



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

JUNTA DIRECTIVA

ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A.

Informe de Gestión 2006

Plan de Acción a 2010

Plan de Acción 2007

Bogotá D.C., 20 de febrero de 2007



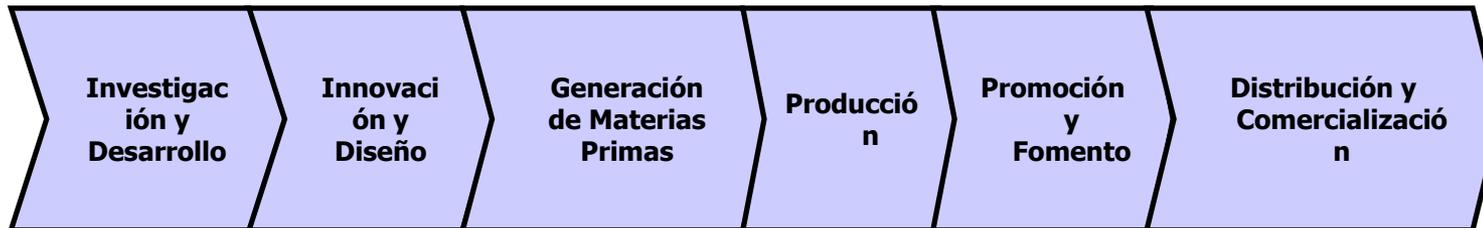
ANTECEDENTES

ARTESANÍAS DE COLOMBIA

Es la entidad de Promoción y Fomento del sector artesanal colombiano.

Misión: Promover el desarrollo del sector, impactando la siguiente cadena de valor por medio de sus líneas estratégicas de acción:

Cadena de Valor del sector artesanal



Medición de la gestión de ADC

Por sus resultados sociales.



¿CÓMO ESTÁ ARTESANÍAS DE COLOMBIA HOY Y CÓMO LA VEMOS EN EL FUTURO?



1

Artesanías de Colombia 2006

2

Artesanías de Colombia a 2010

3

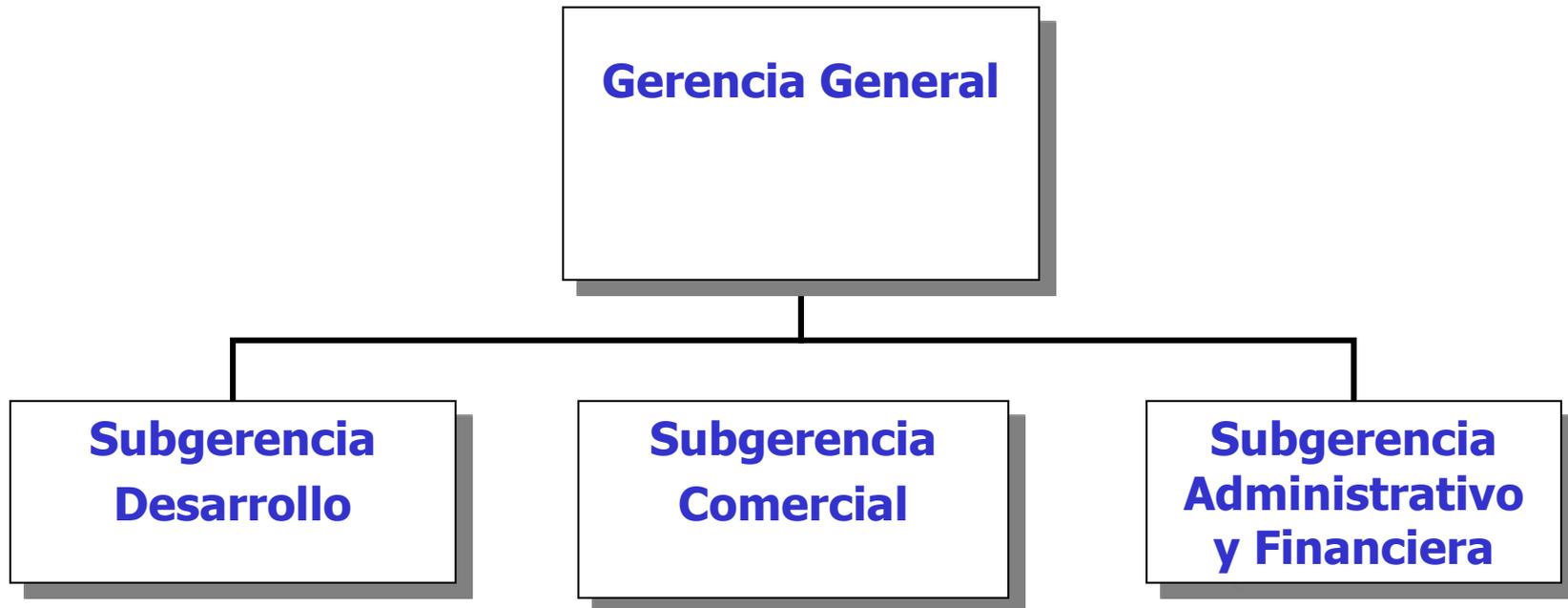
Artesanías de Colombia 2007



Informe de Gestión 2006



ADC EJECUTÓ EL PLAN DE ACCIÓN DEL AÑO 2006 A TRAVÉS DE SUS TRES ÁREAS:



Planta Aprobada: 77 Personas



ARTESANÍAS DE COLOMBIA EN EL 2006



1.1

Proyectos de Desarrollo

1.2

Comercialización

1.3

Cooperación Internacional



PROYECTOS EJECUTADOS POR ADC

Se orientaron hacia el fortalecimiento de las comunidades de artesanos, mediante procesos de formación, capacitación, asistencia técnica y apoyo a la comercialización para cualificar el desempeño en los oficios y lograr mayor productividad y competitividad en el mercado.

Se desarrollaron los siguientes contenidos:

- Pruebas técnicas sobre arcillas
- Diagnóstico sobre proceso productivo de tejeduría en lana
- Asistencia técnica en Diseño, desarrollo de producto e imagen gráfica
- Innovación y transferencia tecnológica para el mejoramiento de procesos productivos
- Capacitación para la cualificación de técnicas artesanales y de manualidades, gestión empresarial, desarrollo humano
- Manipulación de alimentos
- Organización
- Estrategias para la comercialización



INVERSIÓN EN COMUNIDADES DE ARTESANOS

INVERSIÓN	2004	2005	2006	Variación 05 / 06
N° total de Convenios	17	24	31	29,1%
• Ejecutados en su totalidad	10	17	17	0%
• Iniciaron ejecución	6	2	6	200%
• Suscritos para ejecución siguiente vigencia	1	5	8	60%
Inversión total en Proyectos \$ miles	1.658.737	1.782´734	3.301´709	85.2%
• Cofinanciación otras Entidades \$ miles	1.387´125	1.140´734	1.841´826*	61%
• Aporte de Artesanías de Colombia S.A. P.G.N. \$ miles.	271.612	642´000	1.459´883**	127%
Inversión presupuestada \$ miles	2.773´194	1.687.000	4.153.300	146%
% de cumplimiento	60%	105%	80%	

