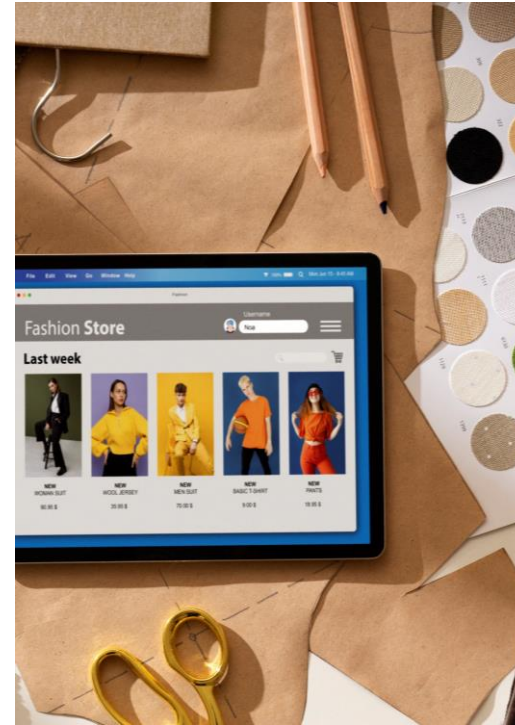


Del Taller al stand y otros espacios expositivos

**Estrategias para mostrar el
saber artesanal.**





Creación de contenidos digitales y catálogos con QR



¿POR QUÉ
MOSTRAR EN
DIGITAL?

