

Programa Nacional de Cadenas Productivas

**ESTRUCTURACION
DE LA CADENA PRODUCTIVA
DEL MIMBRE
DEPARTAMENTOS
DEL
TOLIMA Y CUNDINAMARCA**

2005



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a.

Antecedentes del Programa

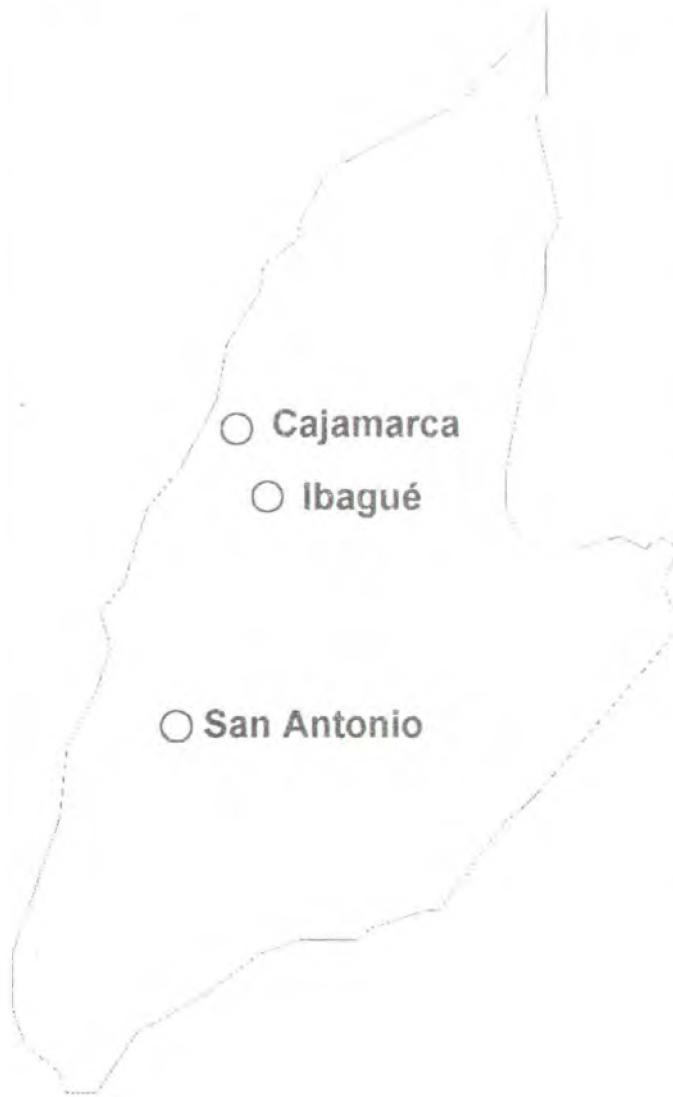
Mimbre en Tolima y Cundinamarca

El proceso se inicio con la financiación de una parcela de cultivo de mimbre en Ibagué a Coomambitol, una organización artesanal de carácter municipal y algunas acciones aisladas de diseño en Ibagué.

En Sylvania (Cundinamarca) se ha trabajado en los últimos 5 años en el desarrollo de nuevos diseños de muebles orientados a nichos más sofisticados y en el que ha pesar de los logros en cuanto a diseño de productos, ha sido muy débil e incipiente a la acción institucional.



Cobertura Geográfica



Cobertura Geográfica



Ministerio de Comercio, Industria y Turismo
artesanías de colombia.s.a.

PUNTO DE PARTIDA



Factores Críticos

- Manejo inadecuado del cultivo, transporte y almacenamiento.
- Falta de manejo sostenible.
- Desconocimiento en la determinación de precios costos y ventas.

Opciones

CONSTRUCCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN CON PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD

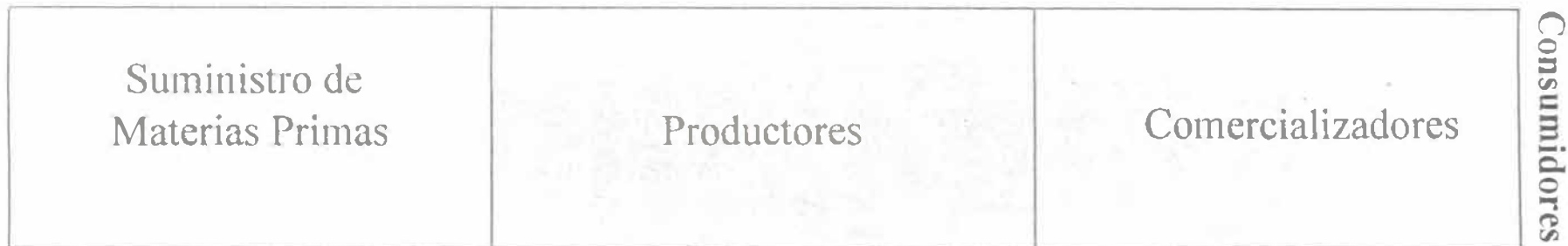
Suministro de Materias Primas	Productores	Comercializadores
-------------------------------	-------------	-------------------

Factores Críticos

- No se cuenta con herramientas y materiales suficientes para desarrollar el trabajo.
- Falta de organización en el manejo adecuado de la producción.
- No existe una visión prospectiva y empresarial del producto.
- Falta de capital de trabajo, crédito y comercial.
- Bajo desarrollo en innovación de productos.