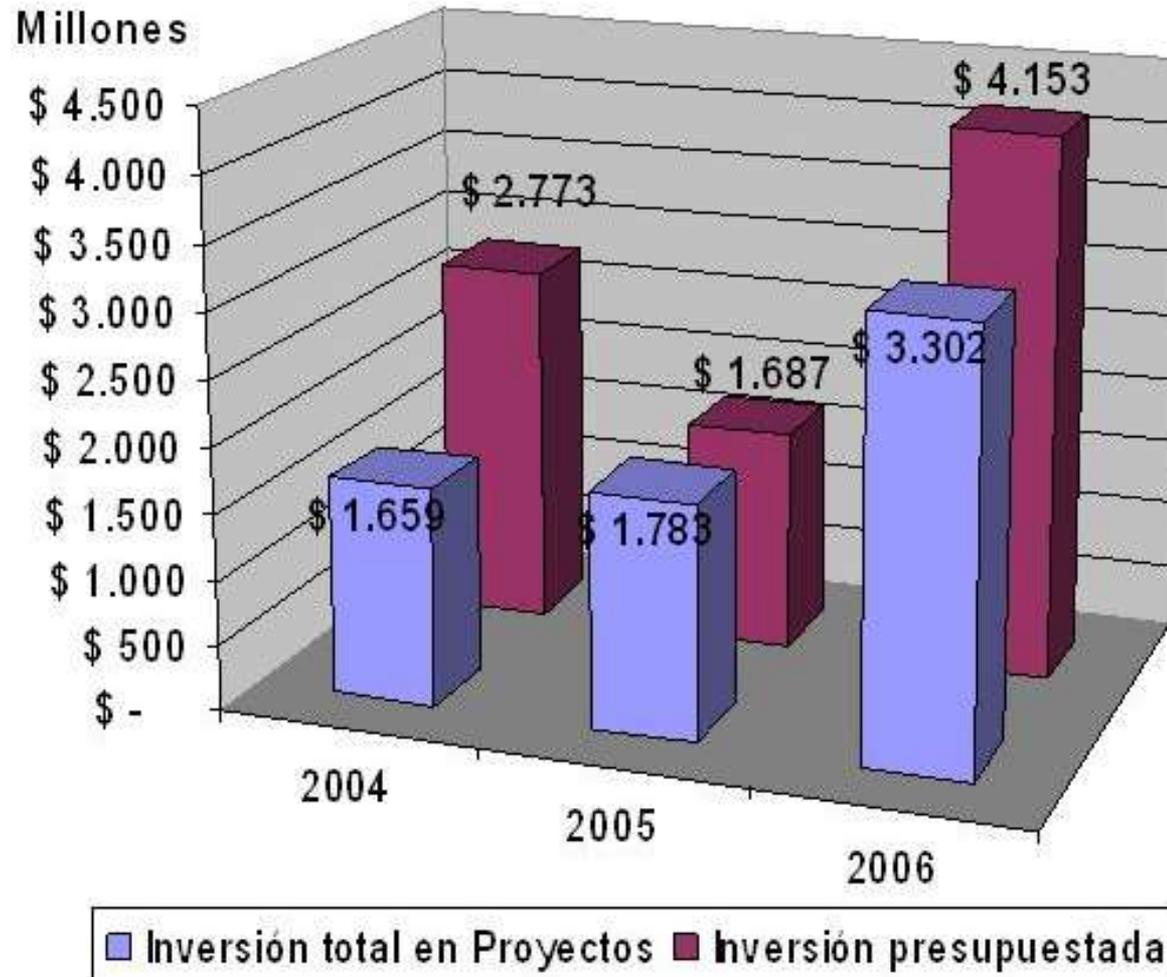
*El proyecto SENA ejecutó en 2006 \$1.114´235

**El proyecto de Joyería ejecutó en 2006 \$1.148.080



INVERSIÓN EN COMUNIDADES DE ARTESANOS

Comparativo Inversión Vs. Presupuesto 2004 - 2006



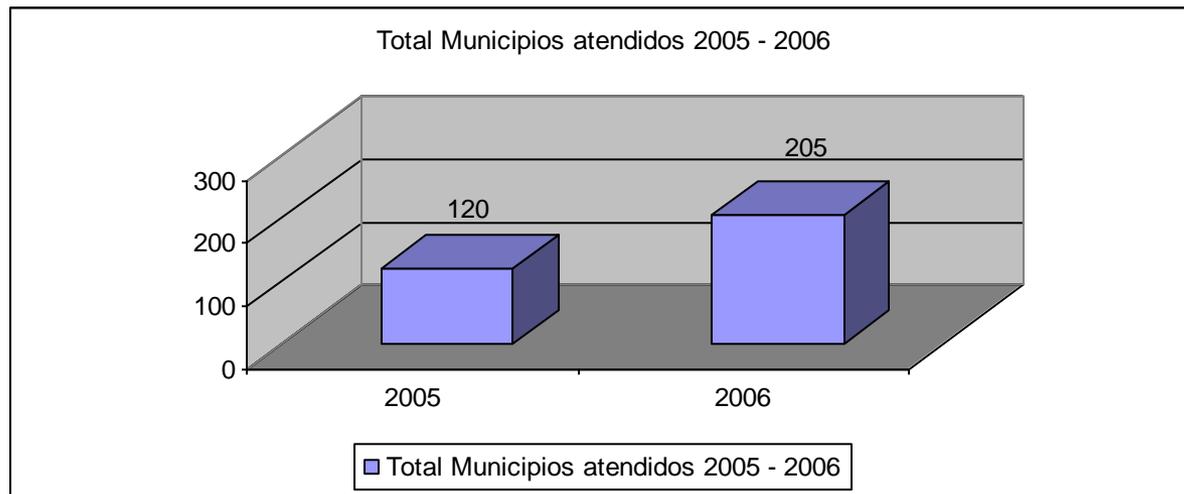
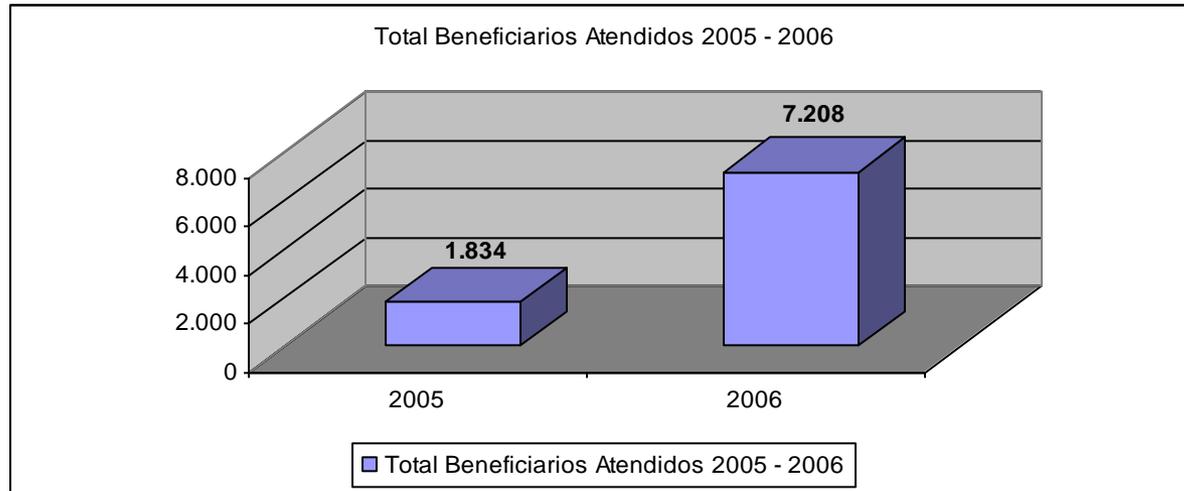
COBERTURA GEOGRÁFICA Y NÚMERO DE BENEFICIADOS CON LOS PROYECTOS

COBERTURA NÚMERO DE ARTESANOS	2005	2006	VARIACIÓN
Mujeres	1.270	5.864	361,7%
Hombres	564	1.344	138,2%
Total	1.834	7.208	293%
Municipios atendidos	120	<u>205</u>	71%

Los **programas** Sena y Joyería tuvieron una cobertura Nacional



COBERTURA GEOGRÁFICA Y NÚMERO DE BENEFICIARIOS CON LOS PROYECTOS



ÁREA DE INTERVENCIÓN: FORTALECIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL