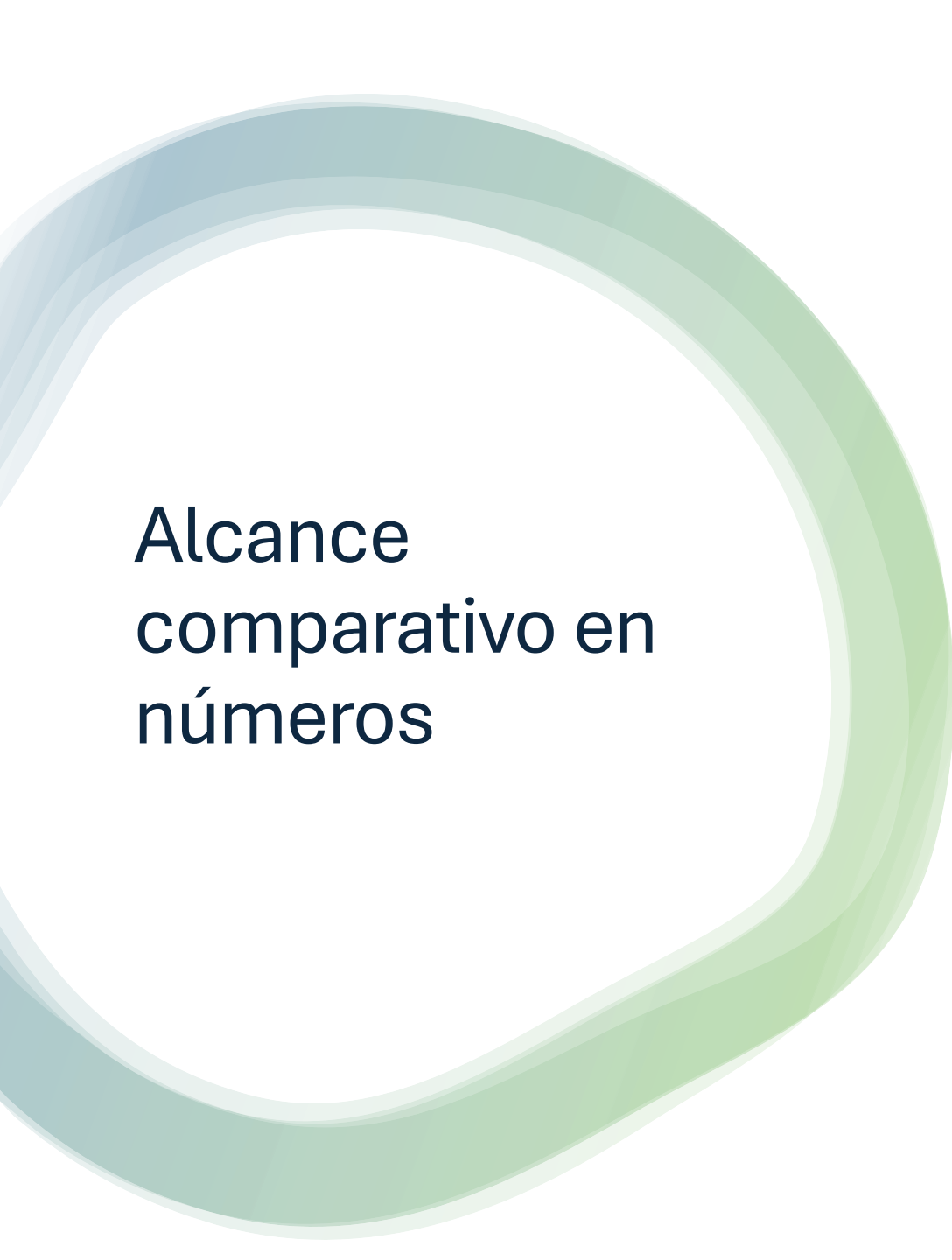
DIGITAL VS FERIAS

Indicador	Publicar en digital	Participar solo en ferias
Alcance del público	Potencialmente ilimitado (clientes locales, nacionales e internacionales, 24/7).	Limitado al número de personas que asisten físicamente a la feria.
Disponibilidad del producto	Catálogo visible en cualquier momento, desde cualquier lugar.	Solo durante la feria y en el horario de apertura.
Costos de promoción	Bajos: un celular, internet y plataformas gratuitas (redes sociales, QR, WhatsApp).	Más altos: traslado, hospedaje, inscripción, montaje de stand.
Duración del impacto	Continuo : la publicación sigue activa semanas o meses después.	Efímero : termina cuando acaba la feria.
Forma de interacción	Puede incluir fotos, videos, reseñas, códigos QR, comunicación directa.	Interacción cara a cara (muy valiosa, pero solo con quienes llegan al stand).
Construcción de marca	Permite generar una identidad digital reconocida (estilo de fotos, colores, narrativas).	Se basa en el recuerdo del público que visitó el puesto, menos sostenible en el tiempo.
Escalabilidad de ventas	Puede crecer al tener presencia en redes, catálogos digitales o tiendas online.	Depende de la asistencia a ferias y de la logística personal.
Confianza del comprador	Fotos de calidad + catálogo digital generan credibilidad y profesionalismo.	La confianza se da en la interacción directa, pero no deja rastro después del evento.

Alcance comparativo en números

- **1. Ferias artesanales presenciales**
- **Visitantes por feria local:** entre **500 y 2.000 personas** en eventos medianos
- **Visitantes en ferias grandes internacionales:** hasta **20.000 – 30.000 personas** durante varios días.
- **Limitación:** solo quienes asisten físicamente pueden ver y comprar, y el impacto dura los días del evento.

En promedio, un/a artesano/a puede llegar a **500–1.500 personas reales** en una feria común.



