

1. INFORMACIÓN GENERAL

2.

Antes de diligenciar esta Guía revise el Manual de Operación que se encuentra en la página inicial de FOMIPYME

I. Marque con una X las siguientes opciones:

(En ningún caso se podrán señalar las dos Subcuentas simultáneamente; para el caso en que la propuesta tenga componentes de las 2 Subcuentas, deberá privilegiar una de las dos)

1. Subcuenta a la cual aplica:

1.1 Micro X

1.2 Pyme

2. Indique la clasificación de su propuesta:

2.1 Programa

2.2 Proyecto X

2.3 Actividad

II. Identificación de la solicitud:

1. Nombre de la Entidad solicitante y sigla (Debe tener como mínimo dos (2) años de existencia legal, regla que también aplica para los proponentes en Unión Temporal o Consorcio)

**CORPORACIÓN INTERINSTITUCIONAL DEL TROPICO ANDINO
PARA EL MEDIO AMBIENTE –CITMA-**

2. Objeto social / Misión: Misión CITMA

3. Título del programa, proyecto o actividad:
“DESARROLLO INTEGRAL DE GUAPI CAUCA MEDIANTE ESTRATEGIAS DE APOYO A ACTIVIDADES ARTESANALES”

4. Duración total: 1 año

5. Ciudad sede del programa, proyecto o actividad: Popayán, Cauca

6. Cobertura geográfica (ciudades y/o poblaciones): Municipio de Guapi, Departamento del Cauca.

4. Población a atender (número, ubicación, descripción)

210 microempesarios: 100 artesanos tejedores y 50 orfebres y 60 prestadores de servicios artesanales. Según el censo de 1993¹, el 37.7% de la población es urbana y el 60.3% rural, residente a lo largo de las riberas y valles de los ríos Guapi, Napi, San Francisco y Guajú; el 50.85% es masculina y el 49.14% femenina.

Las principales actividades económicas son la agricultura, la pesca artesanal, la extracción maderera, el comercio, la elaboración de objetos artesanales y la minería². Las condiciones económicas de Guapi son las características de las zonas marginales del país, en cuanto calidad y cobertura de servicios de salud, alcantarillado, agua potable, educación.

Según El Plan de Desarrollo³, las fami y microempresas de productores, comerciantes, personal de servicios, artesanos y pescadores, “se enfrentan principalmente a las dificultades de crédito para capital de trabajo, poca capacidad de gestión, ausencia de programas de capacitación acordes con los requerimientos de su desarrollo para que su desempeño sea normal”.

8.- Información sobre financiación

	Valor en pesos	% Correspondiente
Recursos propios de la entidad solicitante	\$	
Recursos aportados por otras entidades privadas	\$190.000.000	
Recursos aportados por entidades gubernamentales (Nal, Dptal, Mpal)	\$	
Cooperación Internacional	\$	
Beneficiarios	\$32.966.750	
Otras contrapartidas	\$67.348.800	
Cofinanciación solicitada al FOMIPYME	\$ 347.322.266	
Valor total del proyecto	\$ 637.647.816	

Nota: La cofinanciación no podrá superar el 65% del valor total de la propuesta. Aquellas propuestas que superen el 65% serán consideradas no elegibles.

¹ Municipio de Guapi, Plan de Desarrollo Municipal de Guapi, Cauca, 1998 al 2000, fotocopia.

² Artesanías de Colombia, Investigación Comercial sobre productos Artesanales de la Asociación de Artesanos Unidos de Guapi, ARTESINUGUAPI, Fonade, PNR, Consultoría, Bogotá, agosto de 1996.

³ Idem

II. Dentro de los recuadros señalados, seleccione:

PROGRAMAS, PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE DESARROLLO TECNOLÓGICO	
Minicadenas Productivas:	Minicadenas Productivas:
Gestión Socioempresarial:	Desarrollo Productivo
X Capacitación en procesos que permitan a los empresarios la administración de sus unidades económicas, habilitándolos en la capacidad de decisión acerca de las oportunidades y rentabilidad de los negocios.	X Estandarización de los productos, buscando un perfeccionamiento de los mecanismos de producción bajo estándares mínimos de calidad, orientados a segmentos específicos del mercado.
X Propiciar el espíritu emprendedor generando la posibilidad de nuevas unidades productivas.	X Fortalecer la estructura productiva de los talleres artesanales, consolidando las unidades productivas asociadas, de acuerdo con sus requerimientos en capacitación, asesoría y asistencia técnica y comercialización.
X Desarrollar Programas orientados a fortalecer los procesos de asociatividad existentes, liderazgo, creación de confianza, dirigidos a los empresarios objeto de la Minicadena Productiva.	X Innovación y desarrollo de nuevos productos, acorde con las demandas del mercado.
X Vincular a los sectores que dependen directamente o indirectamente a la minicadena productiva de la artesanía para generar mejores niveles de productividad, rentabilidad y organización.	Mercadeo y Comercialización
X Estructuración de programas estratégicos para el impulso productivo.	X Dotar a los microempresarios de habilidades y destrezas prácticas para desarrollar procesos de negociación en los mercados potenciales identificados.
X Desarrollo de estrategias de nuevos diseños artesanales e innovación en la oferta artesanal.	X Asegurar la disponibilidad de materia prima a través del impulso de la minicadena productiva que genere dinámica económica regional entre los distintos eslabones.
	X Apoyar actividades conducentes a la colocación de los productos en nuevos mercados, mediante el comercio electrónico y participación en ferias y exposiciones.

2. FUNDAMENTO DEL PROGRAMA, PROYECTO O ACTIVIDAD

2.1 DIAGNOSTICO PREVIO DE LA POBLACIÓN A ATENDER (Una página)

La población afrocolombiana e indígena de Guapi conserva y promueve una rica oferta natural y artesanal, apta para el mercado regional y nacional, como resultado de sus procesos histórico-culturales de asentamiento y mestizaje. En 1996 había 207 talleres artesanales, 87.4% en el área rural y 12,% en el área urbana; el 75.8% estaba integrado por mujeres⁴ , con el 89.4% dedicado a la cestería.

