Feria, varía de acuerdo a las dimensiones del evento y al tipo de certamen que se quiera realizar. También depende de los diferentes procesos o etapas de preparación y realización, es por esto que a continuación se determina el equipo de trabajo básico durante la concepción, la organización y la puesta en escena o realización del evento.

- Concepción del evento. Para concebir y diseñar el certamen en todos sus aspectos de imagen corporativa, proyección, objetivos, creación de políticas y criterios, consecución de recursos, etc. se necesita un grupo interdisciplinario que conozca el sector artesanal que se quiere convocar, en todos sus aspectos culturales, sociales y económicos. Pueden ser los directivos de la entidad organizadora y un equipo de administradores, humanistas y creativos asesores.

- Organización o preparación pre-feria. Para esta etapa se necesita un equipo de trabajo que sea consecuente con el tipo de certamen que se quiera realizar y con la magnitud del mismo, a continuación se dan los cargos básicos para la coordinación general del evento:

- Director
- Coordinador de participación (regional, nacional o internacional)
- Asesores en Diseño
- Administrador
- Atención al expositor en venta de stands y procesos de pago.

Para suplir otras necesidades la entidad puede contratar a oficinas especializadas:

- Oficina de prensa para la divulgación y difusión del certamen en los medios.
- Oficina de Diseño y Montaje para la construcción y puesta en escena de los stands

o sitios de exhibición y venta.

- Departamento técnico del recinto ferial, para acondicionar el espacio a las necesidades del evento y para la señalización del mismo.

Si las asesorías en diseño y selección de productos no las puede realizar la oficina coordinadora del evento, se puede delegar esta función a una oficina de diseño.

- Durante la realización del certamen. Además del equipo coordinador del certamen, y de las oficinas de prensa y diseño contratadas, se necesita un grupo de apoyo para cumplir las siguientes funciones:

- Apoyo en diseño, para el control y vigilancia de normas de exhibición.
- Apoyo en ventas y pago de stands.
- Coordinación y apoyo a participantes especiales.

Además se contrata a una empresa especializada en estudios estratégicos de mercado para que haga su indagación durante el desarrollo de la feria y a un comunicador para diseñar y realizar los boletines o periódicos para los expositores.

También se necesita contratar transporte para la movilización dentro de la ciudad sede, para los desplazamientos entre el recinto ferial y los lugares de hospedaje, terminales de transporte y aeropuertos.

- Para la evaluación del evento y realización del informe final. Además del equipo coordinador básico se necesita de la intervención de la empresa especializada en mercadeo y los resultados del estudio elaborado durante el desarrollo del evento.

G.¿ CUALES PUEDEN SER LOS OBJETIVOS ?

Una feria de artesanía seleccionada debe plantearse unos objetivos en su infraestructura, organización y apoyo al artesano que faciliten procesos óptimos de comercialización en beneficio del sector artesanal convocado. El objetivo de todo evento comercial es la colocación de la oferta en el mercado, a partir de esta generalidad se pueden establecer unos objetivos específicos, que dependen del tipo

o carácter que tenga la feria. Como ejemplo enunciamos los objetivos básicos que Expoartesanías ha trabajado desde sus inicios.

1• Posicionar un espacio especializado en la exhibición, promoción y comercialización del objeto artesanal

Una Feria especializada en artesanías debe ser un espacio que promueva los objetos artesanales, colocándolos en altos niveles de competitividad en el mercado, donde se dé el verdadero valor estético y cultural a las diferentes piezas, estableciendo diferencias radicales con los objetos comunes de la producción industrial, con los cuales no se puede competir por los niveles productivos y de costos que estos últimos alcanzan.

Los espacios de exhibición y venta de los objetos artesanales deben ser los adecuados para que se destaquen las valiosas cualidades culturales y creativas de los artefactos. La Feria debe ofrecer un espacio idóneo donde se realicen con comodidad las diferentes actividades que un evento artesanal necesita.

2• Enfrentar directamente a los artesanos productores de artesanía con compradores o consumidores.

Uno de los problemas más críticos de los artesanos es la falta de mecanismos de comercialización en sus sitios de origen. La feria artesanal por sus características crea un vínculo directo entre el artesano productor y el comprador, aminorando la intermediación de la artesanía, que en muchos casos es nociva para la economía de la familia artesana.

De esta manera, el artesano tiene la oportunidad de enfrentarse directamente al consumidor de sus productos, siendo receptor de las inquietudes y necesidades de la demanda, esta situación ayuda y motiva al artesano a ser autónomo como núcleo productor y comercializador.

La promoción y divulgación del certamen y el establecimiento de una imagen positiva de la producción artesanal son aspectos imprescindibles para una acertada apertura comercial.

3• Generar una amplia convocatoria y una acertada difusión del certamen entre artesanos y compradores

Básicamente la Feria la conforman los artesanos expositores y los visitantes o compradores. Si alguno de estos dos grupos no asiste con la debida afluencia, se presentarán graves problemas porque se deteriora la imagen del certamen, ante la opinión pública y ante los expositores. Al hallarse espacios de exhibición y venta vacíos, cuando la feria no convoca la diversidad o el tipo de artesanía que había anunciado, o cuando la concurrencia de compradores no es suficiente, los objetivos del certamen no se cumplen a cabalidad.

4• Ampliar el mercado de la artesanía a ámbitos internacionales

Artesanías de Colombia, mediante la convocatoria y realización de ruedas de negocios con compradores de otros países, pretende abrir espacios de comercialización directa entre el artesano productor y la demanda internacional con el fin de propiciar nuevas perspectivas económicas para el sector.

5• Hacer de la feria un espacio de reflexión discusión y estudio del sector artesanal

Por medio de actividades paralelas al certamen como: capacitaciones a los expositores, ciclos de charlas o conferencias sobre el tema, exposiciones o concursos, se puede generar un espacio que brinde los elementos necesarios para debatir y confrontar las diferentes problemáticas que aquejan al sector y las grandes diferencias de conceptos y políticas del tema artesanal. Para enriquecer así nuestro conocimiento y establecer mecanismos que beneficien el sector con eficiencia. Si el tipo de Feria lo permite, se debe aprovechar la presencia de los protagonistas del quehacer artesanal y los creadores de las políticas que afectan al sector, para que compartan y discutan sus criterios, necesidades, logros, carencias, proyecciones, etc.

6• Facilitar la participación de los sectores más deprimidos por medio de apoyo económico y ayuda interinstitucionales

En Colombia y en otros países vecinos, las manifestaciones artesanales más valiosas culturalmente son elaboradas por comunidades indígenas y campesinas de bajos estratos económicos, estos artesanos no están en capacidad de afrontar los gastos para participar en eventos nacionales e internacionales con las características mencionadas. Son portadores de una gran riqueza patrimonial, pero con carencia de recursos para acudir adecuadamente a las ferias.

Por lo tanto es necesario buscar apoyo para la preparación y participación de estos artesanos en el certamen. Todo artifice debe tener esta oportunidad, ya que la experiencia y capacitación práctica que ofrece una feria, es más efectiva que la educación convencional y se perciben los resultados a corto plazo.

Si la entidad organizadora no posee recursos suficientes para subsidiar los gastos de transporte, alimentación, hospedaje y costo del sitio de exhibición y venta, debe recurrir a entidades estatales o no gubernamentales que tengan como objetivo el apoyo al sector, para que los artesanos con dificultades económicas puedan participar en la feria.

7• Motivar al público en general hacia el consumo de objetos artesanales

Expoartesanías por ser una feria de artesanía seleccionada, muestra altos niveles de calidad y creatividad, enmarcados en un espacio idóneo para la exhibición y promoción del

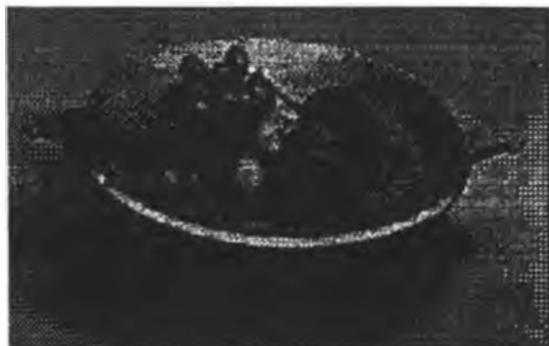
objeto artesanal. Esta situación cambia el viejo concepto que se tenía sobre la artesanía, la feria a logrado sacar el artefacto del mercado común y callejero a una vitrina especializada, donde el producto artesanal se ofrece como elemento indispensable en la vida cotidiana del habitad contemporáneo, proponiendo alternativas ecológicas, y nuevas maneras de intervenir los espacios interiores con elementos vitales y primigenios que revalúan su función ancestral en la postmodernidad. Para promocionar el objeto artesanal hay que poner en evidencia todas aquellas características que lo hacen único y lo diferencian de la fría uniformidad del producto industrial.

8• Detectar las fortalezas y debilidades de la oferta congregada en el certamen

Este objetivo se puede cumplir mediante un estudio estratégico de mercado realizado por una entidad especializada, este trabajo también debe incluir el comportamiento de la demanda. El resultado de esta investigación sirve para direccionar las asesorías en diseño a los artesanos, para que su producción supla las necesidades reales de los consumidores, y así obtener mejores resultados comerciales.

9• Medir el impacto que tiene para los artesanos la participación en el evento

Establecer el nivel de beneficio que ofrece el evento a los expositores es esencial para determinar y solucionar deficiencias y fortalecer aciertos en los mecanismos de promoción y comercialización del objeto artesanal. Este estudio sirve para perfeccionar las estrategias del evento hacia el mercado y proyectar el certamen hacia una mayor eficacia.



CAPITULO II

IMAGEN CORPORATIVA



A. DEFINICIÓN

La imagen Corporativa es la expresión visual que representa el carácter de una compañía. Se ha usado, en nuestra sociedad, como instrumento en la contienda para obtener ventajas competitivas ante entidades o empresas similares en el extenso y complejo espacio de la oferta y la demanda.

El estímulo más poderoso para crear una Imagen Corporativa que identifique a la Feria Artesanal, es que con ella se facilitarán los objetivos de promoción y divulgación del certamen, dando una información visual que exprese motivos e intereses en común entre los diferentes sectores de la población convocados para que el evento sea un éxito.

B. SECTORES DE LA POBLACIÓN A LOS CUALES DEBE DIRIGIRSE LA IMAGEN CORPORATIVA

Una Feria Artesanal como imagen institucional debe dirigirse y motivar a los siguientes sectores de la población:

- Artesanos: expositores tanto convocados como potenciales.
- Consumidores de artesanía: al público en general, pero haciendo énfasis en captar a las personas con el perfil de la demanda objetivo.
- Entidades interesadas en trabajar por el

sector artesanal: La Feria puede brindar los mecanismos para canalizar recursos de apoyo.

- Funcionarios de la misma entidad organizadora, ya que la Imagen Corporativa despliega un lenguaje visual que ayuda a alcanzar las metas del evento y a definir y afianzar los criterios de la misma, información que debe ser clara y reiterativa para los empleados.

C. CREACIÓN DEL DISEÑO Y APLICACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA

La imagen corporativa debe expresar las políticas y criterios reales de la empresa no aspectos falsos. La imagen corporativa por sí sola no es eficiente si no está respaldada con comportamientos, servicios y actitudes de los funcionarios que sean acordes con los planteamientos visualizados en el logotipo.

El manejo y trato de los directivos y funcionarios de la entidad organizadora debe ser consecuente con la imagen corporativa. Si el logotipo y su frase de apoyo promulga por el respeto y valoración de las manifestaciones artesanales y los empleados que organizan la feria tratan a los artesanos con intolerancia y discriminación, se estarán enviando mensajes contradictorios que a corto plazo deteriorarán la imagen del certamen.

La imagen Corporativa de una Feria Artesanal debe expresar de una manera directa y clara, por medio de la síntesis y belleza de las formas, los criterios y objetivos del evento:

- Concepto de artesanía. Por ejemplo: criterios de rescate y conservación de valores culturales, promulgación de desarrollos sostenibles ecológicos, defensa de la diversidad cultural de una región o país.
- Debe establecer el tipo de certamen comercial y cultural que promulga, por ejemplo: promoción del objeto artesanal en medio de aspectos folklóricos, y de la alegría de festividades tradicionales, etc.
- Poner en evidencia la seriedad, compromiso y responsabilidad de la entidad organizadora en el trabajo con el artesano.

Expoartesanías tiene como logo, en su

imagen corporativa, un ringlete donde el nombre del certamen es definitivo para lograr la fuerza visual del símbolo, además de una frase que reitera sus objetivos: ! Un encuentro con lo nuestro !.

El ringlete conformado por cuatro cabezas de tukan, ave exótica de las selvas tropicales americanas, muestra la belleza de nuestra biodiversidad expresada en la concepción de un objeto manufacturado, el ringlete, elemento lúdico que con su carácter universal brinda un mensaje de apertura, movimiento y contemporaneidad que une lo esencial del pensamiento colectivo. La alegría de la festividad, que siempre ha marcado nuestros encuentros anuales, se refleja con la intensidad cromática de colores brillantes y definidos.

El símbolo (ringlete) de Expoartesanías siempre ha estado acompañado de la excelente imagen corporativa de Artesanías de Colombia, reconocida a nivel nacional e internacional, empresa que hace posible la realización de la Feria.

El logo de Artesanías de Colombia es la versión gráfica, de un petroglifo precolombino, el cual con la sorprendente frescura del pensamiento nativo americano sintetiza, en la belleza de las formas elementales, profundos conceptos de vida. Nuestra visión contemporánea sólo puede intuir su vitalidad y encanto.

Representa la a y la c, iniciales del nombre de la empresa; son dos espirales idénticas conformadas por líneas rectas, donde por su posición, la primera dirige su fuerza hacia adentro y la segunda envía la potencia central hacia afuera. Se presienten conceptos de tiempo, espacio y movimiento en estas formas.