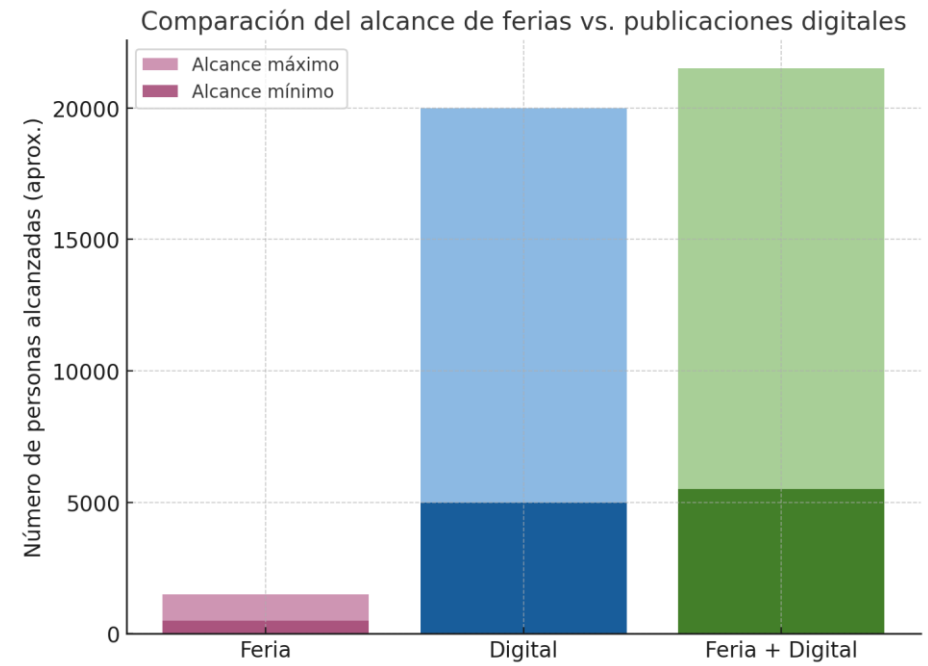
Alcance comparativo en números

- **2. Publicación digital (redes y catálogos online)**
- **Facebook/Instagram:**
 - Una publicación bien hecha (foto clara, hashtags adecuados) puede llegar fácilmente a **3.000 – 10.000 personas** orgánicamente (sin pagar publicidad).
 - Con una pequeña inversión en publicidad digital (USD \$10–20), ese alcance puede subir a **20.000 – 50.000 personas**.
- **WhatsApp + catálogo con QR:**
 - Cada persona que escanea puede reenviar el catálogo → el efecto multiplicador puede alcanzar **cientos de visualizaciones** en pocos días.
- **Plataformas como Etsy o marketplaces locales:** tu producto está visible **24/7 a miles de potenciales compradores** de diferentes países.

En promedio, un/a artesano/a puede alcanzar entre **5.000 – 20.000 visualizaciones digitales** en una sola publicación, superando varias veces la asistencia de una feria.

Conclusión en números

- Solo feria:** 500 – 1.500 personas (impacto corto y localizado).
- Solo digital:** 5.000 – 20.000 personas (impacto extendido y global).
- Feria + digital:** se combinan lo mejor de los dos mundos → contacto directo + visibilidad masiva.





“¿Qué creen que ve primero un comprador cuando se interesa por un producto en internet: el precio, la descripción o la foto?”