El 20.8% de los artesanos de Guapi ha logrado completar estudios de primaria y secundaria y el 45.4% ha cursado primaria incompleta.

Sus divisiones de trabajo, adscritas a las etnias indígena eperara siapidara (rural), y afrocolombiana (cabecera municipal y rural), están orientadas, unas, hacia el cultivo, procesamiento de fibras y elaboración de cestos, trenzas o cintas, y otras, hacia la comercialización y elaboración de otros productos, respectivamente. Sin embargo, esta especialización no ha creado eslabones definidos que articulen sus diferentes agentes, predominando las relaciones informales que no potencializan las capacidades de un sistema productivo integrado., con una intermediación que margina a algunos agentes clave de los beneficios de una producción con agregación de valor (manualidad, etnicidad, diseño).

La artesanía local, portadora de símbolos culturales, presenta deficiencias de calidad, inadecuación del diseño, carencia de asociatividad de los productores para atender el mercado y fijar precios, precario manejo de materias primas naturales y bajo nivel tecnológico.

La desestructuración del área artesanal con otras industrias productivas en Guapi, impide el desarrollo de procesos participativos de promoción cultural, artesanal, gastronómica, de pesca, tradición oral, musical y dancística y el reconocimiento y la valoración justa de lo propio.

El aislacionismo de los agentes (p.e. orfebres), en parte promovido por la dispersión geográfica, ha fortalecido una intermediación que no aprecia los valores agregados de la artesanía e incrementa los costos productivos, al controlar tanto el suministro de

⁴ Idem.

materia prima (oro), como el comercio del producto final. Esta doble dependencia impide romper la economía de subsistencia y generar excedentes.

La cultura del servicio hacia el cliente es inexistente, ya que no se da importancia a la información oportuna, completa y pertinente que promueva los valores culturales y de manualidad del producto artesanal, de alta aceptación en el mercado turístico, vocación natural de Guapi.

2.2 DEFINA CUAL ES LA SITUACION O PROBLEMATICA A SOLUCIONAR MEDIANTE LA EJECUCION DE ESTA PROPUESTA:

La problemática está referida fundamentalmente a la desarticulación entre los diferentes agentes sociales e institucionales que participan o están llamadas a participar en cada eslabón de la cadena artesanal y a la baja capacidad de gestión productiva y comercial en el manejo de ofertas de cada eslabón, así:

Problemas:

1. Baja calidad del servicio de atención al cliente.

Causas:

- Falta de personal capacitado para la gestión productiva artesanal.
- Infraestructura deficiente.
- Carencia de la cultura del servicio.
- Bajos niveles de escolaridad que dificultan la asimilación de procesos.
- Falta de referentes de calidad para el producto artesanal.
- Falta de evaluaciones y control de la calidad.
- Subvaloración de la actividad artesanal en términos sociales y culturales.
- Carencia de información escrita sobre los valores diferenciales del producto artesanal.

2. Débil integración de procesos y ofertas artesanales:

Causas:

- Dificultad para articular la actividad artesanal a los procesos de desarrollo regional y nacional.
- Escasos niveles de participación de artesanos y prestadores de servicio, que los vuelve vulnerables frente a mecanismos y estrategias de intermediación.
- Predominio de intereses particulares sobre los generales.
- Visión cortoplacista del desarrollo local.
- Actitud individualista que caracteriza al oficio artesanal.
- Anteposición de intereses individuales al interés colectivo.

3. Desconocimiento o subvaloración de ofertas artesanales:

Causas:

- Falta de información integral, oportuna y confiable sobre el producto artesanal.

- Desconocimiento de la diferencia cultural y manual como valor agregado del producto artesanal.

4. Ausencia y debilidad de asociatividad:

Causas.

- Actitudes individualistas.
- Falta de capacitación en gestión empresarial solidaria.
- Tradición y predominio de liderazgos personalistas.
- Falta de experiencias demostrativas de logros a partir de la solidaridad y cooperación.

5. Carencia de gestión empresarial.

Causas:

- Falta de bases de trabajo solidario.
- Carácter exclusivamente familiar de la producción artesanal.
- Visión cortoplacista propia de economías de subsistencia.
- Falta de formación y capacitación empresarial.
- Desconocimiento de la competencia nacional y de las potencialidades artesanales de su región.
- Ausencia de prácticas de planeación.
- Dificultad de acceso a formas y medios facilitadores de la producción (crédito).
- Reducida capacidad económica de inversión que conlleva problemas de sostenibilidad y mantiene una economía de subsistencia.
- Predominio de la informalidad administrativa en los negocios que no cuentan con registros de costo-beneficio.
- Subvaloración del objeto artesanal en el mercado, lo que contribuye a que el artesano identifique su actividad como no rentable.

6. Falta de promoción y comercialización de servicios y productos artesanales.

Causas:

- Escasa o nula información sobre mercados, nacionales e internacionales.
- Deficiencia en técnicas de negociación.
- Desconocimiento de estrategias de mercadeo.
- Falta de capacitación en preparación de eventos y certámenes.
- Inexistencia de medios impresos promocionales.

7. Falta sostenibilidad ambiental en la producción artesanal y manejo de desechos:

Causas:

- No hay repoblamiento ni prácticas de manejo sostenible de la paja tetera y la palma chocolatillo.
- Falta de visión y planes estratégicos en la producción y generación de servicios.
- Ineficiencia en el empleo de recursos naturales.
- Desconocimiento de posibles impactos ocasionados al medioambiente.
- Inadecuados sistemas de organización para la producción
- Escaso nivel de desarrollo técnico y tecnológico.

