

Programa Nacional de Cadenas Productivas

**ESTRUCTURACION DE LA CADENA
PRODUCTIVA DE LA GUADUA
EN EL EJE CAFETERO**

2005



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

Guadua Quindío

Artesanías de Colombia S.A. ha sido pionera en el trabajo del bambú – guadua en el país y con especial énfasis en el Quindío. En la década de los 80 se realizaron convenios de cooperación con la República Popular China, con el objetivo de desarrollar actividades de capacitación en silvicultura, aprovechamiento y transformación de la Guadua y el bambú, capacitación en diseño y elaboración de objetos de cestería y muebles.

A través del Convenio Guadua – Bambú, suscrito en Artesanías de Colombia, la Corporación Autónoma Regional del Quindío, la Gobernación del Quindío, el SENA y las Alcaldías Municipales de Calarcá, Córdoba, Buenavista, Filandia, Quimbaya y la Tebaida, se desarrollaron programas de fomento del cultivo y capacitación de artesanos, estableciendo en diversos municipios las aldeas del Arte Sano como espacios de exposición y venta de productos artesanales.





Cobertura Geográfica



PUNTO DE PARTIDA



Factores Críticos

- Falta asistencia técnica.
- Debilidades técnicas en el cultivo.
- Deficiencias técnicas en los procesos de extracción de la materia prima.
- Deficiente desarrollo tecnológico en los procesos de inmunización y secado (empíricos).
- El deterioro de la calidad de la materia prima, afecta el producto final.
- Debilidades asociativas y empresariales.
- Inadecuados canales de distribución.

Opciones

CONSTRUCCIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN CON PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD

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

Factores Críticos

Opciones

- Debilidades tecnológicas en herramientas y equipos.
- Bajo desarrollo tecnológico en las unidades productivas.
- Baja productividad y capacidad de oferta.
- Espacios físicos inadecuados.
- Pérdida de estándares de calidad.
- Resistencia al cambio para el desarrollo de nuevos productos.