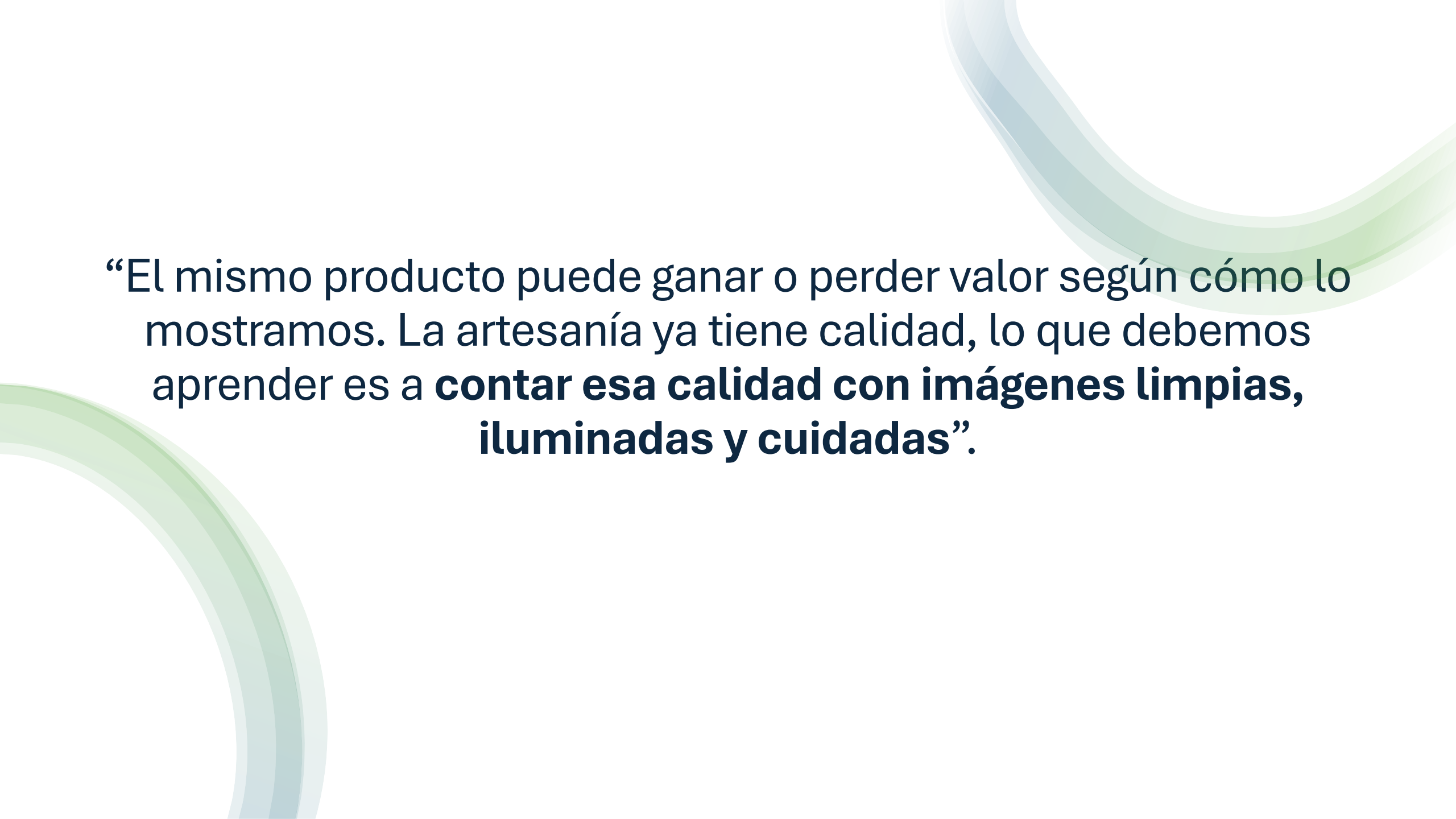


Foto 1

- **Fondo limpio y neutro:** el objeto es protagonista y nada distrae la atención.
- **Iluminación adecuada:** la luz es pareja, sin sombras duras, lo que resalta la textura de la fibra.
- **Encuadre cuidado:** se ve el objeto completo y en una posición que permite apreciarlo bien.
- **Elementos adicionales:** las flores agregadas refuerzan la idea de uso, lo hacen más atractivo.

Foto 2

- **Fondo inadecuado:** aunque está dentro de una caja de luz, se alcanzan a ver el taller y objetos detrás (personas, rejas, cortinas). Eso distrae y quita protagonismo al producto.
- **Iluminación desigual:** hay zonas oscuras y otras quemadas; la luz no resalta bien la textura del tejido.
- **Encuadre poco cuidado:** el objeto está descentrado, cortado en la parte superior y no se aprecia de forma completa.
- **Ambiente confuso:** se siente más como una foto de proceso que como una imagen lista para catálogo.



“El mismo producto puede ganar o perder valor según cómo lo mostramos. La artesanía ya tiene calidad, lo que debemos aprender es a **contar esa calidad con imágenes limpias, iluminadas y cuidadas**”.



Cómo construir una caja de
luz de forma sencilla









ARO DE LUZ LED

			
\$18 Aro de luz 12" Guayaquil, G	\$10 ARO DE LUZ 18 PULGADAS Guayaquil, G	\$14 Aro de luz 12 pulgadas RGB multicolor + trípode 2.10m Guayaquil, G	\$9 Aro de Luz Con Trípode desde \$9 Guayaquil, G
			
\$10 ARO DE LUZ RGB, EN OFERTA \$10 🌟 Guayaquil, G	\$5 Aro de luz con trípode Guayaquil, G	\$4 Oferta \$20 🤖 Aro de Luz 46cm + Trípode Guayaquil, G	\$5 Oferta \$10 🔥 Aro De Luz 10 pulgadas + Trípode expandible ✅ Guayaquil, G



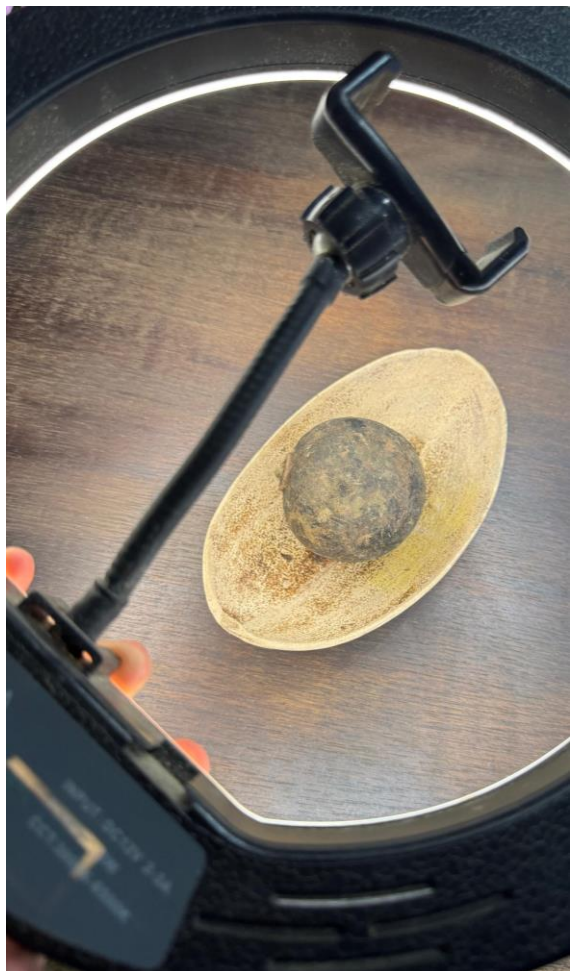
SIN LUZ DIRECTA



LUZ FRIA (BLANCA)



LUZ CALIDA (AMARILLA)





Luz de arriba



Solo aro de luz



Aro de luz y objeto de fondo

LUZ NATURAL



Al mostrar la mano en
la foto da una idea del
tamaño del producto



Foto con datos adicionales que resaltan el producto

- Hay mucha gente le gusta que se muestre el valor del producto
- Mostrar el valor del producto es estratégico a veces conviene y otras veces no







JABÓN ANTICELULÍTICO

Cosmetics
Miami



La razón por la que el café es el mejor aliado contra la celulitis, es su cafeína, pues sirve para destruir las células adiposas, favorece la circulación sanguínea, es antioxidante y ayuda a alisar la piel.