- Desconocimiento de los valores ambientales que pueden agregarse al producto artesanal y a la cultura
- Desconocimiento de la importancia del mercado verde para la artesanía.
- Inadecuado manejo y disposición de residuos sólidos en los talleres artesanales.

8. Falta de diseño de producto artesanal.

Causas:

- Problemas de diseño al definir el producto en términos de función-uso-forma, aspectos que no son adecuadamente tenidos en cuenta o debidamente aplicados en el proceso productivo.
- Productos propuestos desde la producción y no desde la demanda.
- Falta de renovación y diversificación del diseño.
- Ausencia de línea de souvenir para el segmento comercial de regalo

A pesar de una oferta turística natural variada integrada por islas (Gorgona), parques naturales, playas marinas (playa blanca, playa obregones), playas fluviales (playa del medio, Ana Panchi), lagunas, cascadas, esteros, manglares, sitios de pesca, caminos interveredales (San Agustín, Soledad) y de un potencial musical y dancístico rico en tradiciones (currulao, bunde, fuga, bambuco, pasillos)⁵, no hay una fuerte identificación y reconocimiento alrededor de este potencial de desarrollo, que haya integrado voluntades y esfuerzos para su promoción y desarrollo.

De todas maneras, el propósito es integrar la producción artesanal de Guapi a las dinámicas de mercado regional, nacional y prepararse para el internacional.

Aunque las artesanas cesteras en Guapi son consumadas trabajadoras manuales, su número está disminuyendo porque los ingresos son pocos, debido principalmente a una deficiente promoción y comercialización de su producto artesanal, más allá de las fronteras locales y de Bogotá.

Es urgente su fortalecimiento organizacional y la capacitación empresarial para desarrollar acciones de compra, acopio, recolección y cultivo de las materias primas, que garanticen un adecuado abastecimiento a un costo razonable y sin un aumento especulativo. También es necesario proponer e implementar programas efectivos de mercadeo y venta en Guapi para la distribución hacia mercados nacionales e internacionales.

Aunque Guapi es uno de los municipios más privilegiados del Departamento del Cauca por su biodiversidad, es una de las regiones de mayor marginalidad en el país y esto hace que todos los sectores, y entre ellos la artesanía, se hayan afectados seriamente. Sin embargo, la ley 300/96 que orienta el turismo no sólo como una actividad económica, sino también social y cultural e incorpora las modalidades de turismo especializado (ecoturismo y otras formas) ofrece una gran oportunidad al desarrollo local y regional y un dinamismo importante a l sector Artesanal.

El estímulo a la producción cesterá, orfebre y joyera como uno de los componentes estratégicos del desarrollo de este municipio, debe conducir a la disponibilidad de materias primas, cualificación de destrezas y habilidades de los artesanos,

⁵ Municipio de Guapi, Plan de Desarrollo Municipal de Guapi, Cauca, 1998 al 2000, fotocopia.

adaptación de tecnologías eficientes y apropiadas, fortalecimiento o creación de organizaciones comunitarias orientadas a consolidar formas de producción y a la corrección de fallas del mercado, pues una población dispersa como la del Municipio de Guapi precisa de modelos de organización que disminuyan los costos de transacción y operación comercial.

Como la actividad orfebre de Guapi se fundamenta en un proceso de transformación del oro en productos artesanales, hay que considerar la generación posibles excedentes que pueden salir al mercado nacional y al exterior, sin que aporte mayormente al desarrollo económico de Guapi.

2.3 DEFINA LA FORMA MEDIANTE LA CUAL SE VA A SOLUCIONAR LA PROBLEMÁTICA DESCRITA EN EL NUMERAL ANTERIOR

La organización y consolidación de la minicadena busca ampliar las posibilidades productivas y comerciales de los productos artesanales y contribuir al fortalecimiento empresarial, mediante el refuerzo de sus conocimientos contables, costos y procesos, mercadeo y comercialización. Se fortalecerá la capacidad de gestión empresarial de los talleres familiares, organizándolos asociativamente para el acopio de materiales e insumos y la promoción y comercialización, fundamentalmente, dado el carácter familiar por naturaleza de este tipo de producción.

La Minicadena productiva estará enmarcada en un medio de autosostenibilidad y producción limpia. Se sensibilizará a los productores sobre el compromiso transgeneracional de conservar el recurso natural utilizado en la producción artesanal y la estrategia comercial de agregar valor ambiental a su oferta productiva.

Para la articulación de los eslabones de la minicadena se generarán procesos de convocatoria de agentes involucrados (proveedores, productores, comerciantes, clientes) y de entidades locales y nacionales de apoyo para su concertación y participación más efectiva en cada proceso, mejorando la eficiencia en cada uno de ellos.

Se elaborará un plan de acción, a ser apoyado por las diferentes entidades locales, nacionales, públicas y privadas, donde se registren los compromisos pactados y que permita hacer seguimiento y evaluación de los mismos.

Mediante programas de capacitación técnica, asesoría y asistencia en diseño se mejorarán y desarrollarán nuevos productos para el mercado, según demandas específicas, se elaborarán prototipos y se socializará con los productores los procesos técnicos para su elaboración.

Se reorganizará la producción y se diagnosticarán las deficiencias tecnológicas en los procesos y sistemas productivos tradicionales, mejorando procedimientos y estableciendo manuales de trabajo para técnicas como tinturado de fibras, costura, modelado. Los productos mejorados en su calidad e innovados, contarán con el diseño de una imagen y marca para su mejor posicionamiento comercial.

Se realizará promoción y comercialización del producto artesanal innovado, integrándolo a ofertas especiales de líneas y estilos impulsados Artesanías de Colombia. Se participará en ferias, eventos y congresos de nivel nacional, como Expoartesanías, Manofacto, donde se promoverá la oferta artesanal de Guapi con el apoyo de medios impresos.