Esta imagen revitaliza el concepto de artesanía, por su proceso formal como símbolo, originalmente fue la expresión primigenia grabada en una piedra, al transformarse en logotipo, sus formas se definieron en líneas y vértices exactos y perfectos, donde el rojo primario revitaliza el concepto inicial que sigue siendo el mismo, pero expresado con modernas técnicas de impresión.

Esta concepción afirma que rescatando, conservando, adaptando y diversificando las diversas manifestaciones materiales originales, se pueden potencializar como elementos competitivos que satisfacen necesidades contemporáneas.

CAPITULO III

PERFIL DE EXPOSITORES Y PRODUCTOS

A. ¿ QUE TIPO DE EXPOSITORES SE VAN A CONVOCAR?

Después de definir el tipo de certamen que se quiere realizar, y se han establecido los objetivos, es necesario precisar el sector de la población artesanal que se va a convocar, este es un aspecto primordial para lograr la imagen anhelada y hacer realidad los propósitos establecidos.

Expoartesanias, tiene como política institucional convocar a todos los artesanos productores del país. Por ser una feria de carácter internacional, también invita a representantes de otros países para que exhiban y comercialicen la producción artesanal más relevante y representativa.

Aunque todos los artesanos que califican con su producto pueden estar presentes en la feria, siempre y cuando haya disponibilidad de espacios, de alguna manera se privilegia a los artesanos indígenas y tradicionales de todo el país, quienes además de ser los más necesitados, producen los objetos artesanales de mayor valor cultural, es por esto que ellos reciben un trato preferencial y se les facilita la integración al certamen.

La empresa busca apoyo económico interinstitucional para solventar los gastos de transporte, alojamiento, alimentación y subsidia los espacios de exhibición y venta en la feria. Sin esta ayuda los artesanos tradicionales no podrían participar por los altos costos que genera la asistencia a una feria de las características de Expoartesanias.

B. ¿ CUAL TIPO DE ARTESANÍA SE VA A TRABAJAR?, ¿ QUE

NIVELES DE CALIDAD SE VAN A ESTABLECER ?

Partiendo de los objetivos propuestos, se determina que clase de artesanía se va a exhibir y comercializar en el certamen: una feria de cultura material indígena, artesanía tradicional, neoartesanía o es un evento que reúne gran diversidad de manifestaciones artesanales de una región, de un país o es de carácter internacional.

Cada clase de artesanía tiene características particulares, que se deben determinar para establecer los niveles de calidad que necesita el certamen para lograr sus objetivos y de la misma manera concretar los criterios de evaluación correspondientes.

C.¿ QUE CRITERIOS DE SELECCIÓN DE PRODUCTOS SE VAN A TENER EN CUENTA PARA CUMPLIR LOS OBJETIVOS?

Los criterios que se utilizan para seleccionar la muestra artesanal son esenciales para lograr el nivel de calidad y creatividad proyectado en los objetivos del certamen.

Estos criterios se deben diseñar, partiendo de la realidad socio-cultural y económica de los artesanos y de las necesidades de la demanda objetivo. Para crearlos, se debe tener un conocimiento amplio de la situación real del sector, y una proyección definida hacia metas de excelencia, para impulsar la producción artesanal a niveles de calidad cada vez más altos.

Expoartesanías maneja los siguientes aspectos básicos de la producción artesanal para evaluar y seleccionar los objetos:

1 • Valor Cultural: Son todos aquellos aspectos del objeto artesanal que expresan identidad, originalidad y creatividad. En la cultura material indígena y en la artesanía tradicional estas cualidades se determinan en la conservación y rescate de técnicas, formas y usos ancestrales donde la recreación de modalidades primigenias idénticas o su adaptación para satisfacer necesidades contemporáneas no han perdido la fuerza estética de los originales ni sus rasgos étnicos identificativos.

En la neoartesanía, los valores culturales se concretan en el desarrollo material de la expresión personal del artifice donde la creatividad y las soluciones novedosas a problemas técnicos, estéticos y funcionales dan como resultado objetos únicos que revitalizan la concepción de los objetos artesanales contemporáneos.

Los elementos culturales originales o con valiosos aspectos de identidad, sea individual colectiva, generan objetos con cualidades muy atractivas para los sectores de la demanda con alto poder adquisitivo. El ingenio y la creatividad, son pautas imprescindibles para el éxito comercial. La copia y los objetos comunes, por la gran oferta que generan, estandarizan los precios en los niveles más bajos.

2 • Calidad: Son todas aquellas características de los materiales y procesos constructivos que determinan los acabados, la funcionalidad, resistencia y el tiempo de duración del objeto. Un artefacto de calidad debe mostrar terminaciones impecables y cumplir sin inconvenientes con la función para la cual ha sido creado, además garantizar larga duración sin deterioro.

3 • Responsabilidad Ecológica: Son todos aquellos procedimientos referentes a la obtención y transformación de materias primas naturales para la elaboración de artesanías. Para que los objetos artesanales estén contruidos bajo principios que respeten el medio ambiente, deben estar elaborados con materiales biodegradables que hayan sido extraídos y tratados con sistemas adecuados y responsables que contribuyan a su conservación como especie. No deben emplearse elemen-

tos tóxicos ni en los objetos, ni durante los procesos productivos o de transformación de los componentes.

4 • Presentación del producto e imagen corporativa: Son todos aquellos planteamientos de apoyo para la buena presentación y efectiva divulgación del objeto artesanal y del taller u organización productiva. Las tarjetas de presentación y un empaque adecuado, son elementos imprescindibles para la comercialización de los productos, desafortunadamente no todos los artesanos tienen posibilidades de implantar estos accesorios básicos. Expoartesanías brinda asesoría al artesano para que desarrolle estos aspectos con presupuestos mínimos.

Estas pautas de evaluación se adecúan a las características de las diferentes clases de artesanía. Por ejemplo: en los objetos de cultura material indígena se exige más el rescate y conservación de modalidades tradicionales y manejo de elementos culturales o identidad, para la neoartesanía se demanda una mayor innovación en las propuestas, originalidad, empaque e imagen corporativa.

D. ¿ QUÉ ES V. A HACER A SELECCIÓN ? Q PERFIL DEBE TE ER?

El equipo organizador de la Feria, debe contar con un mínimo de dos funcionarios dedicados exclusivamente a atender a los aspirantes a participar en el certamen, para hacer la evaluación, selección y ofrecer asesorías en diseño, según la necesidad que se presente. El número de profesionales que cumplan estas funciones deberá ser directamente proporcional a la cantidad de artesanos aspirantes.

Las personas idóneas, para hacer evaluación, selección y prestar asesorías en diseño, son conocedores del sector artesanal, con experiencia en trabajo con artesanos o comunidades artesanales. Deben seguir el siguiente perfil:

- Formación humanista universitaria o autodidacta, debe haber realizado investigaciones, o trabajos sobre la creatividad, expresión ó manifestaciones culturales.
- Formación artística universitaria o autodidacta, debe manejar concepciones de

alto nivel estético y creativo.

- Debe gozar de sensibilidad estética, creativa, humanista.

- Facilidad para expresarse e integrarse rápidamente en los trabajos en comunidad.

- Debe tener la capacidad de profundizar con dinamismo en los diferentes temas culturales, sociales y económicos del tema artesanal.

- Debe mostrar actitudes éticas consigo mismo y con su entorno.

- Se debe adecuar rápidamente a las diferentes situaciones y condiciones socio-culturales de los artesanos.

- Mostrar respeto e interés sobre las opiniones y expresiones diferentes a la propia.

- No debe mostrar rigidez en los conceptos que maneja, por el contrario debe ser una persona abierta a observar y aprender sobre toda situación que se presente y a modificar o adaptar los conceptos predeterminados según sea el caso.



CAPITULO IV

CONVOCATORIA A EXPOSITORES

A. ELABORACIÓN DEL DIRECTORIO DE ASPIRANTES

Después de definir el perfil del expositor que se quiere convocar, es necesario crear una base de datos, de los artesanos que cumplan estas características. La lista de los candidatos debe en un principio cubrir todo el sector artesanal y posteriormente se hace una selección de los más opcionados a clasificar según el perfil determinado.

Esta es una labor de indagación muy ardua, si la entidad organizadora no cuenta con una base de datos previa, es en estos momentos cuando hay que dedicar tiempo y paciencia para recurrir a la memoria de instituciones y personas naturales que trabajen con el sector, a un nivel regional, nacional e internacional, según sean las características de la Feria que se quiera convocar.

Este es un paso definitivo para el buen desarrollo de la preparación, coordinación y puesta en escena del evento, ya que estos artesanos y sus productos son los protagonistas, la razón de ser de la Feria y los que van a conformar la imagen institucional del certamen. Cualquier error u omisión en la convocatoria acarreará dificultades en los diferentes aspectos del proceso pre-feria.

El directorio de aspirantes deberá ordenarse en una base de datos que posibilite su clasificación de acuerdo con el tipo de artesanía, oficios o técnicas, materiales y lugares de origen. Para elaborar con facilidad listados de artesanos con características específicas que satisfagan necesidades inmediatas.

La base de datos debe contener la siguiente información:

- Nombre del artesano o representante.
- Razón social o nombre de la empresa o taller.
- País (si es una Feria con participación Internacional).
- Departamento, estado o provincia.
- Dirección y teléfono.
- El tipo de artesano (de acuerdo con la clasificación establecida).
- Oficio o técnica artesanal (hay que elaborar una clasificación preliminar de los oficios o técnicas, que de cabida a toda la expresión artesanal convocada).
- Materiales utilizados.
- Productos.

Ejemplo:

- Ifigenia Inchimá
- Asociación de Mujeres Tejedoras de San Miguel
- Departamento del Cauca
- Vereda el Pedregal del municipio de San Miguel. y/o Corporación para el Desarrollo Comunitario del Cauca. Carrera 12 No 3-21 de Popayán
- Tel.: 0984798971
- Artesanía Tradicional
- Tejeduría
- Lana
- Paños, tapetes y cojines

Esta base de datos permitirá ordenar a los expositores por regiones del país, tipo de artesano, oficio artesanal y materiales utilizados. Estos ordenamientos ofrecerán importantes datos confiables en el momento de realizar la convocatoria y diseñar la organización de la puesta en escena de la feria.

B. IDENTIFICACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON LOS DIFERENTES XPOSITORES

Para que la comunicación con los artesanos sea efectiva, se debe verificar y definir que tipo de correo o servicio postal es el adecuado. La mayor parte de artesanos indígenas y tradicionales viven en sitios distantes y de difícil acceso, donde no llega el correo. En estos casos es imprescindible buscar las entidades estatales o privadas que presten apoyo al sector artesanal en la región para que sean mediadores. Algunas veces los artesanos dan direcciones o números de teléfono de amistades o familiares para facilitar la comunicación.

Por lo general la comunicación con los artesanos urbanos es más ágil, pero por ser esta una población que cambia constantemente de residencia o de taller, es sólo actualizando la base de datos constantemente, que se tiene una información confiable.

C. CONVOCATORIA

Para congregarse en la feria a todos los artesanos preseleccionados se deben diseñar mecanismos de comunicación efectivos para que la convocatoria sea un éxito. Cuando una feria aparece por primera vez o no se ha posicionado en el sector, se deben reforzar las estrategias para que se de a conocer a los artesanos que cumplen con el perfil que requiere la feria pero que, por algún motivo, no se encuentran en la base de datos. Esto con el fin de tener una representación del sector muy completa.

Cuando una feria realiza la primera versión del evento, se tiene que diseñar un lanzamiento contundente en medios de comunicación masiva para que la imagen corporativa del evento quede grabada en la memoria colectiva tanto de artesanos como de visitantes, compradores y público en general.

Se puede hacer promoción y divulgación en los diferentes medios de comunicación masivos. Los funcionarios de la entidad organizadora deben dar a conocer la feria y brindar la información pertinente desplazándose hasta los lugares de origen de los artesanos, para que estos sientan un respaldo institucional, so-

breteado en la preparación de la primera versión del evento.

Cuando la feria ya se ha posicionado en el sector y es reconocida por sus resultados positivos, los artesanos buscan la participación en el certamen, sin necesidad de ser invitados o convocados. Actualmente Expoartesanías no necesita promoción ni divulgación en el sector artesanal nacional, es suficientemente conocida.

1. Convocatoria a los artesanos que viven en la misma ciudad o región donde se encuentra la oficina organizadora del certamen

La convocatoria se puede hacer por medio de una carta que explique de manera clara y concisa qué es la Feria, quien la organiza, cuales son sus objetivos y requisitos de participación. Además invita a los artesanos a que se acerquen a la sede de la Feria, con un muestrario de los productos que elabora, para que estos sean evaluados para verificar si alcanzan los niveles de calidad exigidos por el certamen.

Esta invitación debe informar a los aspirantes que no pueden inscribirse en el evento sin una entrevista previa para la evaluación y selección de los productos. Este mecanismo garantiza el nivel de calidad de la muestra artesanal y en consecuencia la imagen del certamen ante el público.

También, la convocatoria debe exigir una respuesta inmediata por correo normal, electrónico, fax o telefónico. Esto ayudará a verificar si la convocatoria llegó a su destino, además de detectar rápidamente su eficacia, el tener rápidos resultados ayudará a detectar aciertos y deficiencias en el mecanismo de citación, para así buscar soluciones o alternativas con prontitud, para que no se afecte la realización de la feria y el cumplimiento de objetivos.

2. Convocatoria a los artesanos que viven en ciudades o regiones diferentes a la sede del la oficina organizadora del certamen

Cuando los aspirantes residen en lugares apartados de la ciudad sede de la oficina coor-

dinadora del certamen, el proceso de evaluación y selección de los productos se complica, porque a los artesanos se les dificulta desplazarse para cumplir con la entrevista preliminar, además no se les puede prestar asesorías directas en diseño, para mejorar su producción.

Para solucionar estos inconvenientes se sugiere recurrir a las entidades que apoyan el sector artesanal en las diferentes regiones que se quieren invitar, para que colaboren en estos aspectos de la convocatoria y si cuentan en sus equipos de trabajo con diseñadores, estos pueden efectuar la evaluación, selección y prestar asesoría a los productos artesanales, con los criterios y coordinación directa de la oficina que organiza la feria.