JABÓN ANTICELULÍTICO



Nuevo
PRODUCTO

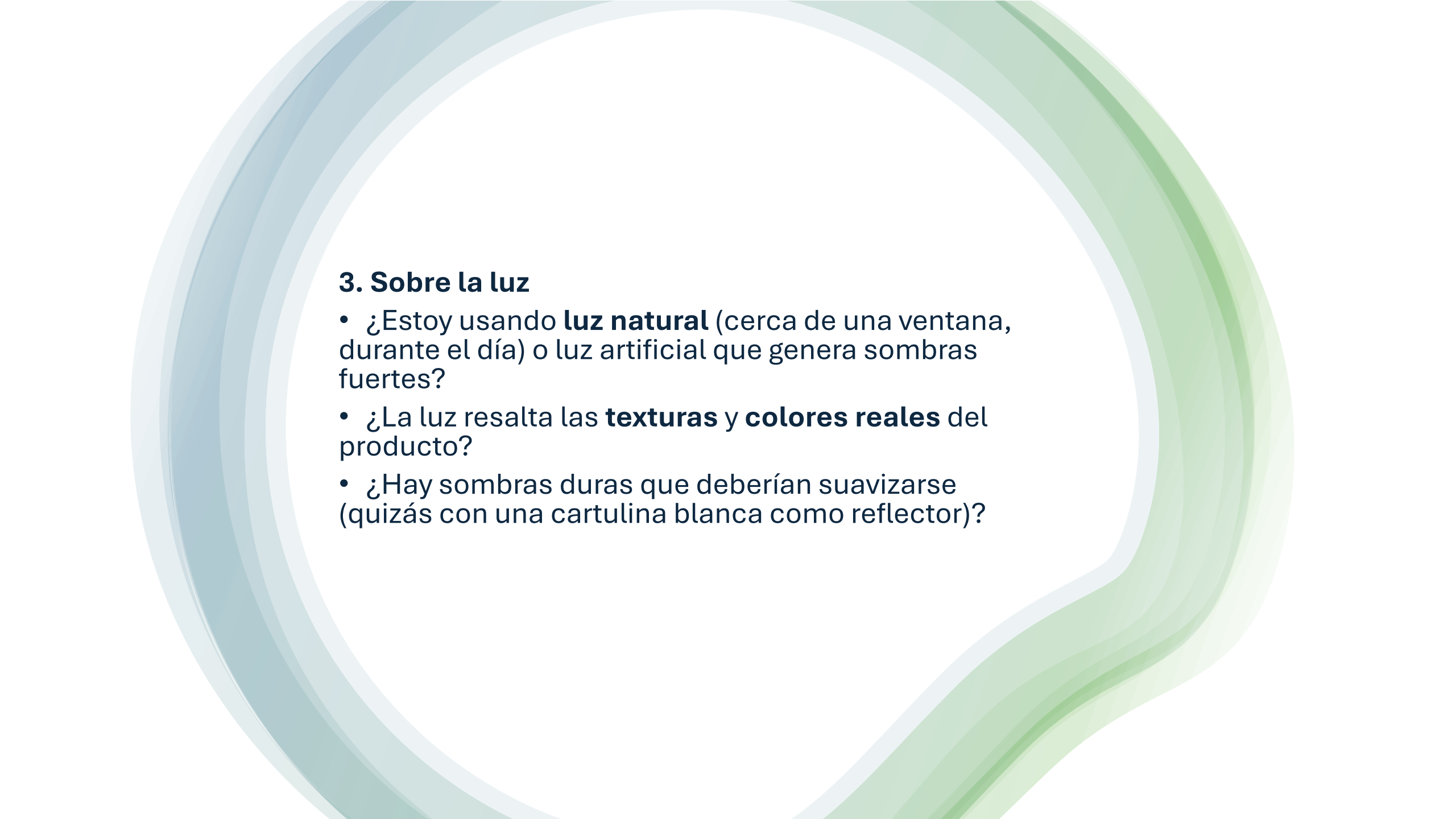
Síguenos: [f](#) [t](#) [@cosmeticsmiamary](#) [0981882608-0985310499](#)

Preguntas clave antes de tomar la foto de un producto

- **1. Sobre el producto**
- ¿El producto está **limpio y completo** (sin polvo, etiquetas, hilos sueltos)?
- ¿Quiero mostrar el producto **entero** o destacar **un detalle** (textura, acabado, color)?