En el área técnica, se realizarán procesos de capacitación y desarrollo de habilidades y aptitudes, manejo de materiales y uso de herramientas e innovación y desarrollo de nuevos productos, haciendo mucho énfasis en el desarrollo de una cultura de asociatividad entre los nativos.

Para medir los avances y desarrollos del proyecto y sus resultados, se conformarán comités de veeduría ciudadana integrados por beneficiarios, entidades de apoyo y ejecutores, cuyos resultados orienten el desarrollo del proyecto hacia metas precisas y ejemplarizantes.

2.4. ANTECEDENTES DEL PROGRAMA, PROYECTO O ACTIVIDAD

El municipio de Guapi, en la Costa Pacífica caucana, constituye un enclave social desde su conformación en 1772. Posee una población mayoritariamente afrocolombiana distribuida en 2.688 Km². La región es una de las de mayor biodiversidad del país, debido a que la mayor parte de su superficie está constituida por selva húmeda tropical que se extiende desde el Chocó, hasta Nariño, conformando uno de los ecosistemas más ricos del planeta, Su precipitación pluvial es de 2000 a 4000 mm. anuales y su riqueza hidrográfica la integran cuencas y microcuencas provenientes de las vertientes de la cordillera occidental que se precipitan en el océano Pacífico.

Las actividades económicas predominantes de Guapi son la pesca artesanal y actividades productivas agrícolas y artesanales, que representan los ingresos económicos fundamentales de la población nativa dentro del concepto de economía de subsistencia. El comercio, como actividad acumulativa, es administrado por personas foráneas que invierten en la compra de productos, el comercio y en servicios de hotelería y transporte.

El litoral del Pacífico colombiano es una de las regiones más deprimidas y marginadas del proceso de desarrollo económico y social del país y menos integradas físicamente al territorio nacional. Es como si el país terminara geográficamente en la estribación oriental de la Cordillera Occidental. No obstante, esta amplia región alberga inmensos recursos forestales, pesqueros, fluvio-mineros y de minería marina que el país requiere y representa, al mismo tiempo, un área fundamental de interés geopolítico.

A partir de la década de los 60s, con la disminución de las prácticas culturales locales y la penetración de compañías extractivistas acompañadas de programas y proyectos estatales, se inicia la crisis socioeconómica de las comunidades de esta región. Ello se evidencia en la baja cobertura de servicios públicos, el deterioro ambiental, la pérdida de valores, la extinción de especies de flora y fauna, el abandono familiar, el desempleo, la poca oportunidad para la mujer, la dependencia económica, los altos costos de la canasta familiar, el abandono de la educación por parte de la población infantil y la mendicidad de niños y ancianos en las calles de la zona urbana de Guapi.

La extracción masiva y descontrolada de los recursos naturales ha ocasionado graves daños ecológicos y amenaza con extinguir especies de flora y fauna, en

algunas utilizadas por las comunidades nativas en alimentación, medicina y artesanías. La paja tetera y el chocolatillo, materia prima artesanal, se consigue en las riberas de los ríos, generalmente alejada de los caseríos. Son plántulas muy parecidas a los bejucos de la familia de las rosáceas. Su consecución está a cargo de indígenas eperara siapidara, quienes la tejen en trenzas o hacen productos finales y los llevan a Guapi para ser comercializados por los afrodescendientes.

En la época colonial y a principios de la República, estas localidades sustentaron su economía en la explotación de oro y la plata realizada con esclavos de Africa.

La región también ha sido objeto de programas institucionales de INCORA, SENA, Plan Padrinos, PLAIDECOP y otros.

De la región se extrae oro aluvial para la artesanía en filigrana, en lo que se usa sólo parte del mineral extraído, siendo la otra parte vendida a intermediarios. Algunos nativos, especialmente jóvenes, han iniciado la producción de joyas mezclando materiales vegetales (corteza de coco, tagua), con los que hacen figuras diversas con incrustaciones de oro.

En el Municipio de Guapi las condiciones de los orfebres⁶ no difieren mucho de las registradas en otros municipios. El oficio es un legado prehispánico y los orfebres han estado marginados y desarticulados del contexto nacional. El 73.5% de la población está catalogada entre la más pobre y sus niveles de ingresos no llegan al 50% del promedio nacional⁷. Esta zona registra un analfabetismo 3 veces superior al promedio nacional de zonas urbanas. La infraestructura vial se reduce al medio fluvial, marítimo y aéreo y no existen carreteras.

IV. Resumen del Proyecto (Máximo una página)

El programa consiste en la integración y fortalecimiento de los eslabones de la cadena artesanal, promoviendo la participación de los diversos agentes, mediante su formación y capacitación técnica y empresarial, el desarrollo de la asociatividad y de la capacidad de gestión y la promoción y comercialización de la oferta.

Se desarrollará mediante las siguientes actividades:

a- Capacitación a la población del sector artesanal en las diferentes áreas de organización, producción, generación de servicios y mercadeo. La capacitación para la organización se basa en módulos de 10 horas, de acuerdo con las diferentes actividades del proyecto. La capacitación está dirigida al mejoramiento de los productos o servicios ofrecidos en los siguientes temas: Proyecto empresarial; producción y servicio con calidad; aplicación de controles de calidad; desarrollo de

⁶ El orfebre, es el que trabaja y transforma el oro, mientras que el joyero además del oro emplea otros metales y piedras.

productos artesanales y servicios culturales conexos bajo el concepto de alianzas entre los diferentes sectores.

Capacitación en mercadeo: Organización de eventos y certámenes; el producto y el servicio frente al mercado; elaboración de portafolios de servicios (de acuerdo con los productos estructurados).

b- Asistencia y asesoría técnica a los microempresarios en áreas administrativas, contables, servicio, mercadeo y comercialización.