Es así como Expoartesanías recurre, para este fin, a los Laboratorios de Diseño de Armenia y Pasto, La Unidad de Diseño de Bogotá (quienes tienen un amplio cubrimiento del sector), Fondos Mixtos de Cultura Departamentales, Alcaldías y Casas de la Cultura.

La convocatoria para los artesanos que residen fuera del sitio sede de la organización de la Feria, debe contener la misma información básica de la convocatoria ya enunciada, e informar sobre las entidades regionales que les pueden colaborar en los procesos de inscripción. También se debe comunicar cual es el mecanismo de evaluación y selección de los productos, ya que este es un requisito que no se puede eliminar.

Expoartesanías en su convocatoria anual pide a los artesanos de fuera de Bogotá, sede del evento y de la oficina coordinadora, enviar fotografías y/o muestras físicas de los productos que elaboran, con este material se evalúa, selecciona y se brindan sugerencias en diseño. Así todo el proceso de selección e inscripción se hace por correo.

D. SEGUIMIENTO

Como ya se había comentado, el correo en países como Colombia, no es un sistema confiable. Es por esto que, un tiempo después de enviadas las convocatorias, hay que confirmar si llegaron a su destino. Esta verificación se puede efectuar por medio de llamadas telefónicas a los artesanos o a las entidades de apoyo.

Esta comunicación telefónica se debe aprovechar para averiguar si están interesados en participar en el certamen y para brindar más información que satisfaga las inquietudes y dudas que se presenten. Hay muchos artesanos, que aún exigiéndoles una respuesta a la convocatoria no la contestan, esta actitud muchas veces no es de rechazo a la invitación, ellos no ven la importancia de tomar una decisión rápida y se toman su tiempo.

Normalmente, cuando se trabaja con artesanos indígenas y tradicionales, se presentan dificultades en los procesos de organización de una feria. Por su contexto y forma de vida tienen un peculiar modo de ser y de percibir el mundo, sus prioridades muchas veces no son las que nosotros esperamos, así como para ellos carecen de importancia nuestros mecanismos y metas en la organización. Para enfrentar estas situaciones con eficiencia sin agredir a los artesanos, se debe asumir una actitud de tolerancia y respeto, adecuándose a su idiosincrasia y brindando solución a los inconvenientes que ellos detecten en relación con la participación.

A este sector de la población es necesario hacerle seguimiento constante, durante época de pre-feria y durante el evento para mantener control de la situación en todas las actividades referentes a su participación.

CAPITULO V

SELECCIÓN DE PRODUCTOS Y ASESORÍAS EN DISEÑO

Para presentar en el evento el tipo de artesanía que se requiere y alcanzar los niveles de calidad que se han establecido en los objetivos, es imprescindible que la feria sea de artesanía seleccionada. De esta manera se puede diseñar y tener control sobre la imagen del evento para que esta repercuta, tanto entre los artesanos expositores, como entre la opinión pública y los funcionarios de la entidad promotora del certamen.

Como se ha comentado en capítulos anteriores, el objeto artesanal sólo puede encontrar un contexto comercial que beneficie al artesano, si se posiciona en los niveles más altos en cuanto a calidad, creatividad y valores culturales.

No se justifica promover la artesanía a nivel de baratijas o ventas callejeras, porque el trabajo del artesano va a desvalorizarse y así mismo sus condiciones económicas y socioculturales. Además estos son mercados donde el artesano ya ha incursionado, obteniendo mínimas ganancias y una sensación de desprecio hacia su arduo trabajo.

Como en su gran mayoría los artesanos no están preparados para asumir los retos que exige el mercado selectivo como lo son la excelente calidad, originalidad, presentación del producto, etc., el equipo coordinador del evento debe contar con diseñadores que presten servicio permanente al artesano para prepararlo hacia una adecuada participación en la feria y así elevar cada vez más los niveles de calidad de la producción. Las intervenciones en diseño, algunas veces son muy costosas o se dificulta su realización por parte de la entidad organizadora, en este caso se sugiere delegar esta función a una empresa especializada en asistencia técnica y de diseño.

A. ATENCIÓN EN DISEÑO AL ARTESANO

La oficina coordinadora de la feria debe prestar un servicio permanente de asesoría en diseño a los artesanos aspirantes a participar en el certamen y a los expositores, esto con el fin de desarrollar mecanismos que impulsen la producción artesanal a niveles superiores de calidad y creatividad.

La asesoría en diseño para el mejoramiento de los productos y su presentación consta de cinco pasos básicos:

- Evaluación de los productos. Diagnóstico.
- Selección de los productos.
- Diversificación y desarrollo de nuevos productos (si es necesario).
- Desarrollo de imagen corporativa
- Presentación del producto

B• EVALUACIÓN DE LOS PRODUCTOS

Diagnóstico.

En este primer paso se verifica en que nivel se encuentra el producto en sus diferentes condiciones. Expoartesanías utiliza los siguientes aspectos para evaluar el producto artesanal:

- **Valor cultural** - Manejo de elementos culturales o identidad
 - Valor estético
 - Innovación de la propuesta
 - Creatividad

- **Calidad**- Dominio técnico
 - Acabados
 - Manejo de materias primas
 - Funcionalidad
- **Responsabilidad ecológica**
 - Manejo de materias primas para su conservación como especie.
 - utilización de tóxicos
 - biodegradabilidad
- **Producción** - Precios
 - Capacidad de producción
- **Imagen Corporativa** - Empaque
 - Diseño de Imagen Corporativa.

• **Antecedentes en Ferias anteriores del expositor y sus productos, si los tiene.**

A todos estos aspectos se da un puntaje de 1 a 5 donde: 1 es pésimo, 2 es malo, 3 es deficiente, 4 es bueno y 5 es excelente. Basándose en este puntaje se detectan las fortalezas y debilidades del producto para canalizar de esta manera, el trabajo en diseño para su mejoramiento. Además esta evaluación indica si el artesano tiene posibilidades de participar en el evento, si necesita orientación en diseño o queda totalmente excluido porque no cumple con las cualidades básicas que el evento requiere.

A los aspirantes que no alcancen un puntaje mínimo para clasificar, se les indica amablemente las razones por las cuales los productos no pueden ser aceptados por la feria y se sugieren otras vitrinas comerciales, que puedan promover ese tipo de productos.

De la evaluación se extrae un breve diagnóstico que indica de una manera concreta que tipo de orientación necesitan los objetos para aumentar su calidad.

C• SELECCIÓN DE LOS PRODUCTOS

Generalmente, la producción de un artesano, asociación o taller tiene una gran cantidad de referencias o artículos diferentes. En ellas se encuentran productos dirigidos a diferentes mercados. En la selección se clasifica la producción y se identifican cuales son los artefactos apropiados para la feria, los otros

productos se excluyen por considerarse perjudiciales para la imagen del evento.

Se explica al artesano atentamente, las razones por las cuales toda la producción no puede ser exhibida ni comercializada en la feria y se le indica la posibilidad de manejar estas líneas de productos en otros eventos comerciales, más apropiados a las características de los objetos.

En la selección de productos también se identifican objetos que con algunos cambios pueden alcanzar los niveles de calidad exigidos, es así como se dan recomendaciones puntuales al artesano para que mejoren los artículos, si lo hacen y se obtienen buenos resultados, son aceptados.

Expoartesanías elabora una ficha de atención al artesano donde se consigna la evaluación y el listado de productos aceptados, si el artesano es admitido, esta relación se incluye en la inscripción o contrato de arrendamiento del espacio de exhibición y venta, para evitar que el expositor exhiba productos rechazados por baja calidad.

D• DIVERSIFICACIÓN Y DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

En la evaluación se detectan cuales son las fortalezas y deficiencias de la producción, partiendo de estas circunstancias se plantean las posibles alternativas para dirigir el producto a condiciones óptimas.

Primer ejemplo:

- Diagnóstico. gran habilidad técnica y de manejo de materiales, pero se observan problemas en el diseño por falta de originalidad, ya que el producto es muy común y es elaborado por muchos artesanos de manera similar.

Planteamiento de diseño: adelantar un taller de creatividad, donde se abran espacios que posibiliten el desarrollo de la expresión personal, para exaltar los rasgos plásticos más característicos del estilo individual del artesano. Al despertar su creatividad, el hacedor recuperará la frescura y espontaneidad que deben tener las expresiones artesanales.

Este es un proceso de diversificación ya que el artesano, conservando la técnica y ma-

teriales que ha trabajado habitualmente, crea nuevos productos con características formales que solucionen las deficiencias detectadas. Con excelente técnica y creatividad se desarrollan objetos de características únicas que tienen más posibilidades de aceptación en la demanda.

Segundo ejemplo:

- Diagnóstico: manejo de materias primas no biodegradables, acabados con calidades deficientes, pero se detectan ingeniosas propuestas formales en el diseño y funcionalidad.

Planteamiento de diseño: adelantar ejercicios de experimentación con diferentes materiales biodegradables o reciclados, de fácil consecución y bajo costo. Cuando el hacedor encuentre el material ideal que se adecue a sus propósitos, se brindan alternativas para el planteamiento de nuevos productos y para solucionar los problemas de calidad y acabados.

Este es un proceso de desarrollo de nuevos productos donde se aprovecha el talento y creatividad del artesano para la creación de novedosas propuestas formales.

E • DESARROLLO DE IMAGEN CORPORATIVA

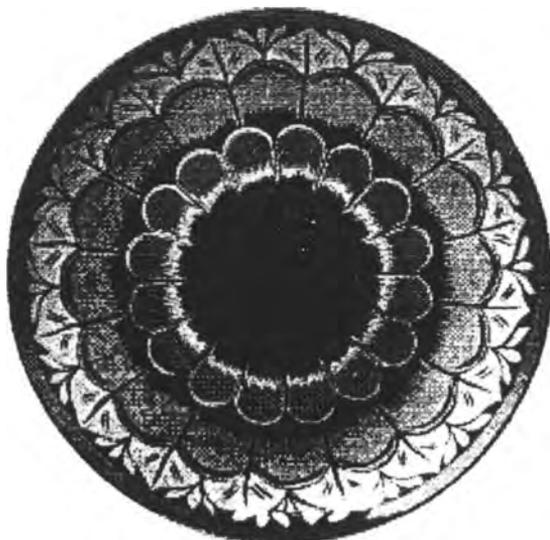
En Colombia sólo los talleres urbanos de creativos, diseñadores o artistas, y algunas

asociaciones o comunidades de artesanos apoyados por entidades interesadas en la imagen del producto artesanal tienen imagen corporativa. Pensando en la importancia que esta identificación brinda para la apertura de mercados especializados, se hace necesario capacitar a los artesanos para que sean los creadores y ejecutores de su identidad como empresa. Con recursos mínimos y derroche de creatividad se pueden idear el logo o símbolo, la tarjeta de presentación y el empaque, elementos esenciales para dar fortaleza a la imagen.

Las pautas para el desarrollo de la imagen corporativa pueden ser las mismas expresadas en el capítulo II pero adecuadas a las condiciones de los talleres artesanales.

F • PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

Además de una acertada imagen corporativa el producto debe mostrarse de una manera atractiva, que sea consecuente con la naturaleza del objeto artesanal. El empaque y la presentación del sitio de exhibición y venta son definitivos para incursionar de manera contundente en la atención de los compradores. Una mala imagen en estos aspectos es contraproducente para la comercialización en mercados especializados porque se demerita el valor del objeto artesanal, reduciéndose la capacidad de venta y el precio final del artículo.



CAPITULO VI

SUBSIDIO Y APOYO PARA LOS EXPOSITORES Y GESTIÓN PARA CONSECUCCIÓN DE RECURSOS

A. DETERMINAR EL PERFIL DEL EXPOSITOR QUE NECESITA SUBSIDIO

En Colombia por lo general los artesanos indígenas y tradicionales no cuentan con recursos suficientes para cubrir los gastos que genera la intervención en un evento de esta magnitud. También bastantes artesanos urbanos, por la inestabilidad en la comercialización de sus productos en mercados informales, no están preparados para asumir la totalidad de los costos de participación. Además para los artesanos que viven fuera del perímetro de la ciudad sede los gastos de producción, empaques e imagen corporativa, alquiler del sitio de exhibición y venta, transportes, alimentación y hospedaje son un impedimento para su asistencia.

Para establecer a cuales artesanos se van a subsidiar, se debe tener un conocimiento previo y confiable de la situación económica de los diferentes sectores de la población artesanal que se va a convocar y buscar mecanismos para verificar la situación real de los artesanos, para no cometer arbitrariedades.

B. ¿ COMO Y EN QUE SE DEBE PRESTAR EL APOYO?

Las condiciones económicas de los artesanos son bastante diversas, por esto es necesario crear niveles de apoyo según las necesidades detectadas. En Expoartesánias, Artesánias de Colombia financia los costos para los representantes de comunidades indígenas: transporte ida y vuelta desde sus sitios de origen hasta Bogotá, transporte dentro de la ciudad, hospedaje y alimentación los días que dure la feria y el costo del sitio de exhibición y venta de los productos. Además de capacitación y servicio al expositor durante el evento. Sin embargo, este es un apoyo transitorio en la medida que ellos van adquiriendo

autonomía con la venta de la producción.

A los artesanos tradicionales, se les subsidia la alimentación, hospedaje y transporte dentro de la ciudad, durante los días de feria, además se les apoya en un porcentaje del costo del stand, según su condición económica.

Los neoartesanos que presentan problemas económicos críticos y que elaboran productos con calidades optimas, son apoyados por la empresa, siguiendo los mismos parámetros establecidos para los artesanos tradicionales.

C. ¿ QUE ENTIDADES PUEDEN BRINDAR APOYO ?

Además de los recursos que pueda aportar la entidad que organiza el evento, hay otros organismos del estado que pueden avalar de alguna manera al sector artesanal de su región. En Colombia la Corporación para el Desarrollo de la Microempresa, Fondos Mixtos de Cultura Departamentales, Casas de la Cultura, Redes de Solidaridad, Fundaciones, Cámaras de Comercio y Alcaldías, son algunas de las empresas que auxilian a los artesanos de escasos recursos.