Opciones

CONSTRUCCIÓN DEL PLAN
DE ACCIÓN CON
PARTICIPACIÓN DE LA
COMUNIDAD

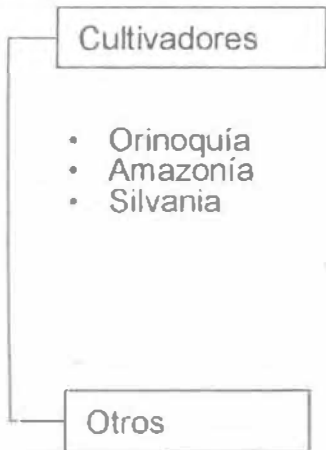
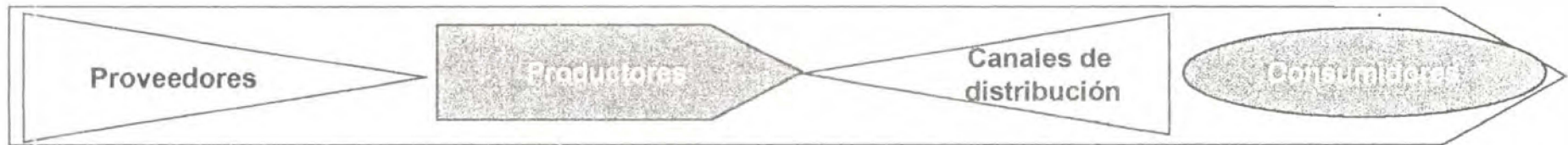


Factores Críticos

- Falta de organización en el manejo adecuado de la comercialización.
- Desconocimiento en la determinación de precios costos y ventas.
- Desconocimiento de mercados potenciales.
- Baja capacidad de gestión comercial.

Opciones

**CONSTRUCCIÓN DEL PLAN
DE ACCIÓN CON
PARTICIPACIÓN DE LA
COMUNIDAD**



- Cultivadores
- Personas en núcleos productivos artesanales.
- Talleres productores de muebles en Silvania e Ibaguè.
- Organizaciones legalmente constituidas.
- Familias productoras.



Resumen de Proyecto

- El proyecto se orienta a estructurar y fortalecer los diferentes eslabones de la cadena productiva.
- Las estrategias de asociatividad integrará a los diferentes actores productivos, agentes de apoyo institucional de carácter privado y gubernamental y agentes interventores.
- Los procesos de integración conllevan al empoderamiento de los actores, a través de proyectos para el mejoramiento de la productividad, la competitividad y desarrollo del sector productivo.



¿Qué Busca el Proyecto?

- Penetrar, permanecer y competir con diseños innovadores en mercados especializados.
- Construir concertadamente propuestas integrales para fortalecer el suministro de materias primas.
- Implementar estrategias para cualificar el producto artesanal, a partir de asesorías en diseño para el desarrollo de productos, que permitan altos niveles de calidad y competitividad del producto artesanal.
- Acompañar a las unidades productivas en procesos asociativos, con el fin de fortalecer y posicionar la gestión artesanal y permita articular proyectos y programas, con estrategias y planes de desarrollo gubernamentales.



¿Qué Busca el Proyecto?

- Orientar y motivar a los actores productivos en la formulación y puesta en marcha de planes y estrategias para la producción, promoción y comercialización del producto artesanal, del mimbre.
- Fortalecer a los actores productivos en aspectos de imagen corporativa (etiquetas, empaques).
- Promover alternativas de producción que mejoren la calidad y recupere diseños tradicionales.
- Cualificar para la gestión empresarial, comercial.



Actividades del Proyecto a Desarrollar por Eslabón

Eslabón suministro de materias primas	Eslabón de la producción	Eslabón de la comercialización
<ul style="list-style-type: none">• Investigación y aplicación tecnológica en materias primas.• Capacitación y asistencia técnica para el uso de materias primas.• Plan para el suministro de materias primas.• Establecer centros de acopio de insumos y materias primas.	<ul style="list-style-type: none">• Organización empresarial para la producción y la comercialización.• Capacitación empresarial• Capacitación técnica en el oficio.• Asesorías en diseño.• Consolidación de redes de artesanos.	<ul style="list-style-type: none">• Capacitación comercial.• Estudio de la demanda.• Eventos promocionales y fériales.• Comercialización nacional e internacional.• Sello de calidad hecho a mano para la artesanía.



¿Qué se Espera al Fin del Proyecto?

- Plan para el suministro de la materia prima, precio y calidad.
- Apertura y posicionamiento en nuevos mercados.
- Que se haya aumentado de la capacidad de gestión empresarial y comercial.
- Que se hayan desarrollado nuevas líneas de productos.
- Aumento en los ingresos de los asociados.
- Mayores volúmenes de productos.
- Que los artesanos y las empresas se comprometan mediante un acuerdo a fortalecer el Plan de Acción.
- Que puedan contar con centros de distribución de materia prima y centros de acopio.



Productos y Metas

PRODUCTOS INTERMEDIOS	PRODUCTOS FINALES	METAS VERIFICABLES
1. Constituida mesa de concertación del sector.	1. Plan de trabajo de la mesa de concertación.	1. En ejecución un plan de desarrollo para la mesa de concertación empresarial.
2. Identificados los diferentes nodos de la cadena.	2. Documento de negociación por eslabón.	2. Establecido al menos un acuerdo productivo.
3. Evaluación de los microempresarios.	3. Plan de Desarrollo estratégico de las organizaciones.	3. Legalizadas el 70 % de las unidades productivas en actuación.
4. Valoración técnica de las microempresas.	4. Desarrollo de nuevos productos.	4. Gestionado y en ejecución al menos el 40% de los planes de desarrollo organizativos.
5. Socialización de propuesta de cadena productiva.		5. Formulados y en proceso de gestión al menos un proyecto por cada organización participante.
6. Planes de mercadeo y comercialización.		6. Elaborados y en ejecución al menos el 70% de los planes de mercadeo de las empresas.