PLAN ACCIÓN 2006	% DE LOGROS Y CUMPLIMIENTO
<p>Desarrollar 5 nuevos referenciales o Normas Técnicas de Calidad para el sector artesanal, en los oficios de cuero, madera, metalistería. Otorgar 50 nuevos "Certificados de Hecho a Mano con Calidad"</p>	<p>120% Se desarrollaron referenciales para los oficios de cuero, metalistería (Nacional y Bogotá), talla en madera y crochet. 70% Se otorgaron 35 nuevos Certificados.</p>
<p>Consolidar las organizaciones de base conformadas a la fecha. Se atenderán 1000 beneficiarios con los proyectos financiados con recursos del PGN y convenios con Corpoamazonía y Casanare.</p>	<p>97% Se atendieron 967 artesanos, la mayoría 88% indígenas en oficios de tejidos, cestería, talla en madera y bisutería.</p>
<p>Estructurar 4 nuevas cadenas productivas y consolidar las 11 conformadas. Gestionar recursos de cofinanciación para una segunda fase de trabajo con las Cadenas Productivas</p>	<p>70% Se realizó seguimiento a las 11 cadenas conformadas y se inició trabajo con Joyería Nariño, Lana en Cauca-Nariño, Iraca en Caldas, Esparto Boyacá. No se logró conseguir recursos en Fomipyme, para la segunda fase.</p>



ÁREA DE INTERVENCIÓN: FORTALECIMIENTO DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL

PLAN ACCIÓN 2006	% DE LOGROS Y CUMPLIMIENTO
<p>Lanzar el nuevo portal del SIART, con tres sub-páginas: Institucional, Diseño y Comercialización, lo que permitirá un mejor uso del sistema y mejor servicio a los artesanos.</p>	<p>100% En el mes de agosto se hizo el lanzamiento del nuevo portal, que contiene las tres páginas. Se cuenta con 5.676 usuarios. Se atendieron 435 asesorías puntuales</p>
<p>Fortalecer el trabajo con Entidades locales y departamentales que se han vinculado a los proyectos de la Empresa con soporte técnico y seguimiento a los compromisos establecidos en los Acuerdos de Competitividad.</p>	<p>100% Se trabajó con el Departamento Administrativo de Acción Comunal Distrital, los Fondos de Desarrollo Local de Engativá, Suba, Puente Aranda, Junta de ferias de Tulúa, Cámara de Comercio de Bucaramanga, Petrobras, Gobernación del Valle, Corpoamazonía, Fundación Natura, Gobernación del Casanare, SENA, Gobernación de Caldas, Gobernación de Risaralda, Cámara de Comercio de Armenia y Pasto. Organización de Estados Iberoamericano, Corporación para las Microempresas (20 entidades)</p>



ÁREA DE INTERVENCIÓN: DISEÑO, INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS

PLAN ACCIÓN 2006	% DE LOGROS Y CUMPLIMIENTO
<p>Se desarrollarán 1500 nuevos productos y se medirá cuántos de éstos ingresan al mercado.</p> <p>Se proyecta beneficiar a 6.517 artesanos.</p>	<p>125% 1886 productos Se desarrollaron 1030 nuevos productos (Bogotá) en los proyectos de desarrollo, 1239 nuevos productos (Armenia) y 336 (Pasto).</p> <p>110% Se beneficiaron 7208 artesanos</p>
<p>Se realizarán asesorías en diseño en 202 municipios.</p>	<p>101% Se atendieron a 205 localidades y Municipios.</p>
<p>Se lanzará la nueva colección de Casa Colombiana 2007.</p> <p>Se presentará la Pasarela Identidad Colombia en Julio en Colombiamoda y en octubre en Milán, proyecto financiado por Movistar.</p>	<p>67% Se hizo el lanzamiento de la Casa Colombiana en el mes de diciembre. Se presentó la Pasarela Identidad Colombia en Medellín. No se asistió a Milán (-33%).</p>



ÁREA DE INTERVENCIÓN: DISEÑO, INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS

PLAN ACCIÓN 2006	% DE LOGROS Y CUMPLIMIENTO
<p>Realizar un diplomado en Joyería concertado el año anterior con la Escuela de Diseño. Convocar a todas las escuelas de diseño de nivel universitario y tecnológico para presentar el trabajo de Artesanías de Colombia y hacer alianzas para trabajar por oficios</p>	<p>0% Se había concertado con la Universidad de los Andes, no se logró la acreditación. Otro era con la escuela de Vicenza Italia, se llegó hasta elaborar propuesta.</p>
<p>En el 2006 se realizará la V versión del Concurso Internacional y la XI versión del Concurso Nacional de Diseño para la Artesanía Colombiana, con el tema de Moda y Accesorios.</p>	<p>100% Participaron 871 diseñadores de Colombia, Argentina, Perú, Uruguay, Bolivia, Ecuador, Venezuela, Brasil, México, España, Albania, Chipre, Italia y Estados Unidos. Comunidades artesanas vinculadas fueron: Wuayuú (Guajira), Timbio (Cauca), Tuchin (Córdoba), Belén de Umbría (Risaralda), Pasto (Nariño), Inírida (Guinía), Bogotá y Calí. Los premios quedaron en manos de diseñadoras de la universidad de los Andes, Tadeo Lozano y Barcelona (España).</p>



ÁREA DE INTERVENCIÓN: COMERCIALIZACIÓN

PLAN ACCIÓN 2006	% DE LOGROS Y CUMPLIMIENTO
Invitar a los comercializadores y artesanos a incluir la información de sus empresas en nuestro portal.	100% En el espacio de Galería del portal se incluyó la información de 35 talleres.
En el 2006 se construirán dos obras: La rotonda de comidas y la bodega.	100% Rotonda 5% Construcción del Acceso norte (Bodega).
Las ferias programadas para el 2006 son: Eje cafetero, Artes Manuales, Manofacto y Sur Occidente Colombiano.	75% Se realizaron las ferias del Eje Cafetero, Artes Manuales y Manofacto. No se realizó la del Sur Occidente
Se proyectan ventas por \$12.500 millones, en los eventos organizados por la Empresa.	93% En los Eventos realizados por la Empresa se alcanzaron ventas por \$11.585 millones.