También hay organizaciones no gubernamentales, algunas de ellas con apoyo extranjero, las cuales trabajan por el sector en diferentes lugares. Estas entidades no sólo afianzan la organización y las actividades pre-feria, sino que subsidian en parte los gastos de los artesanos en la preparación y participación en la feria.

Desde un principio es primordial, en la organización del evento, detectar estas entidades de respaldo económico y logístico, las cuales agilizan los procesos y facilitan la participación de los artesanos que patrocinan.

También pueden desarrollarse ferias que se financien en un 100 % con los ingresos de ventas y ventas de stands.

CAPITULO VII

MATERIAL INFORMATIVO PARA EXPOSITORES

Los expositores deben estar debidamente informados sobre los diferentes aspectos que intervienen en el evento para que realicen una buena participación. Si la organización de la feria logra establecer una comunicación efectiva con los expositores donde ellos sean receptores activos de las intenciones del certamen, los objetivos serán posibles a corto plazo, porque los artesanos serán partícipes, promotores y protagonistas de estos hechos.

Las deficiencias en la comunicación con los expositores pueden acarrear graves problemas que estropean la imagen de la feria y de la entidad organizadora, al tergiversar los propósitos reales de apoyo al sector.

La información que el expositor necesita puede suministrarse por medio de boletines e instructivos que se reparten en los momentos oportunos en cada proceso de organización.

A. BOLETINES

Los boletines son publicaciones periódicas pre-feria que brindan información clara, versátil y amena respecto a diferentes temas que el expositor debe conocer como preparación al evento.

Aquí encuentran un acertado mecanismo de difusión los criterios, políticas y objetivos de la entidad organizadora y del certamen. También se utilizan para tratar aspectos de coordinación de la feria, del objeto y producción artesanal con el fin de preparar debidamente al expositor para una exitosa participación.

Estas publicaciones deben ser visualmente muy atractivas y los textos concisos, para que sea de fácil y rápida lectura, así el artesano no encontrará pretexto para leer el comunicado.

Expoartesanías distribuye los boletines por correo a los artesanos inscritos y a los aspirantes y visitantes en la oficina organizadora.

Expoartesanías realiza boletines mensuales, durante los cuatro meses previos al certamen, cada uno contiene básicamente la siguiente información:

- Nombre, logotipo y eslogan de la feria y de las entidades organizadoras.
- Lugar y fecha del evento
- Nombre y número del boletín.
- Fecha de expedición del boletín
- Editorial o introducción. En este espacio se saluda y motiva al artesano para que desarrolle un excelente trabajo en la feria, y se le hace partícipe de mecanismos generados por la entidad organizadora en beneficio de su formación como empresario.
- Recomendaciones para la participación.
- Advertencias sobre tramites de inscripción y pago de sitios de exhibición y venta.
- Indicaciones para el montaje y exhibición de la muestra artesanal.
- Información sobre, productividad, calidad, creatividad, diseño y funcionalidad del producto artesanal.

B. INSTRUCTIVOS

La organización de la feria debe crear canales de comunicación con el artesano donde se le suministre la información necesaria para una participación sin contratiempos. Partiendo de las características del evento, de cada actividad de coordinación pre-feria y del perfil de los artesanos convocados, se diseñan los instructivos. Expoartesanías elabora los siguientes:

- Instructivo para expositores nacionales.
- Instructivo para indígenas y comunidades negras.
- Instructivo para expositores internacionales.
- Información general del Evento
- Criterios de evaluación y selección de productos
- Instructivo de montaje y participación.

A modo de ejemplo, a continuación se enuncian los contenidos de cada instructivo.

1 • Instructivo general para expositores nacionales

Se diseña teniendo en cuenta el perfil del expositor, y el tipo de evento que se haya planteado: feria local, regional o nacional. Expoartesanías por ser un evento de carácter nacional, que congrega a toda la diversidad cultural del país, establece un instructivo general, con información didáctica básica, para que el expositor utilice los datos necesarios para su participación. Este instructivo se entrega a todo artesano cuyos productos hayan sido aceptados para participar en la feria. Debe distribuirse tan pronto comience el proceso de organización, para que el artesano a su debido tiempo se involucre en los trámites de inscripción y tenga un periodo adecuado para preparar el volumen de producción que requiere el certamen. El contenido es el siguiente:

- Nombre, logotipo y eslogan de la feria y de las entidades organizadoras.
- Lugar y fecha del evento
- Nombre del Instructivo (Instructivo para expositores nacionales).
- Introducción. ¿qué es la feria?, ¿dónde se realiza?, dimensiones del área de exhibición que artesanos participan?
- Condiciones de participación. Los requisitos que la feria establece para la participación.
- Precios y especificaciones de los stands o áreas de exhibición y venta.
- Forma de pago y sistema de cancelación de las cuotas.
- Dotación del stand. Mobiliario y servicios incluidos.
- Servicios adicionales. Accesorios espe-

ciales que requieren un costo adicional, como: teléfono, conexiones eléctricas extras, muebles especiales, etc.

- Manejo de la mercancía: ¿ cómo se debe enviar y marcar?, fechas de recibo, relación de la mercancía.
- Normas de exhibición.
- Observaciones: Advertencias y recomendaciones.
- Dirección, teléfonos, e.mail y fax de la oficina coordinadora de la feria.

2 • Instructivo para indígenas y comunidades negras.

Esta comunicación está diseñada de una manera especial, para su fácil comprensión por parte de los artesanos indígenas y de comunidades negras. Como estos artesanos están patrocinados por la empresa, se omite información que solo interesa a los expositores que pagan el valor de los stands. Este instructivo debe distribuirse tan pronto comience la organización de la feria, para que el artesano a su debido tiempo se involucre en el proceso de inscripción y tenga un periodo adecuado para preparar el volumen de producción que requiere el certamen. Este instructivo contiene la siguiente información:

- Nombre, logotipo y eslogan de la feria y de las entidades organizadoras.
- Lugar y fecha del evento
- Nombre del Instructivo (Instructivo para indígenas y comunidades negras)
- Introducción: ¿qué es la feria?, ¿dónde se realiza?, dimensiones del área de exhibición?, ¿ qué artesanos participan?
- Condiciones de participación. Los requisitos que la feria establece para la participación.
- Selección del representante. Mecanismos de elección del artesano delegado por la comunidad: generalmente esta designación debe venir avalada por el cabildo gobernador correspondiente.
- Responsabilidades que adquiere el delegado con la comunidad y con la empresa organizadora.
- Compromiso de Artesanías de Colombia con cada representante.

- Manejo de la mercancía: ¿ cómo se debe enviar y marcar?, fechas de recibo, relación de la mercancía.

- Normas de exhibición.
- Observaciones: Advertencias y recomendaciones.
- Dirección, teléfonos, e.mail y fax de la oficina coordinadora de la feria.

3 • Instructivo para expositores internacionales.

Este instructivo está diseñado para satisfacer las inquietudes de los expositores de otros países, en cuanto a su participación en un evento colombiano de carácter internacional, se elabora en español e inglés para una comprensión más universal. El contenido del instructivo es el siguiente:

- Nombre, logotipo y eslogan de la feria y de las entidades organizadoras.
- Lugar y fecha del evento
- Nombre del Instructivo (Instructivo para expositores internacionales).
- Introducción: ¿qué es la feria?, ¿dónde se realiza?, dimensiones del área de exhibición?, ¿qué artesanos participan?
- Requisitos y proceso de selección y participación.
- Datos acerca de la infraestructura del certamen
- Precios y especificaciones de los stands o áreas de exhibición y venta.
- Dotación del stand. Servicios incluidos en el stand.
- Forma de pago y sistema de cancelación de las cuotas.
- Servicios adicionales. Accesorios especiales que requieren un costo adicional, como: teléfono, conexiones eléctricas extras, muebles especiales, etc.
- Manejo de la mercancía: ¿ cómo se debe enviar y marcar?, fechas de recibo, relación de la mercancía.
- Documentos que requiere el expositor para la legalización de la mercancía.
- Requerimientos para efectuar la nacionalización de los productos.
- Sistemas de seguros.

- Normas de exhibición.
- Observaciones: Advertencias y recomendaciones.
- Dirección, teléfonos, e.mail y fax de la oficina coordinadora de la feria.

4 • Información general del Evento

Este comunicado explica detenidamente que es la feria, sus objetivos y proyecciones. Es un elemento de consulta que se obsequia a todo artesano expositor, visitante, comprador y a cualquier persona que desee información sobre el certamen. Su contenido es el siguiente:

- Nombre, logotipo y eslogan de la feria y de las entidades organizadoras.
- Lugar y fecha del evento
- Nombre del Instructivo (información general del evento).
- Presentación: ¿qué es la feria ?, ¿quién la organiza?.
- Objetivos
- Características del evento. ¿Qué tipo de feria es?, área de exhibición, número de expositores, volumen de visitantes, proyección y políticas de la entidad organizadora, servicios que presta el certamen.
- Descripción de la muestra artesanal que convoca.
- Publicidad y Divulgación del certamen.
- Perspectivas.
- Dirección, teléfonos, e.mail y fax de la oficina coordinadora de la feria.

5 • Criterios de evaluación y selección de productos

Esta reseña explica de una manera clara y concisa los diferentes principios y apreciaciones de la entidad organizadora del evento, en cuanto a la artesanía y al objeto artesanal. Aquí se encuentran los fundamentos para la evaluación y selección de productos y la justificación de estos criterios. Este comunicado consigna la siguiente información:

- Nombre, logotipo y eslogan de la feria y de las entidades organizadoras.
- Lugar y fecha del evento
- Nombre del Instructivo (Criterios de

evaluación y selección de productos).

- Generalidades: presentación del evento, objetivos, justificación y mecanismos de selección de productos.

- Concepto de artesanía y su clasificación.

Artesanía indígena, definición y pautas de valoración.

Artesanía tradicional, definición y pautas de valoración.

Neoartesanía, definición y pautas de valoración.

- Requisitos que deben cumplir los productos para su aceptación.

- Dirección, teléfonos, e.mail y fax de la oficina coordinadora de la feria.

6 • Instructivo de montaje y participación.

Este comunicado se entrega con anterioridad a los días de montaje, todos los expositores deben tener acceso a este instructivo, su función es dar la información necesaria a los artesanos para que tengan posibilidad de efectuar un proceso de montaje e iniciación de la feria ágil y sin contratiempos. En este se dan instrucciones de manejo de mercancías, requisitos de ingreso al recinto, normas de exhibición, instrucciones y recomendaciones para la puesta en escena y ambientación del stand.

- Nombre, logotipo y eslogan de la feria y de las entidades organizadoras.

- Lugar y fecha del evento

- Nombre del Instructivo (instructivo de montaje y participación).

- Presentación. Saludo y justificación del instructivo.

- Instrucciones para tomar posesión del stand.

- Proceso de ingreso de mercancía.

- Credenciales o identificación ferial. Los diferentes tipos de credenciales, su uso y cuantas corresponden a cada stand.

- Normas de montaje y exhibición.

- Tramites para adquirir servicios adicionales.

- Gestión para tener acceso a servicios de bodega y parqueadero

- Advertencias y recomendaciones.

- Dirección, teléfonos, e.mail y fax de la oficina coordinadora de la feria.

C. PERIÓDICO DURANTE LA FERIA

Expoartesanías hace un boletín que circula todos los días de feria, donde se ofrece toda la información que el expositor necesita para su eficiente participación en el certamen. Son notas casuales, amenas que anuncian las actividades y servicios que se desarrollan en el marco de la feria, también se aprovecha este diario para aclarar inquietudes de los expositores, reiterar normas de exhibición y enviar comunicados de la dirección de la feria a los expositores.



CAPITULO VIII

MATERIAL INFORMATIVO PARA VISITANTES Y COMPRADORES

A. INVITACIÓN

Para convocar a los compradores de artesanía, se debe elaborar una base de datos, la cual contenga información de comerciantes de objetos artesanales, o de regalos, nacionales e internacionales. Esta base de datos se puede ir alimentando constantemente, a medida que aparezcan nuevas opciones en la demanda.

La invitación debe hacer una excelente presentación de la feria resaltando los altos niveles de calidad que maneja el certamen y la gran riqueza cultural expresada en la diversidad del evento. Es necesario aclarar que la entidad organizadora invita a que se hagan presentes en la feria para adquirir los objetos y consolidar pedidos a mediano y largo plazo, no para participar como expositores, ya que su presencia como participantes sería contraproducente para los objetivos del certamen.

Esta misiva debe ir acompañada del plegable de promoción y divulgación, descrito más adelante, para que la motivación a visitar la feria sea más efectiva. Deberá enviarse por correo y posteriormente hacerle seguimiento para verificar si llegó a su destino y logró su cometido.

La convocatoria para compradores, que por algún motivo no aparezcan en la base de datos y para el público en general, debe efectuarse por medio de la promoción y divulgación del certamen en los diferentes medios de comunicación masiva: radio, televisión, periódicos, revistas, etc.

B. PLEGABLE DE PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN.

Es un mecanismo de comunicación visual, el cual debe estar concebido con altos niveles

estéticos y de calidad. Si el plegable está creado con depuradas concepciones de diseño y excelentes propiedades técnicas de impresión y calidad del papel, será un mecanismo de promoción y divulgación que muestre muy buenos resultados. Este material de difusión debe resaltar el objeto artesanal en sus diferentes alternativas de uso, en medio de sugestivos y atractivos ambientes, donde se revitalicen los valores estéticos y culturales del artefacto en la cotidianidad contemporánea.

Este comunicado puede mostrar imágenes resaltadas con textos breves, donde se ponga en evidencia los conceptos artesanales, trabajados por la entidad promotora del certamen. La imagen corporativa de la feria y de las entidades que la organizan, el lugar y fecha del evento y unas fotografías que alcancen un fuerte y agradable estímulo visual, son suficientes, para lograr un buen elemento de promoción.