- **2. Sobre el fondo**

- ¿El fondo distrae o ayuda a que el producto sea el protagonista?
- ¿Es mejor un fondo neutro (cartulina, tela, pared clara) o un fondo ambientado (ejemplo: la manta sobre una cama, la taza con café caliente)?



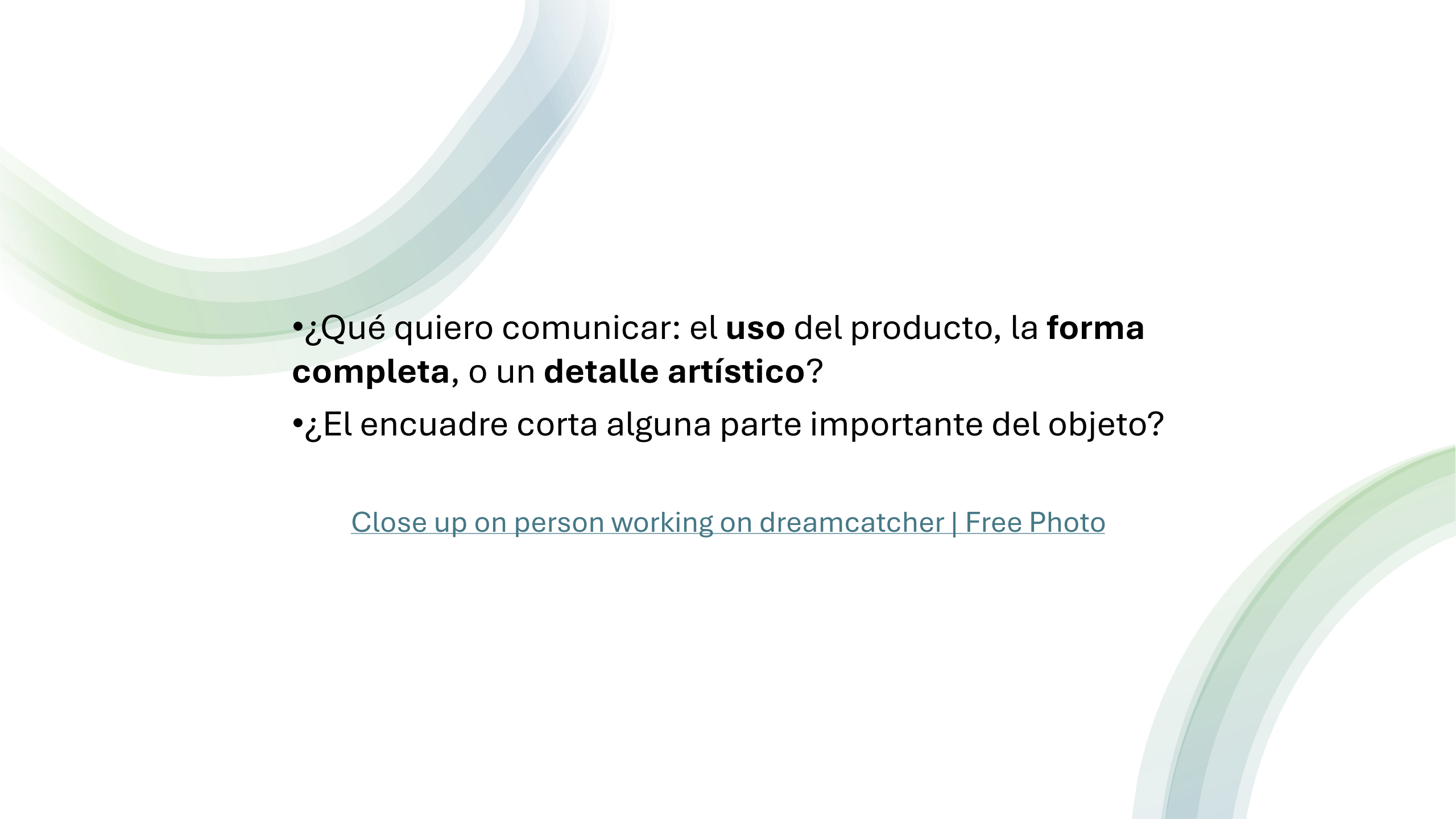
3. Sobre la luz

- ¿Estoy usando **luz natural** (cerca de una ventana, durante el día) o luz artificial que genera sombras fuertes?
- ¿La luz resalta las **texturas** y **colores reales** del producto?
- ¿Hay sombras duras que deberían suavizarse (quizás con una cartulina blanca como reflector)?