CONSTRUCCIÓN DEL PLAN
DE ACCIÓN CON
PARTICIPACIÓN DE LA
COMUNIDAD

Consumidores

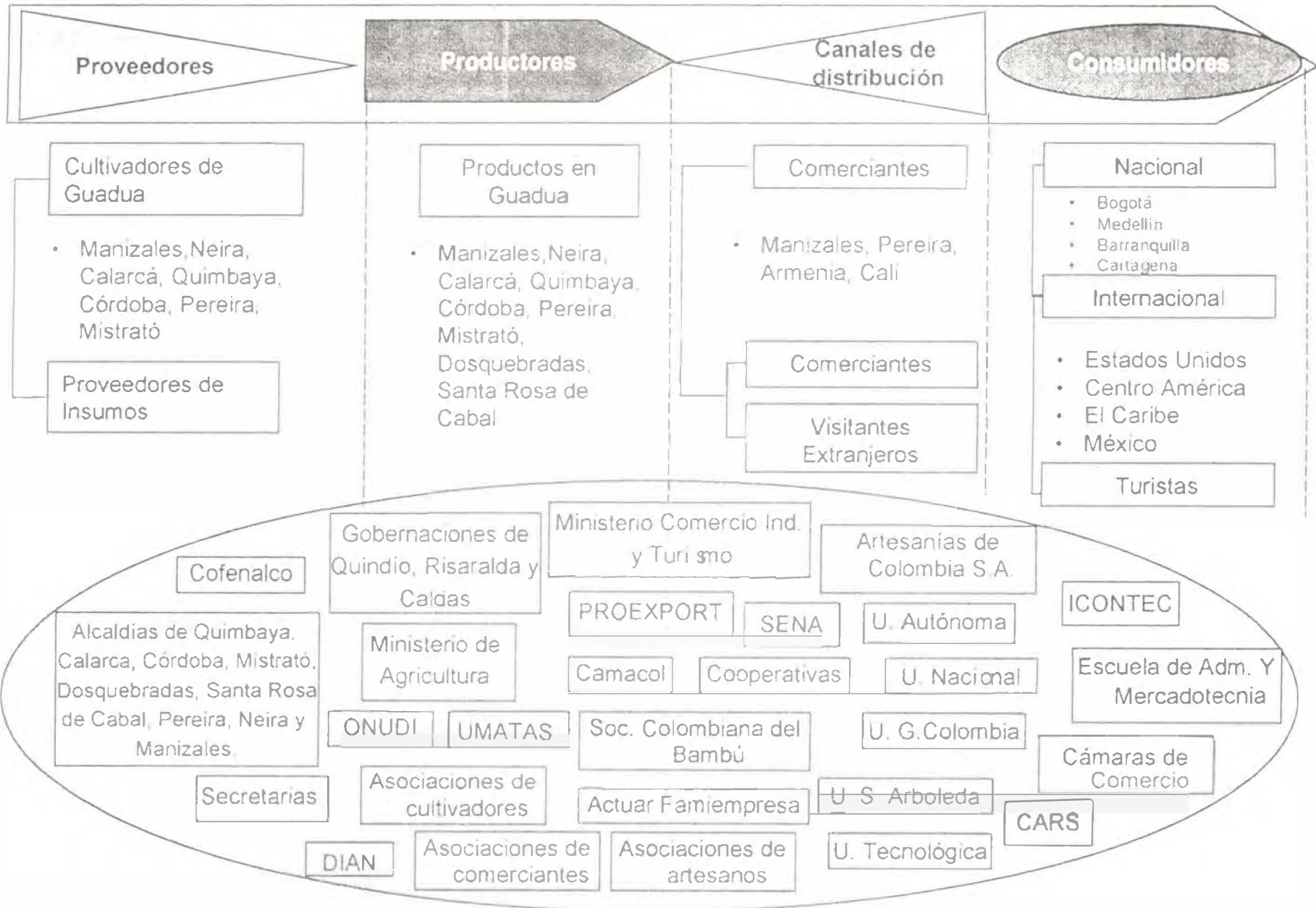


Factores Críticos

Opciones

- Inadecuados canales de comercialización.
- Falta de desarrollo de imagen corporativa (empaques, etiquetas, portafolios).
- Desarticulación de los eslabones de la cadena productiva.
- Debilidades en la comercialización de los productos en el ámbito regional, nacional e internacional.
- Desorganización y falta de gestión empresarial.

CONSTRUCCIÓN DEL PLAN
DE ACCIÓN CON
PARTICIPACIÓN DE LA
COMUNIDAD



Población a Atender

- Cultivadores de guadua
- Artesanos organizados e independientes, de los municipios beneficiarios.
- Beneficiadores de la materia prima
- Personas en núcleos productivos artesanales.
- Organizaciones legalmente constituidas.



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 que permita articular proyectos 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.
- Fortalecer la 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 feriales.• 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 con precio y calidad.
- Apertura y posicionamiento en nuevos mercados.
- Que se aumente 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	METAS VERIFICABLES	PRODUCTOS FINALES
1. Identificación de agentes vinculados a cada eslabón	1. Un inventario de organizaciones artesanales formales vinculadas a la cadena: cooperativas, precooperativas, asociaciones, E.: A.T. etc	1. Empresas asociativas formalizadas y cohesionadas
2. inventario de organizaciones existentes	2. Seis (6) grupos sensibilizados y formalizados asociativamente	2. Redes establecidas de productores, proveedores, comercializadores
3. grupos sensibilizados hacia la asociatividad	3. Seis (6) líderes organizativos identificados en los distintos eslabones	3. Empresas asociativas con planes de producción formulados
4. Selección de las formas asociativas por parte de los grupos	4. Incremento del 10% de organizaciones legalmente formalizadas sobre grupos informales	4. Posicionamiento del producto diseñado
5. Identificación de líderes y grupos cohesionados	5. Dos (2) propuestas de mejoramiento tecnológico	5. Microempresas produciendo las nuevas líneas de productos diseñados



Productos y Metas

PRODUCTOS INTERMEDIOS	METAS VERIFICABLES	PRODUCTOS FINALES
6.Resultado de evaluación del estado de la asociatividad (legal, social, estatutario, productivo, directivo, etc)	6. Talleres de capacitación y/o cursos seminarios. Costos, Producción, Ventas, Administración y Liderazgo.	6.Planes comerciales de corto y mediano plazo, regionales y nacionales, por nichos de mercado
7.Equipos mejorados	7. Asesorías en diseño por localidad y oficio.	7.Negocios directos de comercializadoras de las cadenas
8.Modelos o prototipos de nuevos equipos y herramientas probados	8. Asesorías en aplicación de tecnologías apropiadas. Asesoría por cadena productiva.	8. Empresas asociativas con folletos promocionales
9.Planos, técnicos y fichas técnicas de equipos, herramientas y plantas innovados o mejorados	9. Seminario para diseñadores sobre desarrollo de producto. Un (1) seminario	
10.Caracterización del sector de la guadua	10. Seminarios de diseño por cadena productiva. (Réplicas)	



Productos y Metas

PRODUCTOS INTERMEDIOS	METAS VERIFICABLES
11.Mapas funcionales del trabajo con guadua	11.Dos (2) microempresas elaborando nuevos productos diseñados
12.Unidades de competencia laboral en el trabajo con guadua	12.Vincualción de la cadena productiva a dos ferias regionales, una nacional
13.Referentes técnicos para el oficio de la guadua	13.Un (1) catálogo
14.Mercados identificados con nichos específicos y conocimiento de la demanda	14.Un (1) folleto promocional de la minicadena
15.Tendencias del mercado definidas	



Productos y Metas

PRODUCTOS INTERMEDIOS
16. Conocimiento de la situación de la competencia en producto y estrategias
17. Confrontación oferta artesanal – demanda potencial
18. Líneas de productos o colecciones desarrolladas con las respectivas fichas técnicas y prototipos
19. Definición de costos de los nuevos productos acordes con la demanda
20. Disponibilidad de planos y fichas técnicas de empaques y embalajes
21. Establecimiento de negocios comerciales directos
22. Microempresas de la cadena participando en ferias locales, regionales y nacionales
23. Lanzamiento de productos de diseño al mercado