Se debe elaborar un gran volumen de ejemplares para ofrecerlos sin restricción tanto a posibles compradores, visitantes, público en general y artesanos, estos últimos pueden con este material promover el evento.

C. INFORMACIÓN GENERAL DE LA FERIA.

Es el mismo instructivo enunciado en el capítulo anterior, como material informativo para expositores. Este comunicado puede ofrecer una reseña definitiva que promueva y motive a los compradores a visitar el certamen, porque profundiza en los diferentes aspectos del sector productor y en las políticas de la entidad organizadora.

D. CATALOGO CON DIRECTORIO DE EXPOSITORES.

El catálogo de la feria cumple tres funciones específicas:

- Promover y dar a conocer el evento, como mecanismo de comercialización del objeto artesanal y como espacio de reflexión del sector.

- Consolidar el objeto artesanal con todas sus cualidades, en la memoria colectiva del público en general.

- Brindar la información de los artesanos productores participantes, para divulgar su trabajo y fomentar contactos comerciales a mediano y largo plazo.

Para que la publicación ofrezca los resultados esperados, debe diseñarse con novedosas y agradables propuestas gráficas, de alto valor estético y excelentes calidades en los registros visuales, diagramación, materiales e impresión.

El catálogo debe mostrar un recuento visual de los productos más representativos que participan en la feria, en ambientes o escenarios que exalten las valiosas cualidades y usos de los artefactos. Cada fotografía debe aparecer con los datos pertinentes al objeto y la información del artesano productor.

Como anexo al catálogo está el directorio, en el cual se encuentra la información condensada en la base de datos, que se ha conformado a partir de las inscripciones de los artesanos. La recopilación de esta información se debe clasificar de una manera que permita su ágil manejo, se puede organizar como está distribuida la muestra artesanal en el evento. El directorio se puede imprimir en papel menos costoso que el del catálogo, por carecer de imágenes que exigen gran calidad, la información es textual, sin fotos.

Para que la publicación del catálogo se pueda difundir ampliamente entre compradores y público en general, deberá establecerse un precio muy accesible.

E. MATERIAL QUE DEBE

MANEJAR EL EXPOSITOR PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE.

Cada expositor debe tener elementos para divulgar su producción artesanal en el público asistente al certamen. Lo ideal sería que contara con plegables, catálogo de productos y empaque identificativo, pero por la situación económica, un porcentaje mínimo de los expositores tienen acceso a la realización de este tipo de material informativo.

Para que los artesanos puedan realizar debidamente sus contactos comerciales, deben contar, como mínimo con tarjetas de presentación, donde se identifique el nombre del taller y del representante o artesano, el tipo de producto que elabora, dirección, teléfono y ciudad de residencia.



CAPITULO IX

PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DEL EVENTO

Para que el evento se pueda consolidar como un mecanismo efectivo de promoción y comercialización del objeto artesanal y así cumplir a cabalidad las metas propuestas, se debe efectuar un gran despliegue de la feria en los diferentes sistemas de comunicación, para que su imagen corporativa llegue a todos los sectores del público objetivo.

Artesanías de Colombia y Corferias diseñan anualmente un plan de promoción y difusión para Expoartesanías, para ser ejecutado a través de los distintos medios en el país. Se trata de una labor que se desarrolla durante todo el año, intensificándose un mes antes de iniciarse el evento a través de folletos, cuñas radiales y comerciales de televisión.

Es importante resaltar el aporte que cada año realizan los diferentes medios publicitarios e informativos, que conocen y simpatizan con las políticas e imagen del evento para su fortalecimiento. Esta labor ha hecho que el público conozca ampliamente la feria, la identifique como certamen de alta calidad y espere su realización cada año, en el mes de diciembre.

A. COMUNICACIÓN VISUAL

Este tipo de comunicación es el intercambio de mensajes y contenidos entre un emisor y un receptor, mediante procedimientos y técnicas visuales. Para la elaboración de todos los elementos de promoción y divulgación de la feria, es imprescindible contratar a una empresa de diseño y publicidad que maneje altos niveles de calidad, estética y eficacia.

Es necesario recordar que el buen diseño controla los medios, las formas de expresión y presentación de los mensajes. Es por esto que un comunicado puede llegar a ser técni-

camente perfecto, formalmente atractivo y estructuralmente funcional, aspectos que lo condicionan en el más alto grado de respuesta en el receptor.

Para lograr una eficiente promoción del evento hay que recurrir a diversos medios para llegar al mayor público posible, es así como se deben realizar plegables, avisos para prensa y publicaciones especializadas, pendones, afiches, comerciales de televisión y página de divulgación en internet.

1 • Folleto o plegable

Es el mismo comunicado descrito en el capítulo anterior, para difundir entre compradores y visitantes.

2 • Afiche

Es un medio efectivo de comunicación si tiene calidades formales, técnicas y funcionales óptimas. Se debe distribuir en todos los espacios comerciales que frecuenta el público objetivo. El afiche debe ser lo suficientemente estético, que motive a su exhibición. Una imagen bien lograda de un objeto artesanal, el logo y eslogan del evento y las entidades patrocinadoras, fecha y lugar en que se realiza la feria, son los mensajes básicos y suficientes que necesita una comunicación de este tipo.

3 • Avisos de prensa

Estos comunicados tienen la ventaja de llegar a un gran sector de la población que ningún otro medio de comunicación visual alcanza. Su diseño puede basarse en las propuestas del afiche. Como los avisos en policromía son tan costosos en este medio, se sugiere diseñar el anuncio solo con los logos, nombre de la feria, frase de apoyo, lugar y fecha del

evento.

Los diarios también se pueden utilizar para poner en circulación, insertos (anexos del periódico), donde se promocionen los productos con atractivos precios o se dé una información más amplia del certamen.

4 • Avisos en revistas

Para llegar a una demanda selectiva se pueden utilizar las revistas y publicaciones especializadas, en decoración, diseño, últimas tendencias, ecología, etc. Este aviso puede basarse en la propuesta del afiche, con excelentes imágenes, un texto contundente y claro con la información básica.

5 • Pendones

Son avisos en tela que se colocan en lugares públicos, este debe expresar claramente la imagen corporativa del evento, tanto en sus logos, textos y diseño, como en la calidad técnica de la impresión, de la tela y sistemas de ensambles.

El mensaje debe expresarse con potentes formas y colores, ya que el medio urbano donde se va a colocar es por lo general muy complejo y competido visualmente.

Como estos avisos van a colocarse en lugares públicos, es necesario pedir permiso a las autoridades competentes del municipio o localidad. Los pendones, además de cumplir una función de promoción y divulgación pueden servir para señalar los accesos al lugar donde se realiza el evento.

6 • Página en internet

Aprovechando el auge y masificación del internet y los correos electrónicos, se debe diseñar una página de información de la feria que brinde mensajes en español e inglés, para que sea accesible a nivel internacional. Este ágil mecanismo de comunicación puede presentar valiosas alternativas comerciales que beneficien al sector artesanal participante en la feria.

7 • Comercial de televisión

Este medio masivo de comunicación visual y auditiva es el que llega al mayor porcentaje de población, es el mecanismo más

efectivo de divulgación, por esto es esencial pautar en televisión en horarios de alta audiencia. Por su función social y cultural la feria puede obtener facilidades de pago y descuentos. Expoartesanías por ser un proyecto de un organismo estatal y por su trabajo en el sector artesanal colombiano, los canales nacionales y privados de televisión pasan el comercial gratuitamente en espacios cedidos por el estado.

El comercial de la feria debe mostrar breve y directamente la información del certamen y realzar las cualidades únicas de los objetos artesanales que los diferencian de cualquier otro tipo de producción. La fuerza de las imágenes, acompañadas por estímulos musicales autóctonos, reforzadas por breves y elocuentes palabras son suficientes para motivar al público a conocer la feria.

B. COMUNICACIÓN AUDITIVA

1 • Radio

Las cuñas radiales son necesarias para llegar al sector de la población que utiliza este medio de información, este aviso es una amable invitación al certamen el cual por su información reiterativa logra quedarse en la memoria del oyente.

2 • Voz a voz

Este es un medio muy efectivo de divulgación. Cuando el certamen a logrado consolidarse de una manera amable y confiable en la memoria de: artesanos expositores, visitantes, compradores, funcionarios de la empresa organizadora y de las entidades de apoyo, y público en general, estos comentaran la buena imagen del certamen y motivaran a otros a su conocimiento.

C. RUEDA DE PRENSA Y LANZAMIENTO DEL CERTAMEN

Para una efectiva divulgación, la feria necesita de un lanzamiento o presentación ante los diferentes medios de comunicación. Este es un mecanismo imprescindible para lograr una eficaz acogida entre los diversos medios informativos y la posterior difusión del certa-

men por parte de los mismos.

Artesanías de Colombia y Corferias un mes antes de iniciarse Expoartesanías, convocan a los diferentes medios tanto de televisión como radio y comunicación escrita, para ofrecer una rueda de prensa, donde los directivos y el equipo organizador ofrecen una extensa información de la feria.

También se aprovecha este espacio para hacer la presentación del comercial de televisión. De la amabilidad y buena imagen que brinde el certamen y sus promotores ante los medios, depende el buen manejo de la información y divulgación nacional del evento.

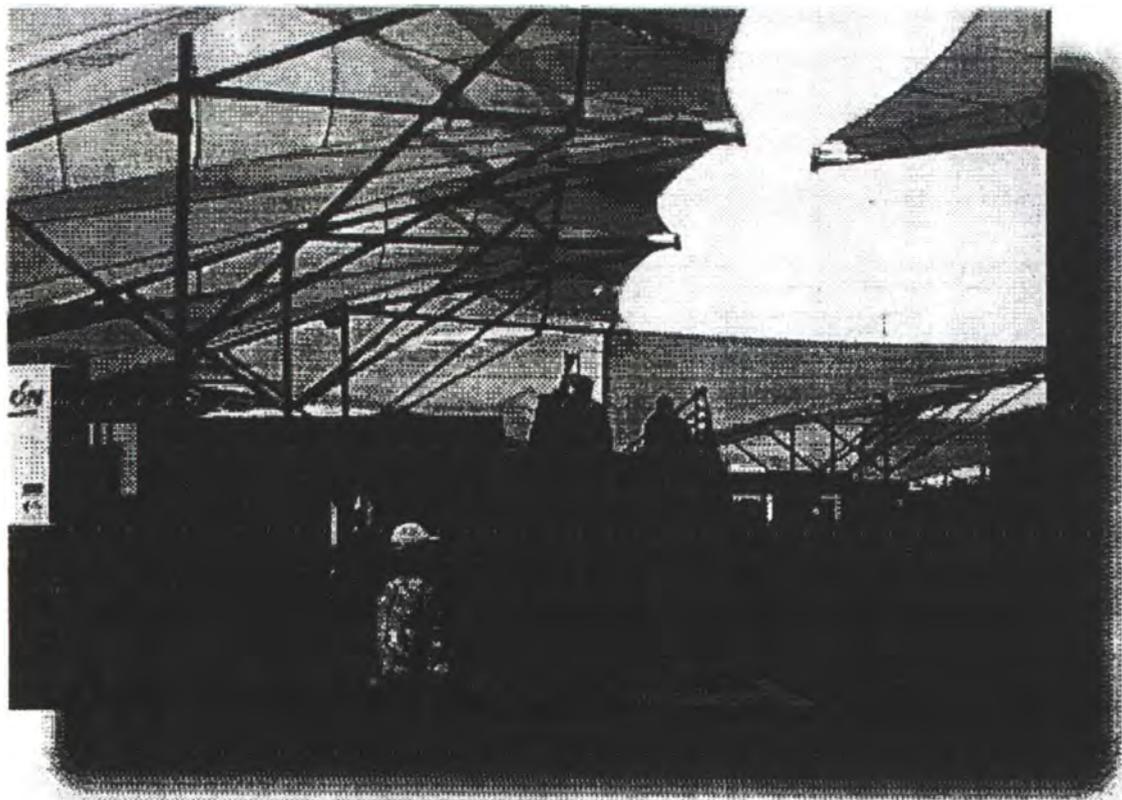
D. OFICINA DE PRENSA

Para que la feria alcance eficientes niveles de divulgación necesita del trabajo y gestión de una empresa especializada. Sólo un organismo con gran experiencia y reconocimiento en el medio puede aportar a

la feria una difusión masiva que abarque tanto a los sectores de la demanda que se quiere atraer como al público en general.

Expoartesanías contrata anualmente los servicios de una oficina de prensa que se encarga de dar a conocer el evento en los diferentes medios de comunicación. Desde un mes antes de iniciarse el certamen, el trabajo arduo de esta entidad convoca a los protagonistas de la información nacional, para abrir espacios de presentación y para la realización de la rueda de prensa y lanzamiento de la feria.

Durante la realización de Expoartesanías, esta oficina ocupa un lugar destacado en el espacio ferial, donde desarrolla sus labores aprovechando la cercanía de los artesanos, los productos, y las diferentes actividades que conforman el certamen. Realiza notas de prensa que son debidamente difundidas y crea vínculos entre los medios y los expositores para la promoción directa de los artífices y su trabajo ante la opinión pública.



CAPITULO X

PUESTA EN ESCENA

La puesta en escena, son todas aquellas actividades de organización e infraestructura necesarias para instalar, en el espacio ferial, todos aquellos elementos que son necesarios para la realización del certamen.

A. EL ESPACIO O RECINTO FERAL

Una Feria Artesanal de carácter nacional o internacional necesita un espacio especializado donde realizar sus actividades. El área debe ser suficientemente amplia para alojar a los expositores y recibir cómodamente al público, con accesos y salidas apropiadas para el volumen de visitantes esperado y las condiciones de iluminación y ventilación adecuadas. Además debe contar con condiciones básicas de seguridad, vigilancia permanente tanto en las entradas y porterías como en los pabellones o salones de exhibición y bodegas.