4. Sobre el ángulo

¿El producto se entiende mejor de **frente**, en **tres cuartos** (45°) o desde **arriba**?



- 
- ¿Qué quiero comunicar: el **uso** del producto, la **forma completa**, o un **detalle artístico**?
 - ¿El encuadre corta alguna parte importante del objeto?

[Close up on person working on dreamcatcher | Free Photo](#)

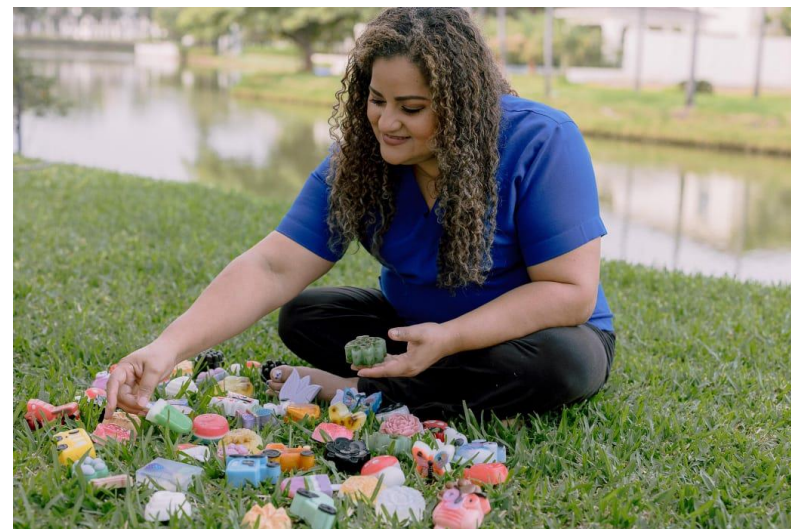
- **5. Sobre la intención**

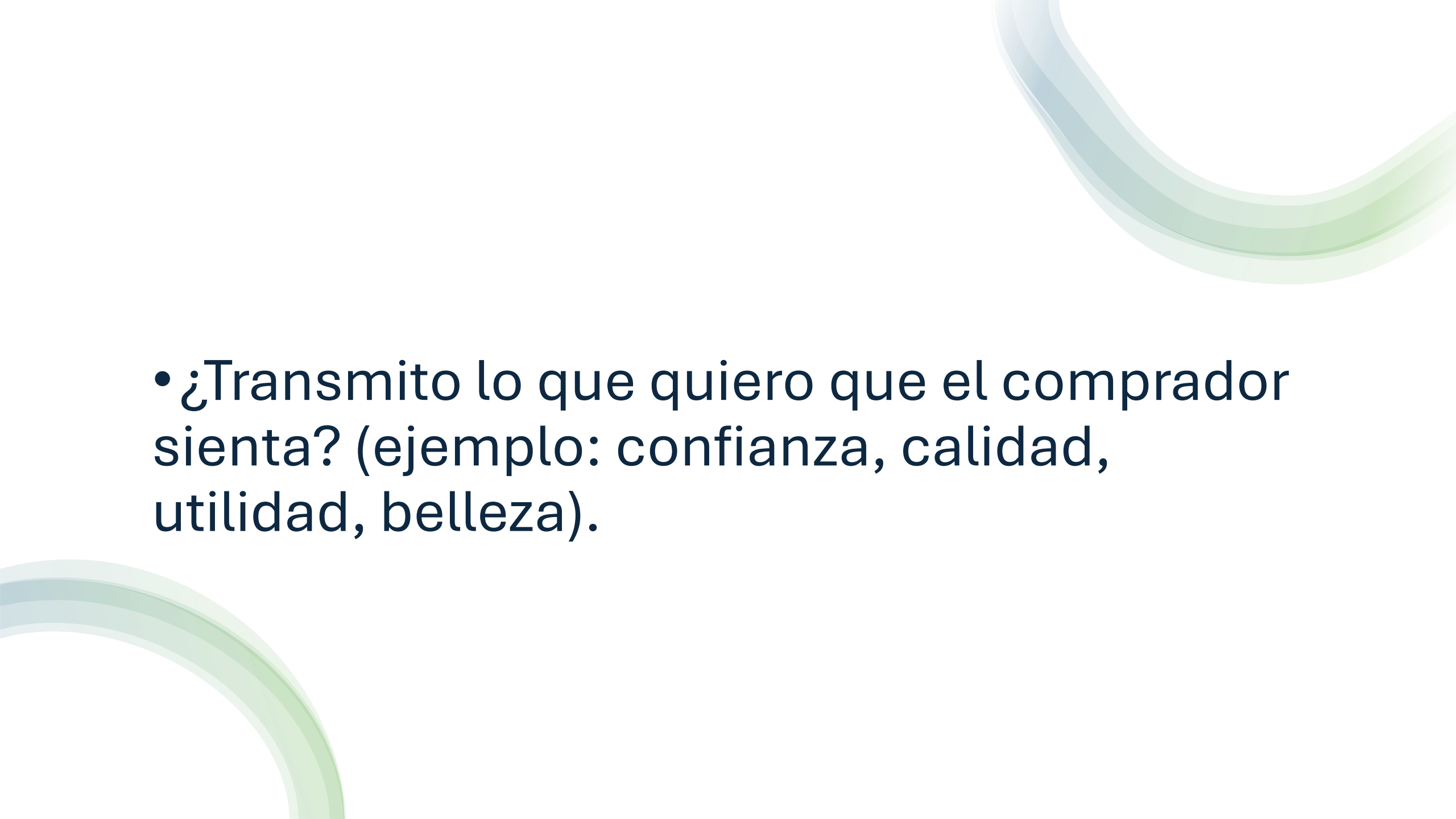
- ¿Quiero que esta foto sea para un **catálogo digital** (limpia, fondo neutro) o para **redes sociales** (más creativa, mostrando uso, con ambiente)?