El objetivo es fortalecer la vocación productiva regional, incrementar la productividad y la competitividad en pro del mejoramiento de la calidad de vida, desarrollando la minicadena productiva en el sector artesanal y cultural mediante el aprovechamiento del potencial productivo de la región, la implantación de técnicas apropiadas y programas oportunos de capacitación.

V. Resumen del Perfil Institucional del Ejecutor (Máximo una página)

VI. Experiencia Específica del Ejecutor

Relacione la experiencia en programas, proyectos o actividades similares a los propuestos o actividades y proyectos relacionados con la propuesta.

3. INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE

Nombre o Razón Social	Corporación Interinstitucional del Trópico Andino Para el Medio Ambiente CITMA			
1. Tipo de organización ONG				
<input type="checkbox"/> Otro (Especifique _____)				
2. Tipo de empresa ejecutora	<input type="checkbox"/> Unipersonal	<input type="checkbox"/> Limitada.		
	<input type="checkbox"/> Anónima	<input type="checkbox"/> En comandita		
	<input type="checkbox"/> Solidaria	<input type="checkbox"/> Otra (Especificar) _____		
Composición del capital de la empresa	Nacional %		Extranjero %	
	Público	Privado	Público	Privado
		X		
NIT 817.000.568-5	Registrada en Cámara de Comercio del Cauca		Fecha de constitución	8 de Agosto de 1996
Dirección	Cra. 9 No. 1N-20 Barrio Modelo			
Teléfono	8231294-8236814	Fax	8231294	
E-Mail	Citmaong@hotmail.com	Web-Site		
A. A.	Ciudad	Popayán	Departamento	Cauca
Representante Legal	VICTOR DANIEL OROZCO FAJURI			
Identificación <input type="checkbox"/>	C.C. <input checked="" type="checkbox"/> X		C. Extranjería <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> asaporte	
	No.	10.525.531	De	Popayán
Director Técnico del Programa, Proyecto o Actividad				
Dirección				
Teléfono		Fax		
E-Mail		Web-Site		
A.A.		Ciudad		Departamento

4. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA, PROYECTO O ACTIVIDAD

4.1. OBJETIVO DE DESARROLLO DEL PROYECTO

Integrar y consolidar la minicadena de producción artesanal, en cuanto es una de las actividades económicas predominantes, con capacidad de generar ingresos y empleo que ayuden al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad de Guapi.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO

- Objetivo 1: Identificar los eslabones, agentes y relaciones de la minicadena y concertar su participación en actividades productivas y culturales asociadas a la misma.
- Objetivo 2: Promocionar la oferta artesanal de Guapi a través de una campaña publicitaria que integre diferentes medios y estrategias audiovisuales, impresas y electrónicas.
- Objetivo 3: Mejorar integralmente la capacidad de gestión del microempresario artesanal, brindándoles herramientas técnicas para el manejo administrativo, contable y de mercadeo y el mejoramiento de la calidad de atención y servicios.
- Objetivo 4: Fortalecer la asociatividad empresarial, afianzando el trabajo cooperativo entre proveedores, productores y comerciantes, como base fundamental para mejorar su eficiencia en la producción, el mercadeo y la comercialización.
- Objetivo 5: Promover el manejo sostenible de la paja tetera y la palma chocolillo, materia prima artesanal, para garantizar la conservación de los oficios y adicionar valor ambiental al producto.
- Objetivo 6: Mejorar la productividad y competitividad de los oficios de cestería, trabajo en madera, orfebrería y joyería, a través del diseño, la capacitación técnica en los oficios y el desarrollo de productos adecuados a demandas del mercado y la aplicación de tecnologías limpias y apropiadas.

4.3 METODOLOGÍA DEL PROYECTO

Para lograr la conformación de la minicadena artesanal es imprescindible realizar los siguientes pasos que permitan su estructuración, integración de agentes y ejecución de compromisos:

1. Elaboración de un plan de acción y su validación con beneficiarios y agentes de apoyo.
2. Concertación de compromisos de los agentes vinculados (entidades de apoyo, microempresarios, prestadores de servicios) a cada eslabón de la cadena.
3. Firma de acuerdo de competitividad regional que garantice el cumplimiento de compromisos que se pacten.
4. Conformación de una Secretaría Técnica con representantes de las entidades intervinientes en la cadena, que gestione la ejecución de las actividades y cumplimiento de los compromisos pactados.

Objetivo 1-: Identificar los eslabones, agentes y relaciones de la minicadena y concertar su participación en actividades productivas y culturales asociadas a la misma.

Recursos:

Administrador o profesional afín (con conocimiento de la actividad artesanal y cultura tradicional).

Trabajador Social.

Agentes vinculados a cada eslabón: recolectores de materias primas; proveedores de servicios y artesanías; trenzadores; tejedores; costureros; orfebres; productores; comerciantes; organizadores de oferta cultural; promotores de oferta cultural y artesanal; otras personas vinculadas como transportadores y agentes canales de compra.

Ofertantes de servicios de cultura (bocados tradicionales y dulcería tradicional, talleres demostrativos de oficios artesanales, talleres de creatividad artesanal).

Información cultural y artesanal.

Organizaciones artesanales y culturales existentes.

Acciones

Asistencias técnicas en administración y gestión cultural.

Asesorías en diseño para definir la oferta artesanal disponible, organizarla y promover su participación en la minicadena.

Asesoría de trabajo social para motivar la participación.

Talleres con proveedores, productores, entidades de apoyo.

Visitas a talleres con líderes artesanales para identificar y reconocer productos.

Talleres para integración de oferta cultural y artesanal.

Métodos.

Contratación de personal.

Recolección de información primaria y secundaria.

Evaluación de ofertas actuales y demandas potenciales.

Evaluación de la situación de las relaciones entre diferentes agentes de la cadena.

Diagnóstico participativo de oferta potencial artesanal y cultural

Elaboración de programas culturales, integrando la oferta nueva y diversa.