Un aspecto primordial para la exitosa realización del evento y para consolidar en excelentes términos la imagen del mismo, es diseñar o adecuar de una manera atractiva y eficiente el recinto ferial y los lugares de acceso, para que tanto el público como los expositores se sientan a gusto.

Como ya se ha comentado, Expoartesánias es un proyecto que Artesánias de Colombia realiza en sociedad con la Corporación de Ferias y Exposiciones, Corferias, entidad que goza de alto prestigio nacional e internacional por la gran experiencia y efectividad en el manejo de eventos feriales. Corferias anualmente coloca a disposición de Expoartesánias todo el espacio físico e infraestructura que necesita el evento para su realización. Este es un factor

que ha facilitado el buen desarrollo y la consolidación de la buena imagen del certamen.

B. CLASIFICACIÓN DE PRODUCTOS POR ÁREAS.

La organización de los espacios de exhibición y venta, es una condición importante para que los visitantes y compradores tengan la posibilidad de apreciar en su verdadera dimensión la muestra artesanal congregada por la Feria y para que ubiquen fácilmente los objetos de su preferencia. También, este ordenamiento puede generar mecanismos de competitividad importantes para que los artesanos se motiven a alcanzar metas de excelencia en su producción.

Expoartesánias maneja una disposición por corredores laterales principales y accesos transversales que forman islas o manzanas de stands. La feria, de acuerdo con la clasificación de productos por áreas: técnicas, materiales y otras modalidades, hace una distribución por pasillos, para que los visitantes perciban un ordenamiento global de la muestra artesanal.

Cada área se subdivide en sectores más específicos, o subáreas, este método muestra unos lineamientos más especializados, que de una manera didáctica explican a los asistentes las diferentes posibilidades que ofrece una técnica, un material o una tendencia.

Como Expoartesánias convoca y exhibe una gran diversidad de productos, de diferentes contextos socio-culturales y manifestaciones creativas, además de invitar a entidades que trabajan en el sector, organiza los productos de acuerdo con sus materiales, productos, oficios, técnicas y origen:

ÁREA EXHIBIDORES

PRODUCTOS

- Fibras vegetales** Cestería cubos y estantería con entrepaños planos. Sombreros, bolsos, individuales de mesa, estantería con entrepaños inclinados y perchero.
- Vidrio** Recipientes en vidrio soplado y vitrales, estanterías con entrepaños planos y cubos
- Madera** Utensilios para mesa y cocina estanterías con entrepaños planos, mesa redonda y cubos. Repisas, percheros, baúles. Se sugiere organizar toda la exhibición con los productos. No necesitan exhibidores extra.
- Cuero** Bolsos, cajas, baúles estanterías con entrepaños planos, perchero y cubos.
- Piedra** Lámparas, contenedores y figuras. Estanterías con entrepaños planos, mesa y cubos.
- Instrumentos musicales:** Tambores, gaitas, flautas, maracas. Estantería con entrepaños inclinados y cubos.
- Dulces y bocados típicos:** Dulces, arepas, bebidas. Mesón con espacios para almacenar alimentos y utensilios.
- Cerámica** Vajillas: platos, recipientes Estanterías con entrepaños planos, mesa y cubos.
- Tejeduría** Lencería, Estantería con entrepaños inclinados y mesa. Hamacas Estanterías con entrepaños planos y perchero. Sweaters, ruanas. Estanterías con entrepaños planos y perchero.
- Metalistería** Muebles, percheros, candelabros de piso. Se sugiere organizar toda la exhibición con los productos. No necesitan exhibidores extra. Relojes, candelabros de mesa, contenedores. Estanterías con entrepaños planos y cubos.
- Joyería** Aretes, anillos, broches, brazaletes. Vitrinas.

C. PUBLICACIONES

Para establecer el número de puntos de exhibición y venta de cada área, se tiene en cuenta la cantidad de artesanos cuyos productos cumplen con las características de cada clasificación. Se sugiere que en la primera versión de la feria se establezcan solamente áreas, con la posibilidad permanente de adaptarse a los requerimientos que se vayan presentando, a medida que se van vendiendo los stands, porque no se tiene un conocimiento confiable de la cantidad de expositores en cada modalidad. Las subáreas se pueden plantear desde la segunda versión, ya que se cuenta con una experiencia básica en las posibilidades de clasificación.

D. EL STAND O ESPACIO DE EXHIBICIÓN Y VENTA.

El espacio de exhibición y venta, o stand,

debe ofrecer las condiciones indispensables para que el objeto artesanal se exhiba adecuadamente y brinde al expositor seguridad y comodidad. Su diseño debe tener en cuenta el tamaño y forma de una modulación que permita el excelente aprovechamiento del área total. Los materiales y elementos normatizados con que se construye, deben ofrecer ágiles sistemas de ensamble de fácil instalación y desarme, para adecuar los espacios según las necesidades del momento.

El stand prototipo de Expoartesánías es un espacio de planta rectangular, con un área de 9.7mts. cuadrados. Construido con paneles de madera recubierta con fórmica y perfilera de aluminio. Se encuentra delimitado por tres de sus lados con paneles blancos, el del fondo con una altura de 2.40mts., cubre totalmente el espacio, los laterales circunscriben los límites sin hacer un cerramiento total del costado.

Esta disposición con espacios abiertos permite romper la monotonía y enclaustra-

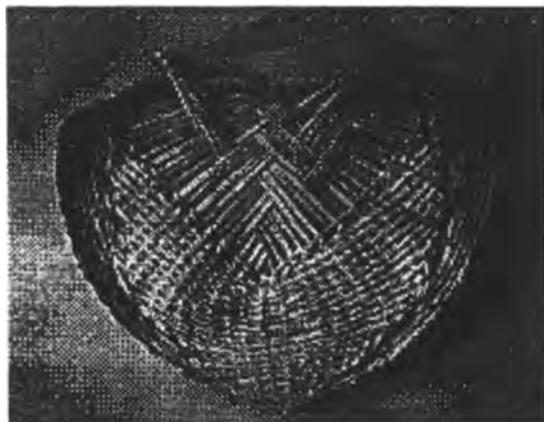
miento de los lugares cerrados y modulares, además brinda fluidez en el espacio y la sensación de mayor amplitud en el stand. El frente está delimitado en un extremo, con un panel de color en pequeño formato, donde se coloca el número del stand y el nombre del taller artesanal, estructurado en una columna virtual delimitada con perfilera de aluminio.

El stand debe ofrecerse con el mobiliario indispensable para la comodidad del expositor y la buena exhibición de los productos. Un espacio de exhibición y venta en Expoartesanías se entrega con los siguientes aditamentos:

- Paneles divisorios
- Tapete para tráfico pesado
- Un escritorio y dos sillas
- Iluminación
- Texto con el nombre del stand
- Estantería
- Cubos de exhibición
- Mesa
- Perchero

Los cuatro últimos elementos se otorgan sólo a artesanos patrocinados por Artesanías de Colombia y a expositores residentes fuera de la ciudad sede.

Expoartesanías diseña anualmente salones con espacios de exhibición y venta especiales, para las comunidades indígenas. Estos están concebidos como grandes vitrinas, donde por el color, diseño y disposición de los stands se realza aún más no sólo a los objetos artesanales sino a los representantes de las diferentes comunidades, que con su presencia ennoblecen estos espacios de exposición.



E. ELEMENTOS PARA EXHIBIR ADECUADAMENTE EL PRODUCTO ARTESANAL.

Para que la muestra artesanal se exhiba en condiciones óptimas que permitan observar el objeto artesanal en toda su dimensión, se necesita diseñar y ofrecer a los expositores elementos que faciliten la adecuación de los stands, de acuerdo con las características de los artefactos.

Corferias ofrece preferiblemente a los artesanos que no residen en la ciudad sede del certamen, muebles que permiten una exhibición decorosa del objeto artesanal, estos son:

- Cubos blancos de diferentes tamaños: 40x40cm., 50x50cm., 120x60cm., 120x30cm. Estos elementos son muy versátiles y presentan correctamente el objeto artesanal.

- Estanterías de 2.4m., de altura. 1.2m. de ancho y 30cm., de profundidad con entrepaños horizontales cada 40cm. y un espacio de bodega en la parte inferior con accesos laterales.

- Estanterías de 1,2m., de altura, con tres entrepaños inclinados, espacio de bodega en la parte inferior y rodachines.

- Mesa redonda con una tapa de 90 cm. de diámetro.

- Vitrinas. Compartimentos en madera con tapas en vidrio, sostenidos sobre estructuras metálicas.

- Percheros elaborados con perfilera en aluminio, que se adapta a la estructura básica del stand.

A modo de ejemplo enunciamos a continuación los accesorios que Expoartesanías sugiere para las diferentes áreas, según las características de los productos:



1. Clasificación por materiales:**ÁREA SUBÁREAS**

FIBRAS VEGETALES Cestería radial, cestería de rollo, tejidos trenzados, trenzados con costura, flores secas, papel, trabajos con totumo y otros.

VIDRIO Soplado, fusionado, modelado y vitral.

MADERA Muebles, juguetes, menaje de cocina, artículos decorativos y arte popular.

CUERO Talabartería y otros.

PIEDRA Talla manual y mecánica.

CLASIFICACIÓN POR PRODUCTOS:**ÁREA SUBÁREAS**

JUGUETES Tela, fibras vegetales, madera y otros.

MUEBLES Tradicionales, contemporáneos.

STRUMENTOS MUSICALES

DULCES Y BOCADOS TÍPICOS

2. Clasificación por oficios:**ÁREA SUBÁREAS**

CERÁMICA Alfarería, decorativos típicos, decorativos contemporáneos, utilitarios, baldosas, bisutería, muñequería.

TEJEDURÍA Hamacas, tejidos en: seda, lana, algodón; bordados, aplicaciones y otros.

METALISTERÍA Forja figurado y soldado, pintura sobre lámina, materiales reciclados.

JOYERÍA Tradicional y contemporánea.

CERERÍA Moldeado, modelado y por inmersión.

CLASIFICACIÓN POR TÉCNICAS:**ÁREA SUBÁREAS**

TÉCNICAS MIXTAS Bisutería, miniaturas, objetos alternativos.

3. Clasificación según las características del expositor**ÁREA SUBÁREAS**

SALONES INDÍGENAS Comunidades Andinas, de la Costa Atlántica, de la Costa Pacífica, de la Orinoquía y de la Amazonía.

INSTITUCIONALES Laboratorios de Diseño, Escuelas de Artes y Oficios, Participaciones Departamentales, Redes de Artesanos, Entidades y Unidades Exportadoras, Casas de la Cultura, Cámaras de Comercio, Alcaldías, Universidades, etc.

PARTICIPACIÓN INTERNACIONAL Por países.

A los expositores residentes en Bogotá se les sugiere que ellos mismos elaboren sus sistemas de exhibición, el tener control sobre estos elementos permite al artesano crear su propio ambiente y diseñar los exhibidores ade-

cuados a las características de los productos. De esta manera se pueden proyectar stands que presenten un estilo único, con novedosas soluciones constructivas y de diseño que consoliden la imagen corporativa del taller.

F. SUGERENCIAS PARA DESARROLLAR SISTEMAS DE EXHIBICIÓN Y AMBIENTACIÓN EN EL STAND.

El espacio de exhibición y venta es una vitrina donde se promociona el objeto artesanal y el taller que lo produce, un stand en una feria reconocida ofrece una valiosa oportunidad para proyectar y consolidar la imagen corporativa. Esto se logra planteando una ambientación y exhibición original que logre impactar, motivar al visitante a entrar, apreciar los productos y de esta manera retener esta impresión en su memoria.

- Los muebles en madera de estilo colonial, tradicionales ó rústicos, los baúles y las estanterías en cartón o en aglomerados biodegradables son los más apropiados para exhibir un producto artesanal. Las vitrinas, ensambladas con aluminio, con acrílicos, o con materiales industriales, no son las adecuadas para realzar la belleza y calidad de los objetos artesanales.

- Al diseñar las estanterías o cubos de exhibición se debe tener presente que estos pueden prestar doble servicio: como contenedores y exhibidores. Se sugiere el uso de materiales dúctiles, livianos y biodegradables que ofrezcan varias posibilidades. Los cartones prensados y corrugados son ideales.

- Para exhibir productos se pueden instalar paredes falsas en un color que los destaque, en cartón o aglomerados, con orificios u otros mecanismos para instalar los objetos.

- El cartón doblado en zigzag, como pared falsa, alcanza a sostener entrepaños que sirven para colocar productos. Esta alternativa es muy versátil y ofrece varias opciones en sus formas.

- No es necesario gastar grandes sumas de dinero para conseguir una buena exhibición. Con cartones, papel y bastante creatividad se pueden lograr ambientaciones extraordinarias.

G. NORMAS DE EXHIBICIÓN.

Una feria para afianzar sus propósitos, no sólo necesita manejar altos rangos de calidad

en la muestra artesanal, sino además plantear una exhibición consecuente con la calidad del certamen, que proyecte el evento y su imagen corporativa a niveles de excelencia.

Una atractiva exhibición de productos asegura una buena imagen del certamen, tanto para los visitantes como para los expositores, quienes se sienten orgullosos de su participación y los motivan a superarse como productores y creativos.

Normalmente los artesanos están acostumbrados a mercados locales y populares donde no existen exigencias de presentación, además no tienen parámetros de comparación de lo que puede ser una buena exhibición. Para educar al expositor en estos aspectos, se deben diseñar unas normas básicas de cumplimiento general, que controlen el manejo del espacio en cada stand y en las áreas de circulación y den pautas para el manejo del producto y su ambientación.

Expoartesanías, tiene entre las normas de exhibición las siguientes:

1 • Normas para el manejo del stand y del espacio ferial.

- El expositor no puede modificar ni eliminar el diseño original del stand, sin previo consentimiento del comité de diseño de la Feria.

- El artesano debe devolver el stand y los accesorios en el mismo estado en el cual los recibió.

- Las áreas abiertas entre los stands no se deben tapar, porque estas permiten fluidez en el espacio visual y evitan los encerramientos monótonos, tampoco se pueden colocar muebles ni objetos grandes que cubran estas zonas.