CATÁLOGO

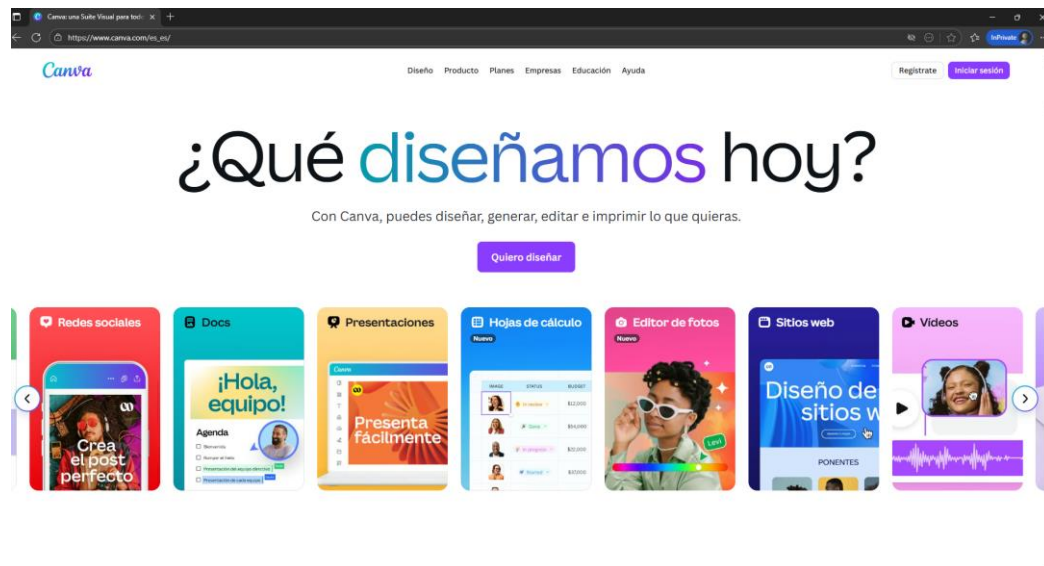


PARA REDES SOCIALES



- 
- ¿Transmito lo que quiero que el comprador sienta? (ejemplo: confianza, calidad, utilidad, belleza).

¿Cómo hacer mi catálogo digital?



- WhatsApp Business
- Doc. Google
- Canva
- otro

- *“Tu artesanía merece ser vista en el mundo digital con la misma calidad con la que fue creada.”*

“Una buena foto y un catálogo digital no solo muestran un producto, muestran el valor de tu oficio.”

- Un resumen de lo que aprendieron hoy:
- 📷 Tomar fotos con buena luz y ángulo.
- 📝 Organizar la información (nombre, descripción, precio).
- 📁 Diseñar un catálogo en Canva.
- 📱 Compartir con QR.

- “Prueba hoy mismo: toma una foto, súbela a Canva, genera tu QR y compártelo en WhatsApp con un amigo o cliente.”

Atribuciones de uso de imagen

Todas la imágenes usadas en esta presentación son de autoría de:

- Grupo de investigación “Encarnar el Saber. Técnicas, tecnologías y procedimientos”
- Repositorio digital FREEPIK
- @purezamia
- CANVA