Presentación a entidades de apoyo a la minicadena de la Metodología –ONUDI para el desarrollo sostenible de minicadenas productivas.

- **Objetivo 2.** Promocionar la oferta artesanal de Guapi a través de una campaña publicitaria que integre diferentes medios audiovisuales, impresas y electrónicas.

Recursos

Publicista.
Profesional de Sistemas.
Diseñador Gráfico.
Equipos de sistemas.
Servicio de Internet.
Servicios de impresión.
Folletos.
Videos.

Acciones.

Asesorías profesionales en áreas de sistemas, publicidad y promoción cultural y artesanal para diseñar y ejecutar campaña integrando diversos medios.
Asesoría en diseño gráfico para elaborar folletos y plegables
Participación en ferias y eventos nacionales artesanales (Expoartesánías, Manfacto, feria del pacífico) y de promoción turística.
Diseño de página web.
Servicios de impresión y grabación y edición de video.

Métodos.

Contratación.
Alianza y concertación con agentes culturales locales, regionales y nacionales.
Lanzamiento de campaña.
Participación en eventos de promoción cultural y artesanal nacional.
Interacción con agentes de promoción cultural y artesanal, nacional, regional y local.
Montaje página web.
Seguimiento y evaluación de resultados de campaña publicitaria

- **Objetivo 3 Mejorar integralmente la capacidad de gestión del microempresario, brindándoles herramientas técnicas para el manejo administrativo, contable y el mercadeo y el mejoramiento de la calidad en la atención y servicios.**

Recursos

Profesional en Administrador de empresas o Economía.
Cámara de Comercio.
SENA

Acciones.

Asistencia técnica de Cámara de Comercio para la formalización de grupos, talleres y organizaciones de artesanos y prestadores de servicios.
Asesorías técnicas en promoción y mercadeo, mejoramiento y cualificación de servicios de atención al cliente y de venta de productos artesanales.

Asesorías para la elaboración de planes de producción y comercialización a partir de pedidos.

Cursos talleres para cualificar el desempeño del microempresario en competencias básicas, mediante la transmisión de conocimientos teórico-prácticos de gestión empresarial, manejo contable, costos, comercialización y autogestión.

Giras educativas de microempresarios y promotores culturales destacados, para entrenamiento, a través del intercambio de prácticas y experiencias con núcleos artesanales nacionales.

Métodos

Alianza con Cámara de Comercio local.

Contratación de profesionales especializados.

Realización de talleres prácticos de evaluación de la gestión de microempresas.

Elaboración, seguimiento y evaluación de planes de producción y comercialización de artesanos a partir de resultados de participación en ferias.

Reuniones, talleres y visitas domiciliarias.

Reimpresión del Módulo Administrando Mi Taller Artesanal.

Taller de formación de facilitadores en el manejo y aplicación del Módulo Administrando Mi Taller Artesanal.

Aplicación del Módulo Administrando Mi Taller Artesanal.

- **Objetivo 4- Fortalecer la asociatividad empresarial, afianzando el trabajo cooperativo entre proveedores, productores y comerciantes, como base fundamental para mejorar su eficiencia en la producción, el mercadeo y la comercialización.**

- **Recursos:**

- Profesionales en cooperativismo y economía solidaria.

- Trabajador Social.

- DANSOCIAL.

- Papelería

- Servicios de impresión y/o fotocopias

- **Acciones**

- Identificación de líderes naturales.

- Cursos-talleres de liderazgo y autonomía.

- Cursos-talleres de capacitación en formas asociativas.

- Asesoría para la organización de un fondo rotatorio de materiales y productos.

- Asesoría para evaluar nivel y situación de asociatividad actual.

- Asesoría para el fortalecimiento de grupos asociativos y estructuración de redes de producción entre talleres.

- **Métodos:**

Acuerdos con DANSOCIAL.

Contratación de personal especializado.

Evaluación de ventajas de economía solidaria.
Asesorías focalizadas en microempresas.
Promoción de liderazgos locales.
Concursos y premiación a la atención al cliente

- **Objetivo 5 Promover el manejo sostenible de la paja tetera y la palma chocolatillo, materia prima artesanal, para garantizar la conservación de los oficios y adicionar valor ambiental al producto.**

- **Recursos**

- Ingeniero forestal ambientalista o Biólogo especializado en gestión ambiental.
- Cultivadores.
- Extractores, recolectores.
- Campesinos.
- Parcelas, fincas, lotes comunales.
- Herramientas de cultivo.
- Semillas, colinos, plántulas.
- Materiales para viveros
- Corporación Autónoma Regional, CAR
- UMATA
- Resguardos y Cabildos indígenas
- “Metodología de evaluación de propuestas de buen uso” y “Manejo del wegerr y otros recurso de uso artesanal”, del convenio FES-Artesanías de Colombia.

- **Acciones:**

- Gestión ante la Corporación Autónoma Regional y UMATA.
- Gestión para consecución del terreno de cultivo de la materia prima (paja tetera y palma chocolatillo).
- Visitas para identificar los expertos en el cultivo en las comunidades de Chamón, Penitente, Sansón, Temuey, Bellavista y Codicia, consejo comunitario de Guapi Abajo; San Vicente y Santa Clara, en el consejo comunitario del Alto Guapi.
- Reunión de cultivadores para definir las estrategias y mecanismos para la implementación del cultivo.
- Talleres de sensibilización sobre manejo ambiental de especies.
- Consecución de insumos, semillas, siembra y cultivo.
- Establecimiento de viveros.
- Repoblamiento de plántulas.
- Mantenimiento y desyerbe.

Métodos:

Plan de cultivos
Contratación de especialista ambiental.
Concertación con la entidad ambiental local CAR y UMATA
Talleres de reconocimiento y socialización de saberes, conocimientos y experiencias de los nativos sobre las especies.