- El límite de la exhibición en la parte frontal del stand, está 30 cm. adentro del pasillo. El cumplimiento de esta norma genera un agradable ambiente de organización, en todo el recinto ferial.

- Para mantener un correcto ordenamiento en los corredores donde transitan los visitantes, no se deben colocar productos ni avisos de promoción en la periferia exterior, tampoco sobre los paneles de color.

- Un ambiente ordenado y aseado en el stand es esencial para destacar una buena ex-

hibición.

- Por ningún motivo el expositor puede invadir espacios que no le hayan sido otorgados. Las áreas de circulación y los sitios no autorizados para exhibición y venta deben permanecer libres como lo ha dispuesto la organización del evento.

2 • Normas para exhibición de productos.

- El hacinamiento de los artículos, impide apreciar los objetos en su verdadera dimensión, porque se pierden en la confusión. Tantos estímulos visuales desordenados, producen rechazo en el comprador. Se deben exhibir pocos objetos de cada referencia y reemplazarlos a medida que se vayan vendiendo.

- Para colocar productos en los paneles, se debe emplear únicamente hilo nylon, sostenido por tornillos que se sujetan en la perfilería superior. La cinta pegante para adherir los productos resta calidad a los artículos y da mal aspecto al stand.

- Los expositores que exhiben prendas de vestir pueden solicitar a Expoartesanías la instalación de un perchero en su stand. Los ganchos donde se coloque la ropa se deben forrar con materiales naturales o pueden ser de plástico negro. Las prendas no se pueden exhibir en ganchos sobre los paneles.

3 • Normas para ambientar el stand

- Si los colores de los productos no contrastan con los paneles, se puede cambiar la tonalidad de los mismos con papel, teniendo cuidado de no deteriorar las superficies.

- Las cajas de cartón o guacales que no sirven como elemento para decorar o exhibir los productos, se deben retirar del stand. Mantenerlas en el sitio de exhibición, origina desorden y mal aspecto, donde el comprador no se motiva a entrar.

- Para acentuar la decoración del stand y crear contrastes cromáticos, se pueden colocar techos falsos en tela, sostenidos de la perfilería interior.

- Las plantas y arbustos, refrescan el ambiente y ofrecen un contraste de color muy agradable. El expositor puede traerlas de su casa, o alquilarlas en el recinto ferial.

H. SEÑALIZACIÓN

Para que el recinto ferial ofrezca las condiciones indispensables para que sea un espacio de fácil acceso, desplazamiento y ubicación, tanto para visitantes como para expositores, es de suma importancia una señalización clara y efectiva.

- Cada stand debe estar marcado con la numeración correspondiente, la razón social o nombre del taller y el lugar de origen. Para Expoartesanías este aspecto es sumamente importante porque de esta manera se pone en evidencia, la gran cobertura del certamen por la diversidad de poblaciones participantes.

- La localización de las áreas y subáreas, puntos de información, servicio de tarjetas de crédito, etc., dentro de los salones o pabellones deben estar señaladas con letreros claros y llamativos. En los corredores de acceso con flechas o símbolos que guíen su localización.

- Los servicios sanitarios, oficinas de información permanente, despachos de atención al expositor, restaurantes, sistemas de comunicación, puntos de manejo de transacciones monetarias, primeros auxilios, bodegas y parqueaderos deben estar debidamente señalizados y con indicaciones claras para llegar a ellos.

- El recinto ferial debe establecer en las entradas y zonas céntricas, planos didácticos donde se de localización a los diferentes pabellones, salones de exhibición, restaurantes, etc. y además mostrar la distribución en áreas y subáreas de la muestra artesanal, para que los compradores ubiquen las artesanías que prefieran.

- Las fachadas de los pabellones, salones u otros sitios donde se desarrollen actividades de la feria deben permanecer debidamente señalizadas con textos y atractivas imágenes alusivas al certamen y a la ocupación que se efectúe en el sitio. Esta comunicación gráfica es definitiva para ofrecer una efectiva información para visitantes y público en general. Su calidad estética y técnica es vital para la buena imagen del certamen.

- Fuera del recinto ferial, la señalización de vías de acceso a entradas y parqueaderos es fundamental para facilitar el ingreso del público y evitar congestiones.

I. OTROS SERVICIOS PARA EL EXPOSITOR Y VISITANTES.

Para que el certamen se desarrolle con comodidad y eficiencia, se deben prestar servicios permanentes de infraestructura básica a los expositores y visitantes: parqueaderos, bodegas, restaurantes, primeros auxilios, instalaciones sanitarias, sistemas de comunicación y despachos de transacciones monetarias.

1 • Oficinas de información permanente

Estos centros se deben ubicar tanto en la oficina coordinadora del certamen, como en la entrada al gran recinto y en cada uno de los espacios comerciales o pabellones. Este servicio, dirigido a compradores, público en general y expositores debe ofrecerlo personal capacitado en las diferentes actividades, sistemas de organización y asistencia que ofrece la feria.

2 • Facilidades en el manejo de transacciones monetarias

Los expositores y compradores necesitan de servicios bancarios que faciliten dinero en efectivo, consignaciones, cambios de moneda extranjera, verificación de cheques y transacciones con tarjetas débito y crédito (para los artesanos que no tengan afiliada su empresa a este servicio). Para satisfacer estas exigencias, el espacio ferial necesita de las siguientes dependencias básicas:

- Cajeros automáticos y personales de diferentes corporaciones y bancos, que faciliten transacciones locales, nacionales e internacionales.

- Casa de cambio de moneda extranjera.
- Oficina de visado de cheques.
- Servicio de tarjetas de crédito.

3 • Restaurantes

El recinto ferial debe contar con varios restaurantes para diferentes gustos y posibilidades económicas. Expoartesanías cuenta con el pabellón de comidas de Corferias, que ofrece gran cantidad de alternativas para el público en general. Para los artesanos financiados por Artesanías de Colombia se cuenta con un comedor, donde se ofrecen almuerzos gratuitos, otorgados por medio de contraseñas o boletas, repartidas el día de ingreso por los funcionarios de la feria.

4 • Bodega

Este servicio debe estar incluido en los costos del stand, es para beneficio de todos los expositores del evento, la feria debe contar con espacio suficiente para almacenar la mercancía de cada uno de los artesanos, este lugar debe ofrecer garantías de seguridad y respaldo, para evitar robos o deterioro de la mercancía, su prestación debe ser ágil y oportuna para impedir malestares y pérdidas de tiempo.

5• Teléfonos, instalaciones sanitarias y primero auxilios

Suficientes teléfonos ubicados en sitios estratégicos, oficinas de comunicación a larga distancia nacional e internacional, atención de urgencias y primeros auxilios, instalaciones sanitarias adecuadas en cuanto a calidad y cantidad, para expositores, personal de servicio, visitantes y minusválidos, son aspectos fundamentales para la comodidad, seguridad y buena estadía en el recinto ferial.

Corferias cuenta con servicio médico, para la buena realización de Expoartesanías, este hecho es de gran ayuda. Por el gran número de expositores que vienen de lugares muy distantes de la ciudad sede, el cambio de altura, alimentación y clima afecta a los artesanos que salen por primera vez de sus sitios de origen. También las virosis y resfriados son muy frecuentes, se contagian rápidamente por el contacto estrecho entre artesanos y visitantes.



CAPITULO XI

ACTIVIDADES ALTERNAS AL EVENTO

La feria necesita de actividades alternas que proyecten y faciliten el cumplimiento de los objetivos del certamen. Expoartesanías para consolidarse como un espacio de reflexión sobre la artesanía y como espectáculo didáctico que enseña y promueve las diversas manifestaciones artesanales, realiza talleres, seminarios, exposiciones y presentaciones folklóricas.

De esta manera, se crea un espacio para estudiar, compartir y discutir sobre los diversos aspectos del tema artesanal entre expositores, funcionarios de las entidades que apoyan el sector, artistas, diseñadores, humanistas y público en general. Con música y danzas se ambienta y recupera la vitalidad y alegría de las manifestaciones tradicionales en una atmósfera que destaca y promueve las cualidades culturales de los objetos artesanales.

La Feria como ente que congrega a los protagonistas del sector, debe utilizar esta posibilidad de encuentro, para obtener información y así analizar y estudiar los diferentes factores que influyen en la actividad artesanal, para diseñar posteriormente alternativas y soluciones acertadas que realmente produzcan cambios positivos en bien del artesano.

La coordinación para la ubicación, selección, invitación y traslado de los artesanos a la feria, los costos de transporte desde los lugares de origen, la alimentación y hospedaje son tan dispendiosos y costosos que no se pueden realizar regularmente. Es por esto que la entidad organizadora debe aprovechar al máximo la oportunidad única que brinda el certamen, para evaluar, recoger información, analizar y estudiar el sector convocado.

A. SEMINARIOS O TALLERES

Artesanías de Colombia aprovecha la asistencia de artesanos de todo el país para capacitarlos en la actividad comercial, producción, recursos renovables, identidad, diseño y manejo del objeto artesanal en su presentación, exhibición, promoción, empaque e imagen corporativa. Es así como representantes de comunidades, asociaciones, cooperativas y todo tipo de agrupación que se genera en el país en torno a la actividad artesanal y a los artesanos independientes se les capacita para que sean multiplicadores del conocimiento en sus sitios de trabajo.

También la Feria organiza simposios o seminarios, muchas veces de carácter internacional, sobre el diseño y artesanía para estudiosos del tema, trabajadores del sector y público en general.

Esta posibilidad de encuentro sólo ocurre en este tipo de certamen, ningún otro evento, tiene la convocatoria, cubrimiento y repercusión que brinda un espacio ferial.

Algunos temas a tratar en los seminarios o talleres pueden ser los siguientes:

- Diversos puntos de vista de la definición, concepto y clasificación de la artesanía.
- El objeto artesanal: procesos productivos, organización y costos.
- Materias primas para la artesanía, responsabilidad ecológica, desarrollos sostenibles.
- La imagen corporativa de la pequeña empresa artesanal.
- La identidad y creatividad en el desa-

rollo de nuevos productos y la organización comunitaria.

- Diversos puntos de vista, criterios y metodología del diseño aplicado a la artesanía.
- El comportamiento del objeto artesanal en el mercado nacional, oferta y demanda objetivo.
- El objeto artesanal en el mercado internacional, oferta y demanda objetivo.
- La calidad en la producción artesanal, evaluación del producto, definición y criterios.
- Cómo exhibir, promover y comercializar el objeto artesanal.
- Imagen corporativa del producto artesanal.

Cada uno de estos temas y el grado de complejidad se debe adecuar a la audiencia, se sugiere establecer grupos por grados de escolaridad. Capacitar a artesanos indígenas, que en algunos casos casi no conocen el español y además tienen un conocimiento empresarial muy particular, junto con coordinadores y trabajadores de la entidad organizadora, crearía serios conflictos.

Pero los diferentes grupos, si se deben reunir para debatir o discutir temas que les afecte directamente, como la comercialización de productos o la intervención del diseñador en las comunidades tradicionales. Esta sería la oportunidad de escuchar los diferentes puntos de vista de los diversos protagonistas del tema artesanal y así clarificar, analizar y determinar estrategias apropiadas para el sector.

B. EXPOSICIONES ESPECIALIZADAS

La feria abre un espacio apropiado para la realización de exposiciones especializadas en artesanía y para promover concursos que motiven la creatividad de estudiantes, diseñadores y trabajadores de la artesanía, en el planteamiento de nuevas propuestas que enriquezcan los oficios. Estos eventos además, generan un espacio didáctico de conocimiento y reflexión sobre el tema artesanal, apoyando la realización de los objetivos del certamen.

Expoartesanías invita a su recinto ferial exposiciones individuales de artistas cuyos

objetos artísticos se construyen con técnicas artesanales, o se realizan salones especializados en un determinado oficio artesanal, también cuenta con el Concurso Nacional de Proyectos de Diseño para la Artesanía organizado por la oficina de Cooperación Internacional y Divulgación de Artesanías de Colombia. En la inauguración de la feria se hace el lanzamiento de la exposición y se entregan los premios a los creativos ganadores.

C. PRESENTACIONES FOLKLÓRICAS LOCALES, REGIONALES, NACIONALES O EXTRANJERAS.

La feria como evento que pretende cumplir a cabalidad el objetivo de crear un espacio adecuado para la exhibición, promoción, divulgación y efectiva comercialización del producto artesanal, debe generar estrategias que proyecten la feria como un espacio acogedor que cautive al público comprador y lo motive en su apreciación de las diferentes manifestaciones culturales. Los espectáculos de música, danza y cuentería son actos alegres y emotivos que ambientan la exhibición artesanal, realizando los valores culturales.

Además estas actividades proporcionan los ingredientes de alegría y distracción que requiere una feria artesanal. El certamen sin este tipo de diversiones se tomaría en una exposición comercial aburrida y sin vitalidad. Los espectáculos deben ser homólogos a la muestra artesanal para que el vínculo cultural se dé y motive al comprador.

Expoartesanías invita agrupaciones musicales y de danza que expresan el sentir tradicional de las diferentes regiones colombianas, es así como en cada uno de los tres pabellones de la feria se presentan constantemente, todos los días en diversos horarios, espectáculos que reviven la gran diversidad de ritmos populares: los compases cadenciosos de las comunidades negras y mestizas de las Costas Atlántica y Pacífica, la riqueza ancestral de los bailes y melodías andinas y las melancólicas armonías llaneras.

La localización y adecuación del escenario para la presentación de espectáculos debe tener en cuenta los siguientes factores:

- El escenario debe divisarse desde el mayor número de lugares posible. Una tarima, con suficiente altura y una localización central en el recinto puede facilitar este objetivo.

- La calidad del sonido y de la iluminación deben ser óptimos, los problemas técnicos son el mecanismo más efectivo para ahuyentar a los visitantes.

- El escenario debe estar adecuado para esconder o mimetizar los diferentes equipos de sonido. Los cables, amplificadores y reguladores desperdigados por todo el sitio de presentación dan mal aspecto y representan un peligro para los artistas y visitantes.