ARTESANÍAS DE COLOMBIA EN EL 2006

1.1

Proyectos de Desarrollo

1.2

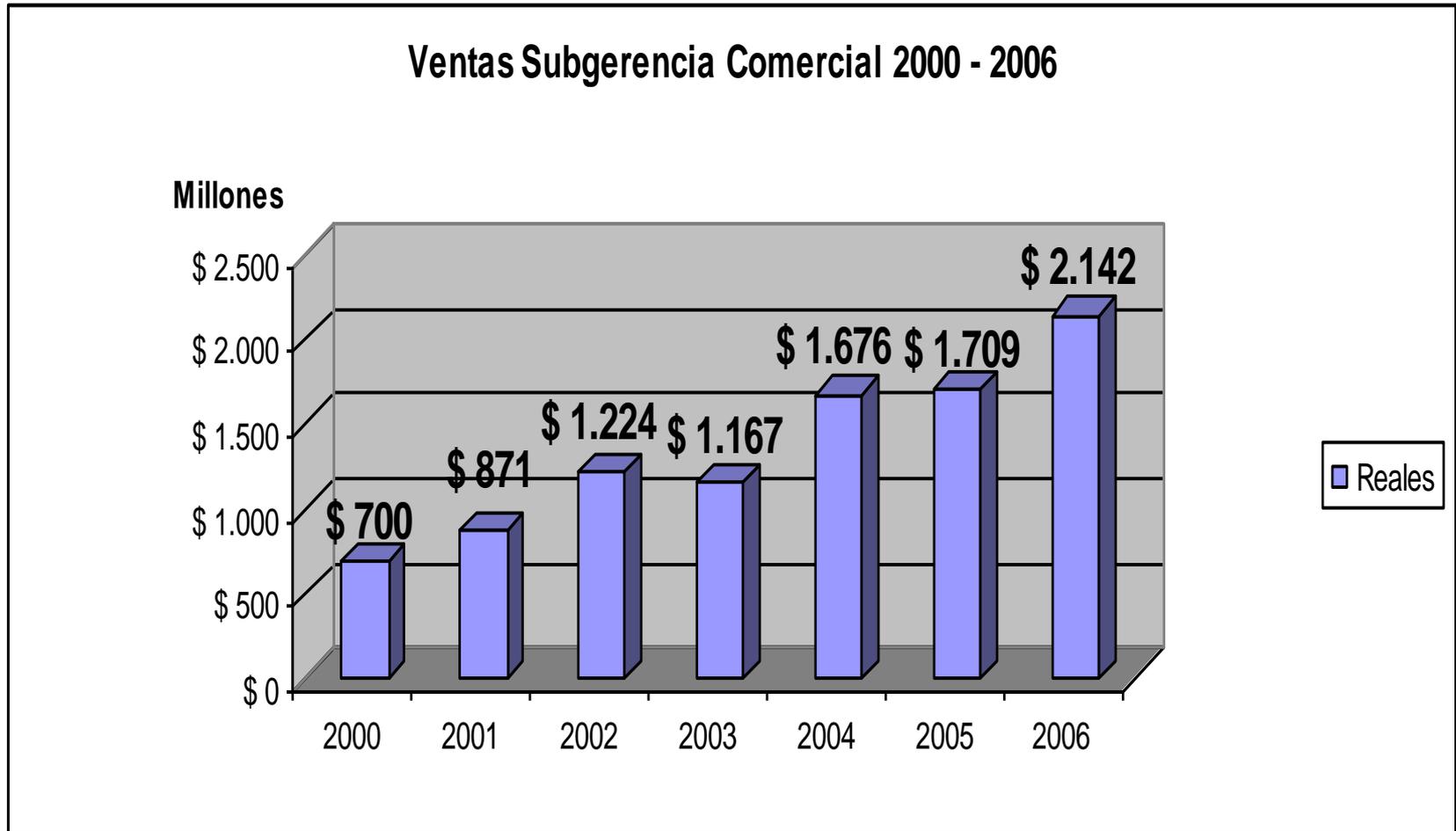
Comercialización

1.3

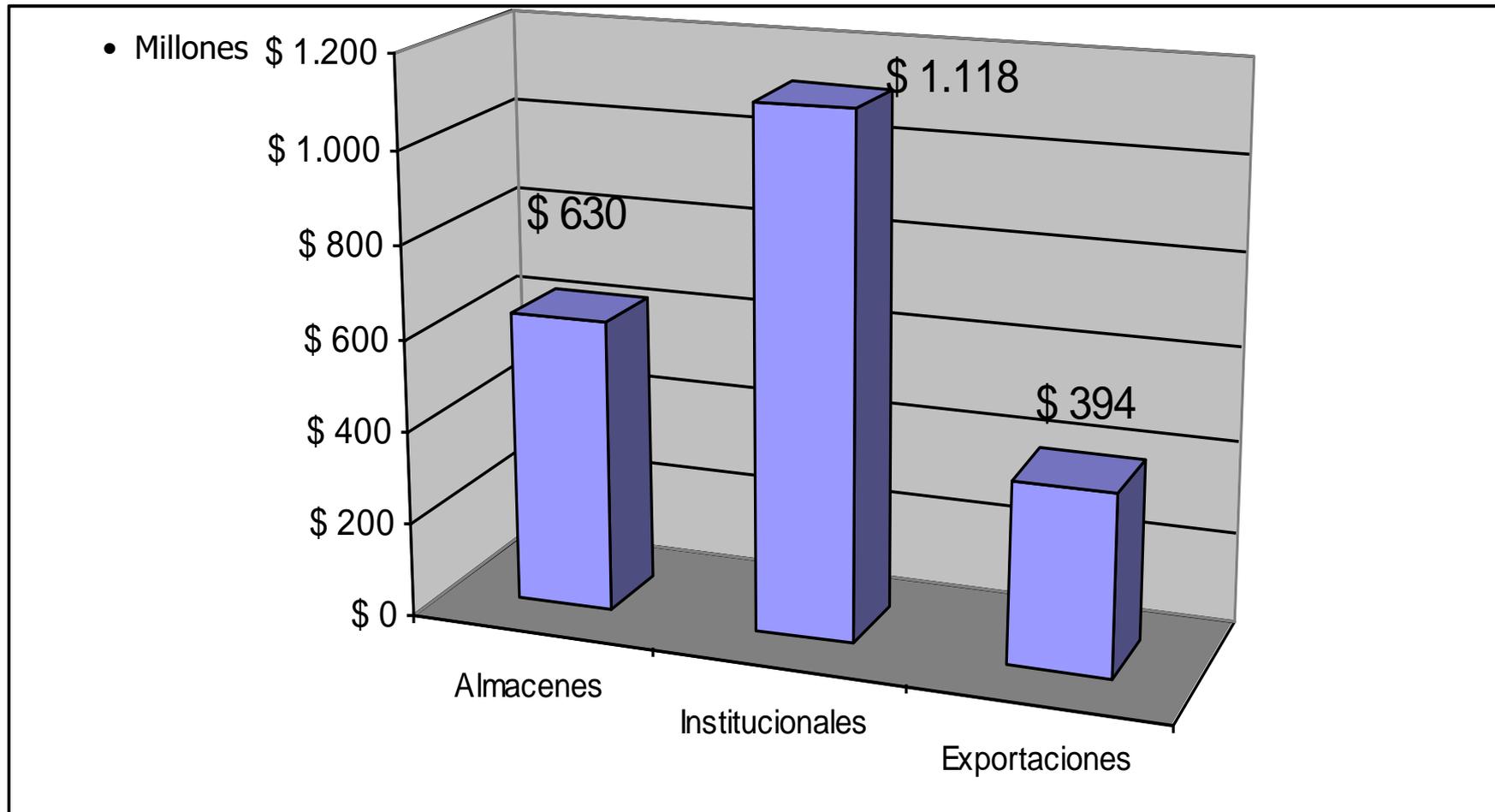
Cooperación Internacional



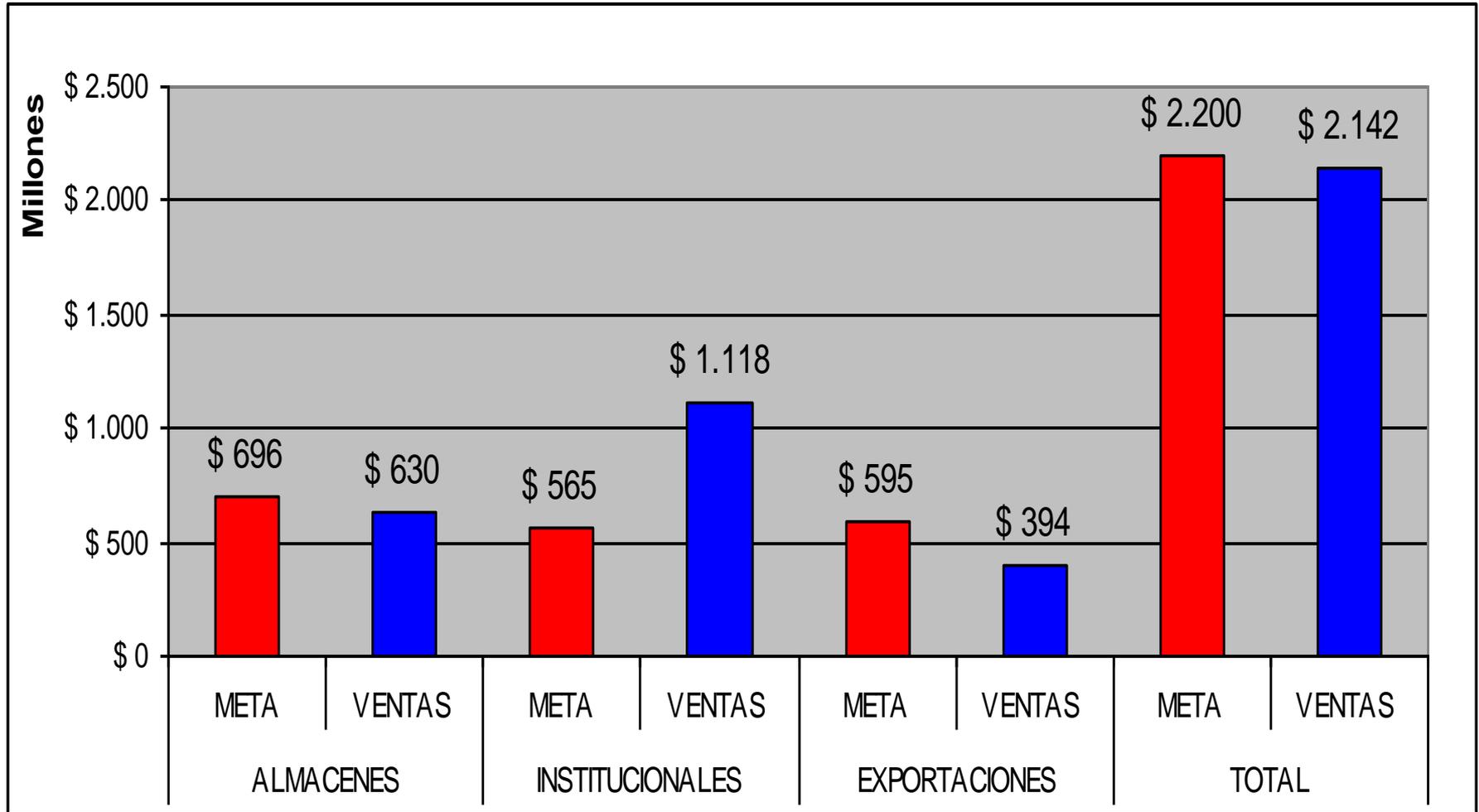
COMERCIAL: COMPARATIVO HISTÓRICO DE VENTAS 2000 - 2006