Aplicación de la “Metodología de evaluación de propuestas de buen uso” y “Manejo del wegerr y otros recursos de uso artesanal”, del convenio FES-Artesanías de Colombia.

Socialización de resultados exitosos de cultivos

- **Objetivo 6: Mejorar la productividad y competitividad de los oficios de cestería, trabajo en madera, orfebrería y joyería, a través del diseño, la capacitación técnica en los oficios y el desarrollo de productos adecuados a demandas del mercado y la aplicación de tecnologías limpias y apropiadas.**

Recursos:

Diseñadores industrial, textil y gráfico.

Artesanos.

Prototipos.

Fichas y planos técnicos

Materia prima e insumos artesanales

Productos piloto para prueba de mercado.

Equipos y herramientas.

Centro de diseño de Bogotá

Acciones:

Asesorías en diseño para el mejoramiento y desarrollo de nuevos productos de cestería, orfebrería y joyería según tendencias del mercado.

Asesoría en diseño para la elaboración de una línea de productos souvenir para el segmento de regalos.

Investigación y experimentación del tratamiento de fibras para su expansión, resistencia, flexibilidad, otros.

Diseño de empaque y etiqueta para el producto artesanal

Evaluación de productos piloto.

Gestión de promoción comercial de productos piloto

Talleres de creatividad en joyería

Cursos-Talleres de tinturado de fibras con tintes naturales y/o químicos.

Diseño, elaboración e impresión de una cartilla de tintorería

Diseño, elaboración e impresión de manuales técnicos de procedimientos en cestería y trabajo en madera y orfebrería/joyería.

Cursos-talleres de capacitación en técnicas de trenzado y costura de trenza.

Cursos-talleres de capacitación en técnicas de casting y laminado para joyería.

Asistencia técnica de ingeniería para la investigación, diseño y experimentación de técnicas eficientes y limpias para el tinturado (estufas o calderas a gas), la costura de trenzas, el moldeado o patronaje, la orfebrería-joyería.

Método:

Rescate de materiales, técnicas, diseños y formas locales.

Mezcla de materiales (p.e.: fibra y madera; oro y coco).
Reinterpretación de simbología y legado cultural de origen étnico.
Talleres interactivos de creatividad con artesanos que permitan intercambio de saberes y conocimientos técnicos sobre los materiales.
Análisis de laboratorio de materiales.
Creación de prototipos de productos, herramientas y equipos.
Evaluación de apreciaciones de clientes en pruebas piloto.
Sensibilización a artesanos sobre los valores agregados del producto artesanal

4.4 PRODUCTOS INTERMEDIOS	
Productos	Plazo de entrega (meses)
1. Nuevos agentes (artesanales o culturales) vinculados a la cadena	8
2. Acuerdos firmados	4
3. Evaluación comparativa de otras experiencias artesanales y culturales	6
4. Talleres y organizaciones artesanales sensibilizados hacia la asociatividad	6
5. Propuestas de mejoramiento tecnológico para joyería y cestería formuladas.	6
6. Página web	4
7. Disponibilidad de planos y fichas técnicas de empaque y embalaje	7
8. Artesanos capacitados en el manejo de nuevas herramientas o equipos.	9
9. Diseños gráficos, machotes y artes finales de catálogos y folletos	7

4.5 PRODUCTOS FINALES	
Productos	Plazo de entrega (meses)
1. Programa de oferta artesanal y cultural organizada	12
2. Microempresas artesanales y de servicios culturales organizadas	12
3. Microempresas artesanales y de servicios con manejo contable.	12
4. Microempresas con planes de producción y comercialización.	12
5. Microempresas con técnicas de producción mejoradas	9
6. Microempresas con servicio al cliente mejorado	10
7. Microempresas asesoradas en diseño y desarrollo de productos	8
8. Ampliación de oferta de servicios artesanales y culturales	12
9. Incremento de producción artesanal	12
10. Incremento de ventas de artesanías y de fibras de origen silvicultural.	12
11. Folletos y portafolio de servicios y productos.	9
12. Area repoblada con especies utilizadas en producción	12

artesanal	
13. Centro de acopio y venta artesanal y de otros productos culturales	12
14. Carta de colores para tinturado de fibras	10
15. Manuales de procedimiento	12
16. Productos artesanales con etiquetas	10
17. Productos artesanales con empaques	10
18. Nuevas líneas de productos diseñados ofertados.	10
19. Procesos y técnicas mejorados	10
20. Microempresas participando en ferias	12
21. Microempresas produciendo nuevos diseños	10

4.6 METAS VERIFICABLES Deben ser cuantificables y cualificables	
Metas	Plazo de entrega (meses)
1. Un programa de oferta artesanal y cultural organizado en un 70%	12
2. Nueve (9) microempresas de artesanías formalizadas	12
3. Doscientos diez (210) microempresarios capacitados y asistidos técnicamente en las áreas contable, administrativa, de promoción y mercadeo y capacitados en calidad, servicio y atención al cliente	12
4. Treinta (30) agentes de servicios culturales con atención al cliente mejorada	11
5. Cuatro(4) nuevas ofertas de servicios artesanales y culturales	12
6. Incremento en un 20% de ventas artesanías	12
7. Desarrollo de una línea de productos de souvenir para el segmento turístico.	10
8. Desarrollo de 6 nuevas líneas de productos en paja tetera, chocolatillo y joyería	10
9. Siembra de 6.000 plántulas (3.000 de paja tetera y 3000 de chocolatillo)	6
10. Veinte (40) microempresarios conociendo y evaluando la experiencia artesanal y cultural de otras organizaciones	6
11. Participación de 5 artesanas en ferias nacionales	12
12. Tres (3) hectáreas cultivadas con paja tetera y palma chocolatillo	12
13. Plan de promoción artesanal y de servicios culturales	12

4.7. GRUPO EJECUTOR			
Nombre	Actividad Profesional	Nivel de formación	Experiencia (empresas, consultorías, universidades, etc.)
1. Víctor Daniel Orozco Fajuri	Abogado – Administrador	Universitaria – Postgrado	Ver Hoja de Vida
2. Martha Eugenia Rengifo Ordóñez	Administradora y Turística Hotelera	Universitaria	Unión Temporal Turismo y Salud, Hotel Casa del Herrero, Hotel Camino Real, Convenio UCICA CRC, CITMA.