- El sitio debe ser lo suficientemente espacioso para que los bailarines y músicos presenten su actuación con comodidad.

- Debe existir un espacio pertinente entre el escenario y los stands, para evitar incomodidades. El hacinamiento presenta desorden visual y representa una molestia tanto para los expositores y visitantes como para los artistas y colaboradores.

D. RECREACIÓN DE COSTUMBRES Y TRADICIONES POPULARES

La Feria también se puede ambientar con la realización de actividades que revitalicen algunas costumbres tradiciones y expresiones populares. Este es un mecanismo para rescatar, recrear y afianzar aspectos culturales que en algunos sectores de la población han perdido vigencia. Al inculcar la importancia de los valores culturales, se enseña a sí mismo a apreciar las manifestaciones artesanales.

Expoartesanías por desarrollarse en época navideña, celebra la novena de aguinaldos, antigua costumbre, donde se hace una recreación ante un pesebre, de los nueve días que anteceden a la llegada al mundo del Hijo de Dios. Los días de feria se adaptan a la novena, para que el último día del evento sea el nacimiento del Niño Jesús.

En esta actividad, participan los expositores y el público en general, cada día de la novena se encarga a un departamento o región del país, donde se hace despliegue de los trajes típicos, costumbres, dialectos, música y comidas de cada zona.



CAPITULO XII

EVALUACIÓN DEL EVENTO

La evaluación del evento es una actividad post-feria que sirve para verificar el cumplimiento de los objetivos y determinar la eficacia alcanzada por la feria en todos sus aspectos de organización, servicio al expositor, efectividad en las convocatorias a artesanos y visitantes, alcance de la imagen corporativa, calidad de la muestra artesanal, etc.

El resultado de esta evaluación será la base sobre la cual se diseñarán las estrategias de organización para el evento siguiente, donde se optimizarán los aspectos positivos y se plantearán alternativas para solucionar los problemas o inconvenientes detectados. Sólo de esta manera, siguiendo un mecanismo de prueba y error, evaluación, análisis y planteamiento de soluciones, se incursionará en un proceso efectivo que proyecte el evento a niveles de excelencia y se dé así, al sector artesanal, un espacio propicio para un eficiente desarrollo integral de sus pequeñas empresas.

A. DETERMINAR OBJETIVOS.

El objetivo básico de la evaluación del certamen, es crear mecanismos que arrojen datos que puedan dimensionar los diferentes aspectos de la feria para lograr así un análisis de los mismos. Solo hasta detectar con claridad las fortalezas y deficiencias de la feria, se pueden diseñar estrategias que procuren superar las carencias y vigorizar los aciertos, para obtener una experiencia enriquecedora que promueva la realización exitosa de próximos eventos.

Expoartesánias además del objetivo general, ya mencionado, sigue los siguientes propósitos específicos de análisis:

- Investigación de mercado. Comporta-

miento de la muestra artesanal ante la demanda.

- Evaluación en diseño. Valoración y análisis de la muestra artesanal, puesta en escena y comportamiento de la imagen corporativa en su divulgación.

- Análisis de la participación. Cuantos artesanos se convocaron, quienes respondieron a la llamada, cuales fueron seleccionados, qué cantidad no clasificó y participación definitiva. Motivos de deserción. Cubrimiento y representatividad.

- Efectividad de los mecanismos de comunicación y divulgación del certamen. Instructivos y boletines para expositores. Folletos, comerciales de televisión, cuñas radiales, catálogo, pendones, etc., para visitantes y público en general. Convocatorias a artesanos y compradores.

- Calidad en el servicio al expositor. Procesos de evaluación y selección de productos. Gestión de inscripción y pago. Trámite y entrega de paz y salvos, contraseñas y documentos para tomar posesión y entrega del stand. Atención durante la feria.

- Elaboración de informe financiero. Cuánto costó el certamen, Cantidad que aportó la entidad organizadora y las otras organizaciones de apoyo. Valor de nominas y mantenimiento de oficina. Precio de áreas de exhibición, servicios operativos y de seguridad. Costo de subsidios a artesanos financiados por el certamen. Monto por venta de stands. Balance general. Cartera al finalizar la feria.

B. DEFINIR METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN

Cada uno de los aspectos a evaluar exigen análisis particulares, algunos de ellos los

puede realizar el equipo coordinador de la feria en su informe general del certamen, pero en otros se requiere el trabajo de consultores especializados. La metodología utilizada en Expoartesanías, para la evaluación de los diferentes asuntos, se ha desarrollado partiendo de la experiencia y la observación directa sobre el desarrollo del certamen en cada versión.

1 • Investigación de mercado

Para que este estudio arroje resultados confiables, se necesita de la intervención de especialistas. Expoartesanías contrata anualmente una firma de economistas consultores, a quienes se delega la evaluación del certamen en los aspectos de mercadeo de la muestra artesanal exhibida y comercializada en la Feria. En este trabajo se debe investigar el comportamiento de los diferentes objetos artesanales como oferta ante la demanda convocada por la feria y el perfil del comprador.

Esta información se utiliza posteriormente para encausar la producción artesanal hacia modalidades que tengan más acogida comercial, según las tendencias y exigencias de la demanda detectadas en el estudio. Además este trabajo ofrece datos sobre niveles de producción para la feria y ventas totales, que ayudan a clarificar la situación económica real del sector artesanal participante.

2 • Evaluación en diseño

Se aconseja que la valoración de la muestra artesanal participante, la efectúen las personas que tuvieron como función la evaluación y selección de productos, durante el proceso de organización del evento, o las personas que generaron los criterios de apreciación de los mismos, la evaluación se debe efectuar con los principios utilizados desde los objetivos del certamen. Esto con el fin de determinar parámetros de análisis consecuentes con las políticas de diseño de la Feria.

Expoartesanías partiendo de la base de datos, diseña una ficha de evaluación para cada expositor, con registro fotográfico, donde se examina la muestra artesanal y su exhibición, dando una puntuación que determina el nivel de calidad de cada stand. Esta información establece el nivel general del certamen, de cada área y de cada expositor.

Este es un diagnóstico concreto y confiable de cada participante, donde se puede reflexionar sobre las fortalezas y deficiencias de cada artesano. Partiendo de esta información se pueden encausar las asesorías en diseño, para preparar debidamente a los expositores en el mejoramiento de su producto y presentación para mejorar su intervención en próximos eventos.

Es importante ajustar los mecanismos de evaluación hacia altos niveles de calidad, donde la exigencia en cada versión del certamen sea mayor, para presionar con compromisos que proyecten la feria a niveles de excelencia.

La evaluación de la puesta en escena, funcionalidad y diseño del stand y sus accesorios, manejo de la imagen corporativa en los diferentes medios de difusión: comercial de televisión, folletos, catálogos, etc., se puede efectuar entre los diseñadores que trabajan para el certamen y/o pedir el concepto a especialistas en estas áreas.

3 • Elaboración del informe general y financiero.

El certamen debe elaborar un documento final que recopile de una manera muy concreta y clara los diferentes resultados de la feria. Este informe cumple dos funciones principales:

- Brindar información básica sobre lo acontecido en el evento a las entidades organizadoras o que han apoyado económicamente la ejecución de la feria, para que estos verifiquen el cumplimiento de los objetivos y estudien el alcance de su intervención.

- Recopilar datos específicos de todas las situaciones que constituyen la feria, para que los organizadores y funcionarios de eventos posteriores tengan referencias básicas que sean el fundamento del siguiente certamen. Además el informe es una herramienta indispensable para trabajar sobre la experiencia, su evaluación y la creación de mecanismos que la optimicen.

El informe general y financiero es una valoración de los parámetros operativos y económicos que conforman la realización de una feria artesanal. La captación de información y su estudio, es una función de la dirección del certamen con el apoyo del equipo coordina-

dor.

El informe general debe abarcar los siguientes puntos:

- Análisis de la participación. El análisis de la participación tanto de artesanos aspirantes, seleccionados, financiados, etc., se trabaja entre los funcionarios del certamen que convocan, coordinan y atienden en diseño a los artesanos. La información se obtiene al verificar y comparar los listados de artesanos convocados y la base de datos de expositores, la relación de personas atendidas, con el registro de artesanos seleccionados y la recopilación definitiva de asistentes.

Posteriormente se analizan las diversas situaciones y se detectan los motivos que determinan la conducta de los artesanos ante la participación en la feria. Este análisis debe responder a las siguientes preguntas: ¿ Cuántos artesanos participaron ?. ¿ Cuántos y cuáles de estos eran financiados?. ¿ Cuántos artesanos fueron aceptados por el evento, pero no participaron, y por qué razón?. ¿ Participaron representantes de todos los sectores convocados?

- Efectividad de los mecanismos de comunicación y divulgación del certamen. Para determinar la efectividad de los mecanismos de comunicación y divulgación, se examina la conducta de la población objetivo después de la distribución o promoción de cada uno, esta es una observación que debe efectuarse, cada vez que una actividad de esta índole ocurra. Durante la época de organización y coordinación de la feria es necesario ejercer este mecanismo oportunamente, para detectar a tiempo los inconvenientes y aplicar los correctivos del caso. La población objetivo expresa con su comportamiento el resultado efectivo o no de la comunicación.

- Calidad en el servicio al expositor. El análisis de este aspecto es esencial para mejorar la organización de eventos posteriores. Corferias realiza en cada certamen una encuesta encaminada a detectar los niveles de calidad que alcanza la entidad en el servicio a los expositores, en cuanto a la atención de los funcionarios, eficiencia de los sistemas

operativos y calidad de las instalaciones del espacio ferial:

- Procesos de admisión y clasificación de los expositores para su participación.

- Sistemas de inscripción y pago de stands.

- Agilidad en la entrega de documentos de tramite inmediato, contraseñas, paz y salvos, etc.

- Efectividad en los mecanismos de información pre, post y durante la feria.

- Comodidad, calidad y facilidad de acceso a: parqueaderos, servicios sanitarios, bodegas, restaurantes, servicios bancarios, primeros auxilios, etc.

- Difusión y divulgación del certamen en los medios de comunicación.

- Señalización.

- Investigación de mercado. El informe general de la feria debe sintetizar los resultados y conclusiones del estudio de mercadeo ejecutado por los especialistas.

- Evaluación en diseño. El documento final debe determinar y resumir la información resultante de la evaluación en diseño del certamen con sus deducciones.

- Informe financiero. Esta parte de la recopilación, debe presentar los diferentes datos referentes a los costos del certamen:

- Nominas de funcionarios y personal de apoyo para la organización de la feria.

- Mantenimiento y gastos de oficina.

- Subsidios a artesanos.

- Arrendamiento del espacio ferial. (Alquiler del espacio ferial y todos los servicios que ofrece el recinto).

- Diseño y puesta en escena de stands y adecuación de espacios para actividades alternas.

- Valor de campañas de promoción y divulgación. Diseño, ejecución y distribución de comunicados: boletines, folletos, instructivos, catálogo, avisos, comerciales, etc.

- Monto por venta de stands.

CONCLUSIONES

El tiempo de planeación, coordinación y ejecución de las diferentes actividades para la realización de la feria son directamente proporcionales a la magnitud del evento, al número de artesanos convocados, a las expectativas y exigencias planteadas. Expoartesanías realiza la organización del evento durante diez meses, cuenta con 800 expositores aproximadamente y con la experiencia de ocho versiones, donde se han afianzado efectivos mecanismos de organización desde las primeras ferias, además, el certamen está lo suficientemente posicionado entre el sector artesanal y el público en general, que no necesita mayores esfuerzos en las convocatorias ni en la promoción y divulgación del evento.

Para un certamen de características similares que se realice por primera vez, el tiempo de programación y ordenamiento de las diferentes actividades, debe ser mínimo de un año, con dedicación y exclusividad completa del equipo de trabajo, porque al ser el primer intento, se debe analizar y evaluar cada acción para verificar su eficiencia y si se detectan inconvenientes desarrollar mecanismos de solución a tiempo, para que la feria llegue a feliz término.

El proceso de planeación y organización de una feria de artesanía seleccionada, se inmiscuye en todos los ámbitos del sector artesanal, en los procesos productivos: manejos responsables de materias primas, capacidades de producción, recuperación y conservación de identidad y expresiones culturales autóctonas, diseño, calidad y estética, en la presentación, promoción y divulgación del producto: desarrollo de imagen corporativa, tarjetas de presentación, etiquetas, empaque y exhibición, en la comercialización: estudios del mercado y la

proyección de la artesanía como elemento de consumo, comportamiento de la oferta ante la demanda y convocatorias a compradores nacionales e internacionales.

Es por esto que la feria es el mecanismo más apropiado para trabajar todos estos aspectos, en beneficio del artesano, en un solo ámbito donde concurren todos los protagonistas del sector, con una sola finalidad; lograr que los oficios artesanales sean una alternativa económica que genere prosperidad tanto en el artífice como en su colectividad.

La feria es un laboratorio donde confluyen todas las condiciones de la actividad artesanal, es un espacio de experimentación y conocimiento del sector, al cual hay que sacarle el máximo provecho, para que el esfuerzo dispendioso de su preparación sirva además, para reflexionar y generar políticas efectivas que revitalicen el sector.

Este manual finaliza con la explicación de mecanismos para evaluar la feria, en sus diferentes factores, y como se deben utilizar estos resultados para optimizar las fortalezas y generar estrategias que solucionen las deficiencias detectadas. Esto se determina para que los eventos futuros gocen, cada vez más, de mayores posibilidades de éxito y cumplan a cabalidad los objetivos que se han propuesto.

Sólo de esta manera el sector para el cual trabaja la feria, se puede reivindicar con cambios adecuados en su producción, donde se proyecte el trabajo artesanal hacia niveles de competitividad que repercutan en la consolidación de las pequeñas empresas y en el consecuente mejoramiento de las condiciones de vida del sector. Así se abren espacios donde el trabajo artesanal se dignifique y se conciban alternativas reales de desarrollo integral para el artesano, su familia y su comunidad.