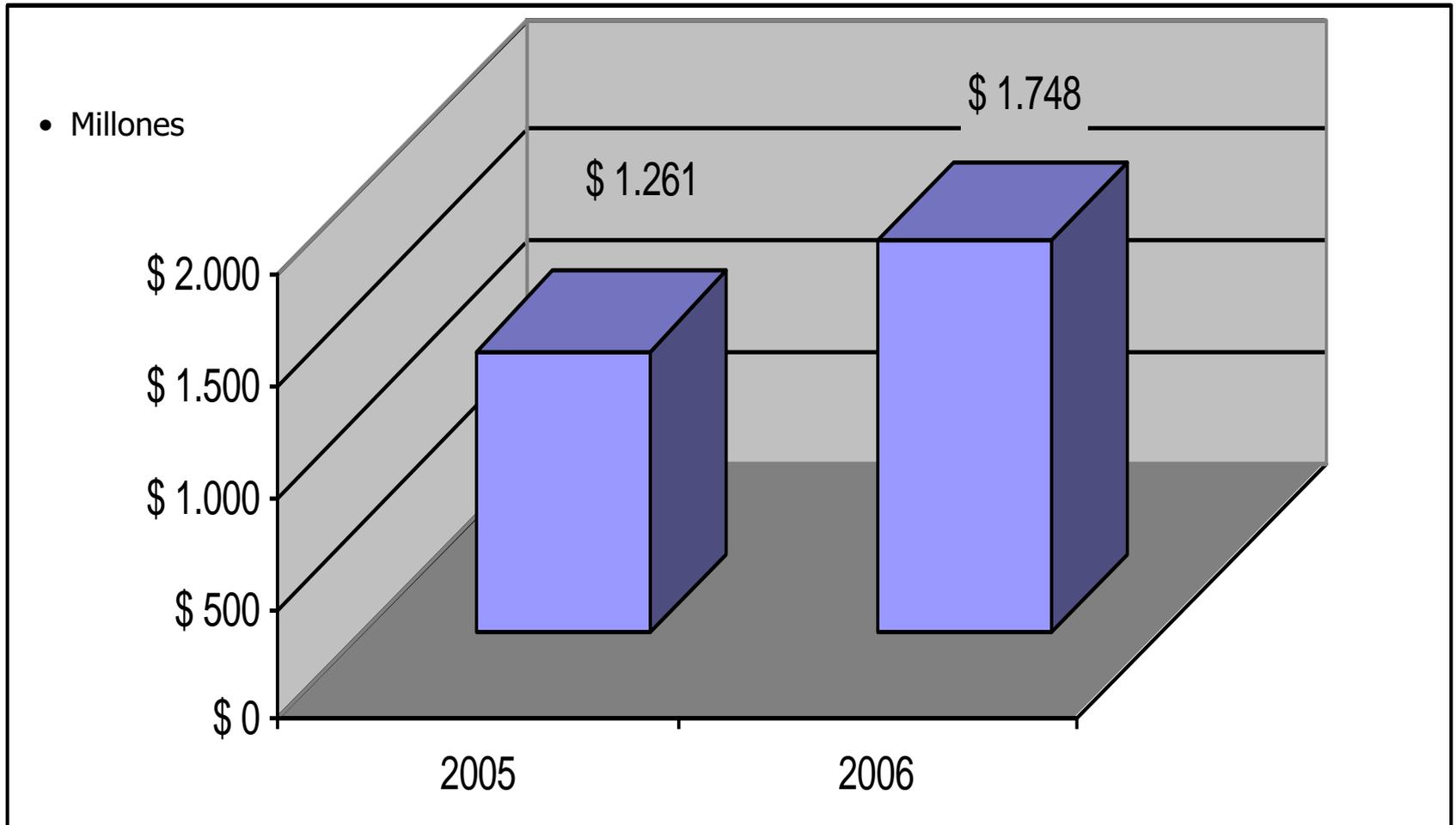
DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS DE ARTESANÍAS DE COLOMBIA 2006