5. IMPACTOS ESPERADOS EN LA REGIÓN O SECTOR

5.1. IMPACTOS SOBRE LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD REGIONAL Y /O SECTORIAL

1. AFIANZAMIENTO DE LA identidad artesanal y cultural local.
2. Ampliación del mercado del producto artesanal.
3. Mejoramiento en la calidad de vida del artesano.
4. Despertar de iniciativas de gestión empresarial de la artesanía en su relación con el ecoturismo.
5. Incremento del nivel de asociatividad.
6. Mejoramiento de la actitud empresarial.
7. Recurso humano formado en técnicas de producción y manejo de nuevos equipos y herramientas.
8. Recurso humano formado y capacitado para la elaboración de nuevos diseños.
9. Vínculos (alianzas estratégicas) con entidades de apoyo.
10. Incremento en volúmenes de producción.
11. Incremento en ventas.
12. Mayor ocupación.

5.2 INDICADORES DE IMPACTO SOBRE LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD REGIONAL Y/O SECTORIAL

1. NUEVAS EXPRESIONES CULTURALES PRESENTES EN LA OFERTA CULTURAL
2. Número de nuevos compradores locales.
3. Nuevos clientes nacionales
4. Ingreso per cápita generado por evento comercial
5. Número de microempresas formalizadas
6. Número de artesanos y prestadores de servicios capacitados empresarialmente.
7. NÚMERO de beneficiarios capacitados en nuevas técnicas de producción, manejo de equipos, herramientas y procesos.
8. NÚMERO de artesanos que elaboran nuevos productos diseñados / total de productores del eslabón.
9. NÚMERO de acuerdos establecidos con agentes de apoyo institucional / n° de acuerdos preexistentes
10. NÚMERO DE puestos de trabajo existentes al finalizar/ Número de puestos de trabajo previos
11. Índice de Intermediación previa / índice de intermediación actual
12. NÚMERO de publicaciones finales / n° publicaciones existentes

6. PRESUPUESTO FUENTES DE FINANCIACIÓN Y CRONOGRAMA

6.1 PRESUPUESTO GLOBAL (Miles de Pesos)

RUBROS	FOMIPYME	CONTRAPARTIDA DE LA EMPRESA		OTRAS FUENTES			TOTAL
		Efectivo	Especie				
Personal científico y técnico							
Diseño de equipos de producción, productos y de procesos que incluyen innovación tecnológica							
Contratación de servicios tecnológicos							
Diseño y desarrollo de software							
Investigación y estudios de mercado							
Capacitación y actualización para los beneficiarios							
Acceso a nodos							

especializados y a redes telemáticas y adquisición de información para transferencia de tecnología							
Gastos de participación en ferias y eventos nacionales e internacionales							
Gastos de patentamiento o registro de propiedad industrial							
Gastos de normalización, certificación y similares							
Publicaciones relacionadas, en medio impreso o mediante tecnologías de la información							
Gastos indirectos * Ver Manual							
Otros (Especificar)							
Total							

6.2 FORMATOS DE PRESUPUESTO DETALLADO Y BASE DE CALCULO DEL PRESUPUESTO

6.2.1 Presupuesto Detallado

1. CÓDIGO RUBRO	2. CÓDIGO ACTIVIDAD	3. FUENTE DE FINANCIACIÓN				4. VALOR TOTAL
		3.1. FOMIPY ME	3.2. CONTRAP. EFECTIVO	3.3. CONTRAP. ESPECIE	3.4. OTRAS	

6.2.2 Base de Cálculo del Presupuesto

1. CÓDIGO RUBRO	2. CÓDIGO ACTIVIDAD	3. COMPONENTE	4. UNIDAD	5. CANTIDAD	6. VALOR UNITARIO	7. VALOR TOTAL

6.3 CRONOGRAMA (orientado al desarrollo de los productos intermedios y finales)

1. CÓDIGO ACTIVIDAD	2. NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	3. RESPONSABLE	4. FECHA PLANEADA DE INICIO	5. FECHA PLANEADA DE TERMINACIÓN

Los eslabones considerados para la elaboración de esta minicadena productiva son:
 1- Proveeduría de materias primas, insumos y productos artesanales. 2- Producción de artesanías. 3- Comercialización de productos artesanales.

El desarrollo del proceso se realizará con la participación de Artesanías de Colombia en la parte artesanal; SENA y Cámara de Comercio en la parte de capacitación socioempresarial, La Corporación Autónoma Regional y la UMATA en la parte ambiental y la Alcaldía de Guapi; de igual forma atenderán las sugerencias que pudieren haber de parte de La Dirección Nacional de Turismo.

En la marcha del proyecto se realizarán acuerdos interinstitucionales con otras entidades de acuerdo al requerimiento del mismo. El manejo ambiental, control de calidad y calidad total serán programas constantes en los tres eslabones de la

minicadena; de igual forma, durante el proceso de repoblamiento de un terreno de mostrativo en paja tetera y palma chocolatillo se irá Investigando el comportamiento de las plántulas durante su germinación, crecimiento y corte, con el fin de generar un documento escrito que a futuro facilite su cultivo.

NOTA: Para el éxito de este proyecto de cultivo se puede considerar la opción de contar con los recursos técnico-pedagógicos de los instructores del SENA y asesores de Artesanías de Colombia.