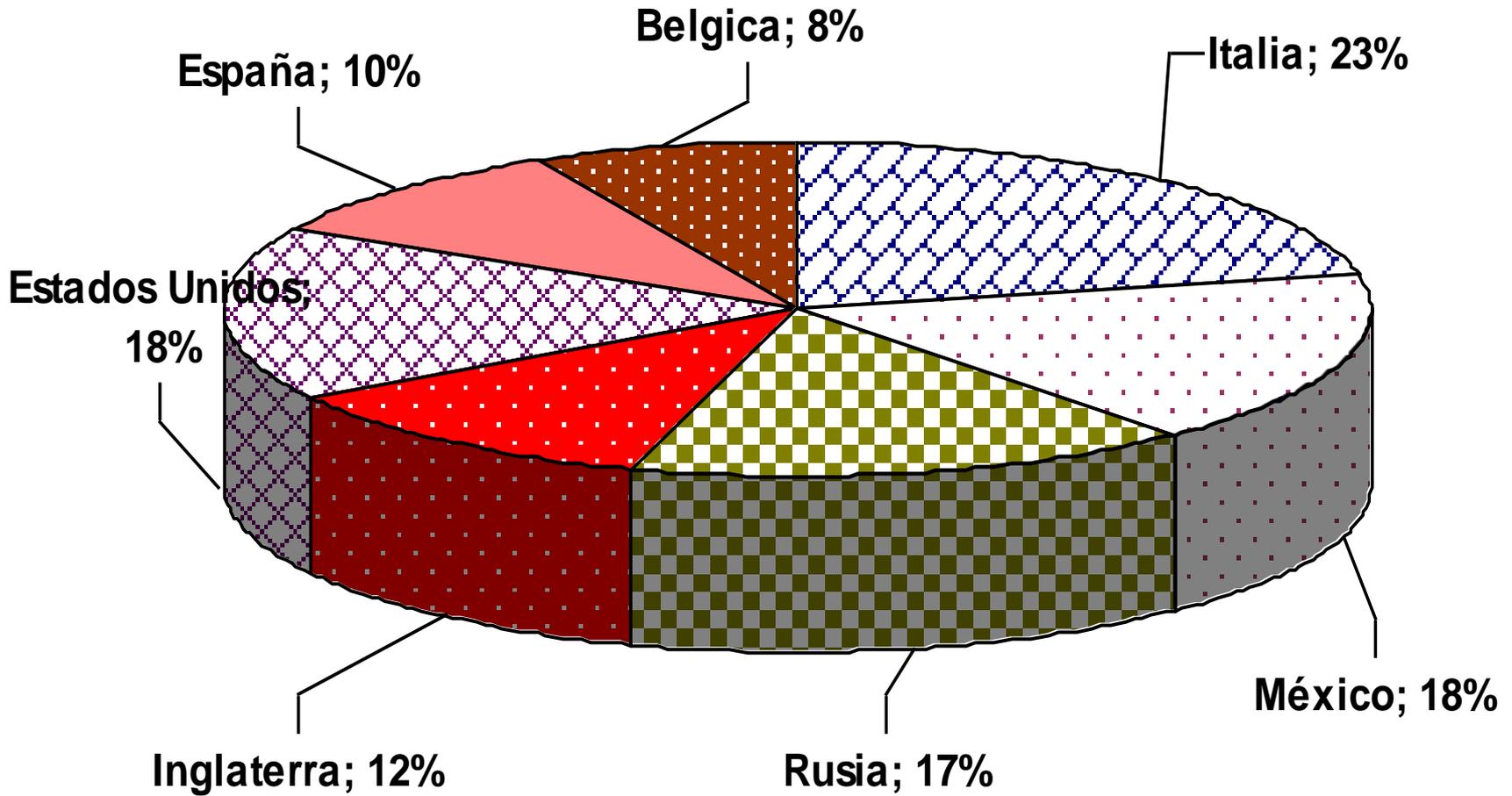
VENTAS Y METAS POR CANALES DE LA SUBGERENCIA COMERCIAL



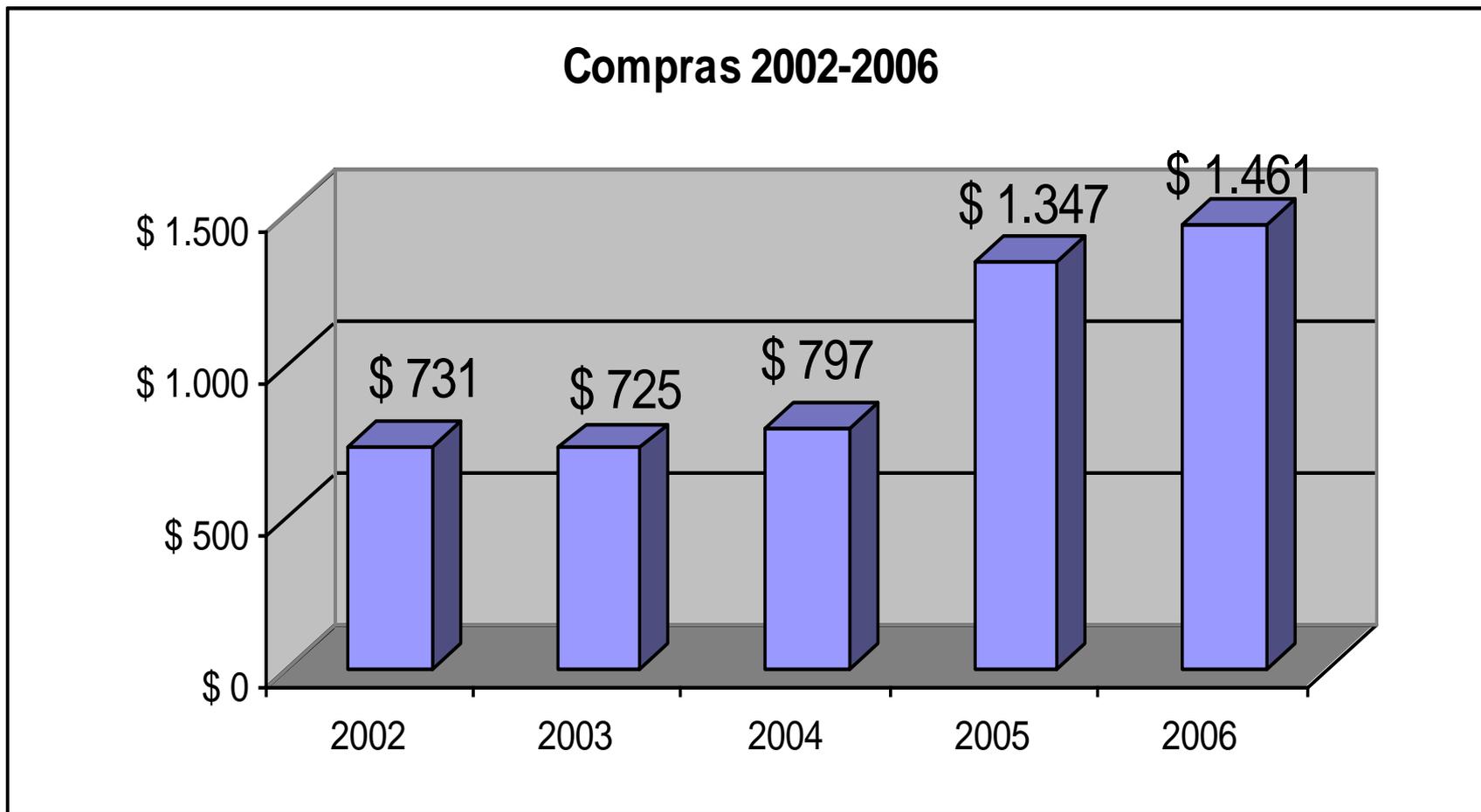
VENTAS NACIONALES



VENTAS INTERNACIONALES



COMERCIAL: COMPARATIVO HISTÓRICO DE COMPRAS 2000 - 2006



DISTRIBUCIÓN DE COMPRAS POR REGIÓN 2005-2006

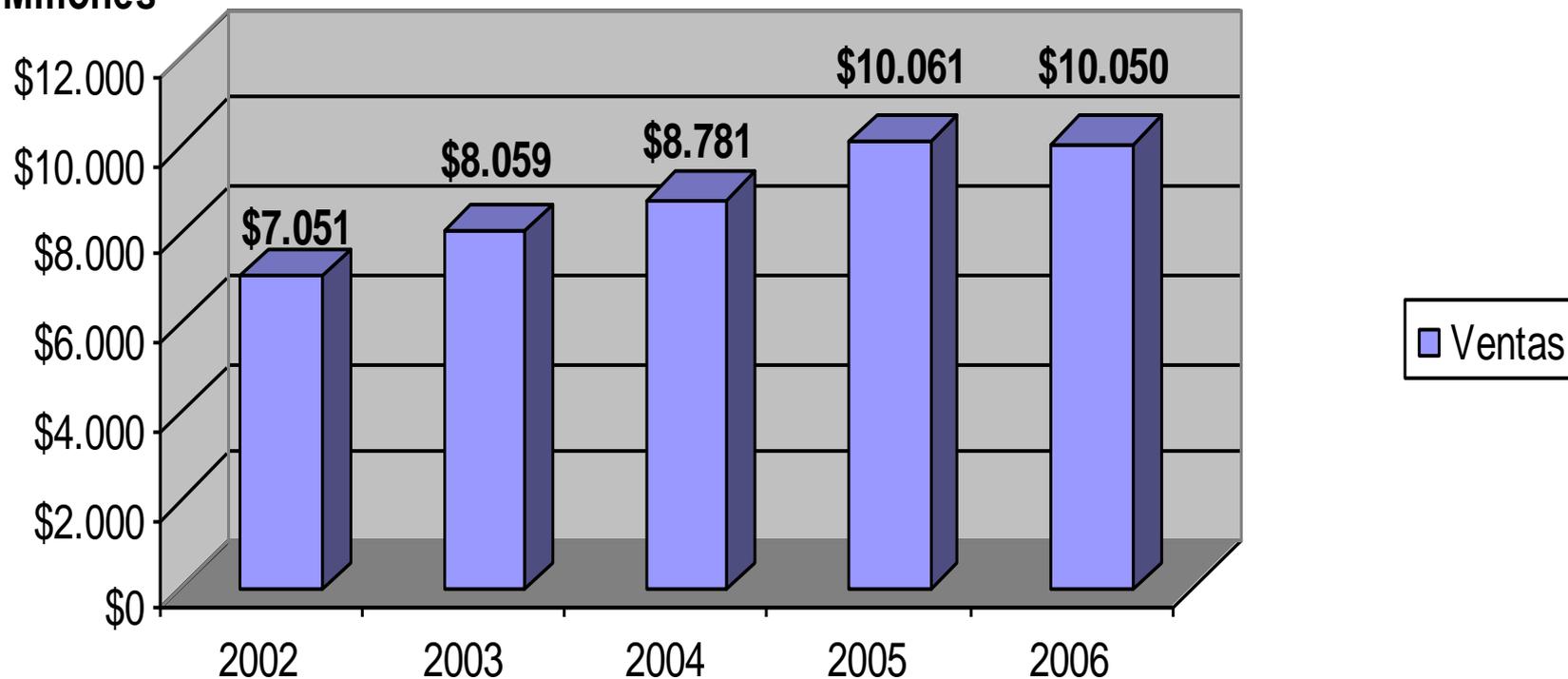
REGIÓN	2005	2006
Bogotá	628.750.866	750.938.937
Centro Oriente	277.256.125	264.816.382
Costa Atlántica	164.874.000	205.289.432
Occidente	257.994.803	214.889.553
Amazonía y Orino quía	18.671.900	25.576.598
Total	1.347.547.694,00	1.461.510.902



EXPOARTESANÍAS: VENTAS REALES Y VPN 2002 - 2006

Ventas Expoartesaniás 2002 - 2006

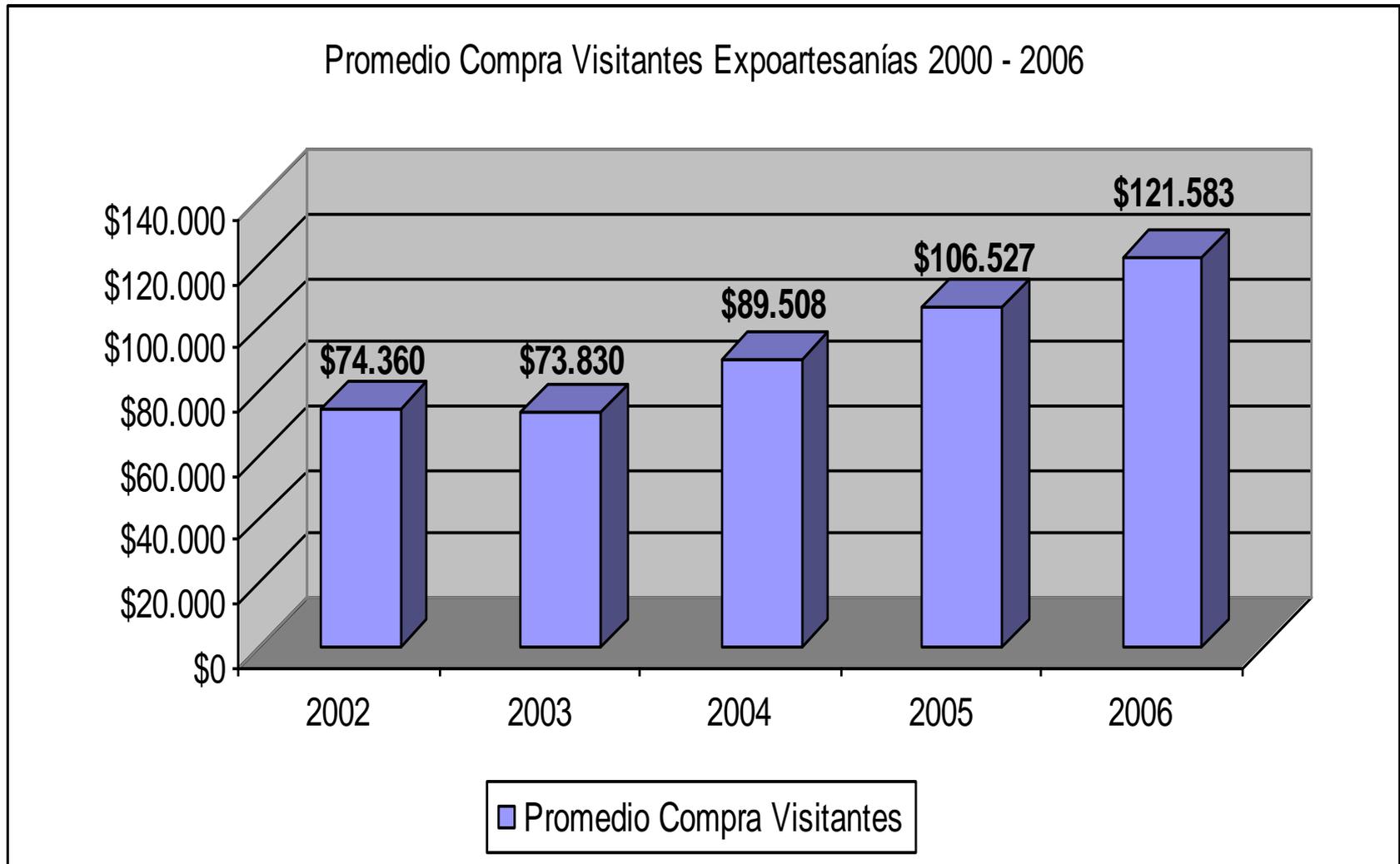
Millones



EXPOARTESANÍAS: VISITANTES 2002 - 2006



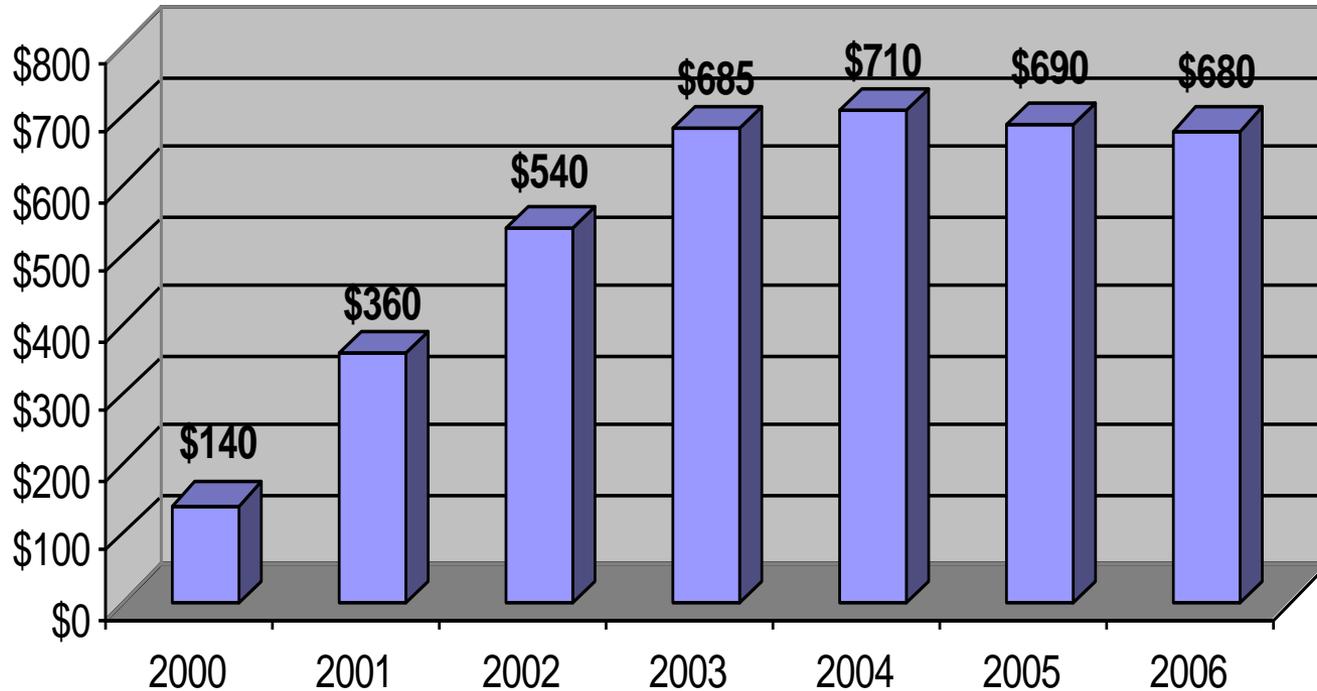
EXPOARTESANÍAS: PROMEDIO COMPRA VISITANTES 2002 - 2006



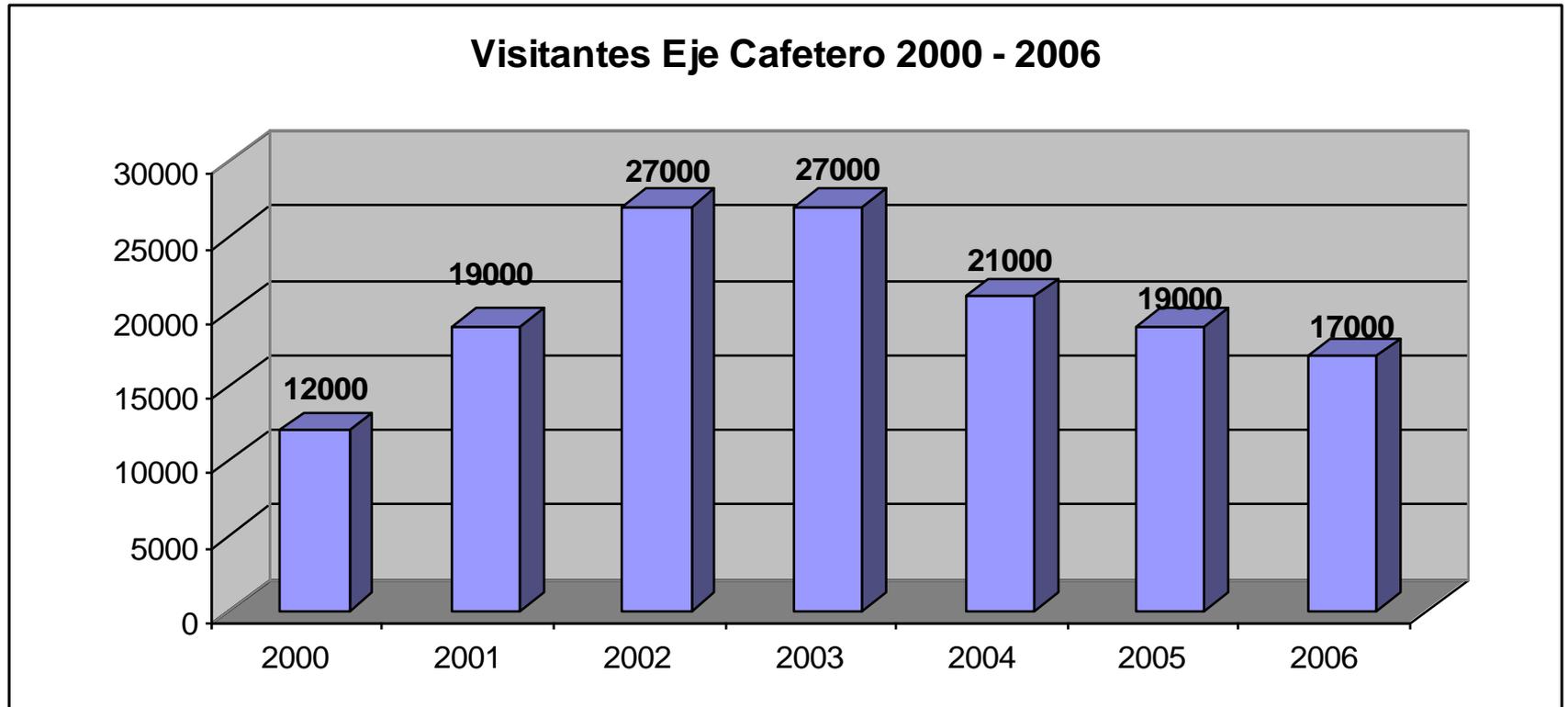
EJE CAFETERO: VENTAS 2000 - 2006

Ventas Eje Cafetero 2000 - 2006

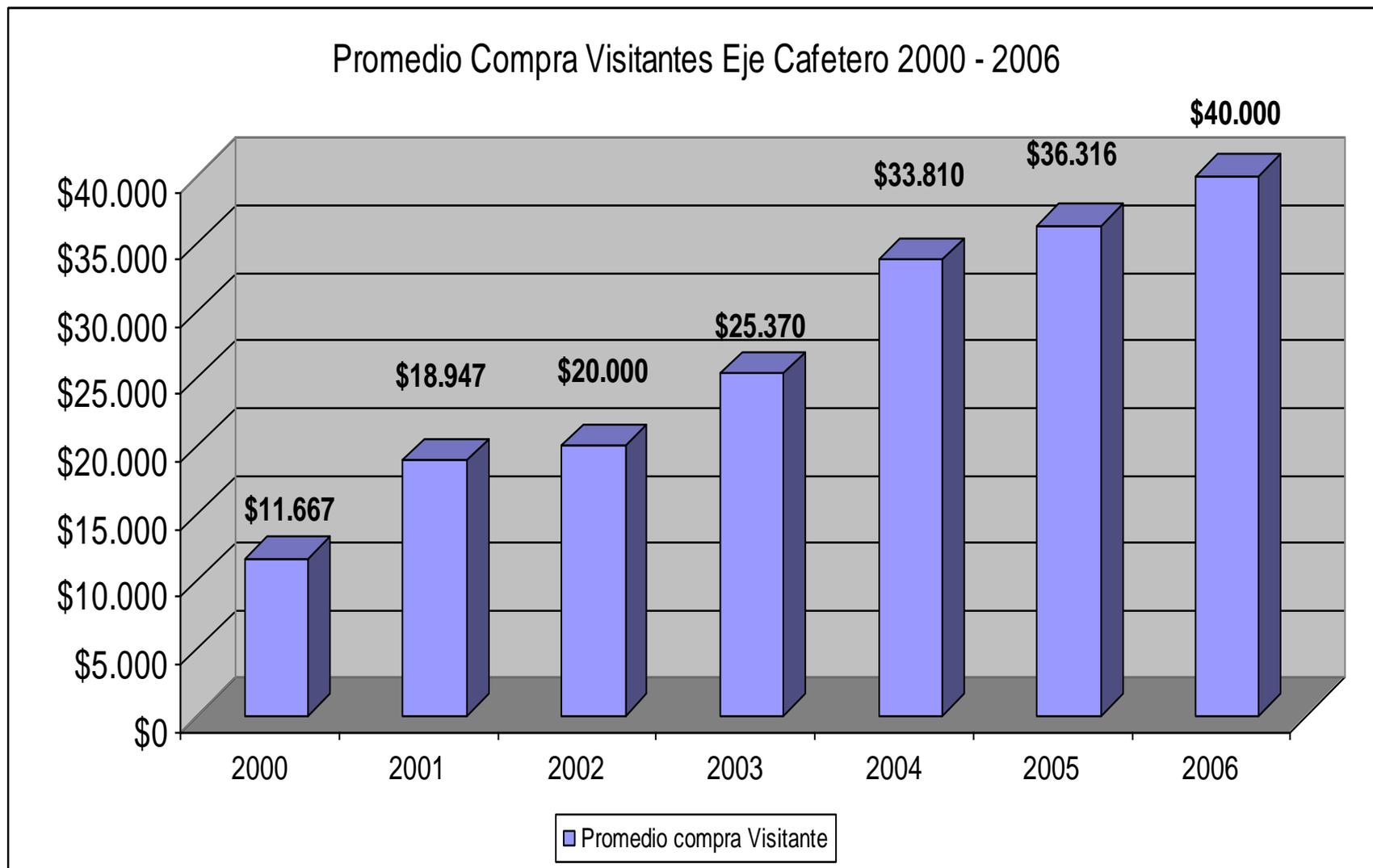
Millones



EJE CAFETERO: VISITANTES 2000 - 2006

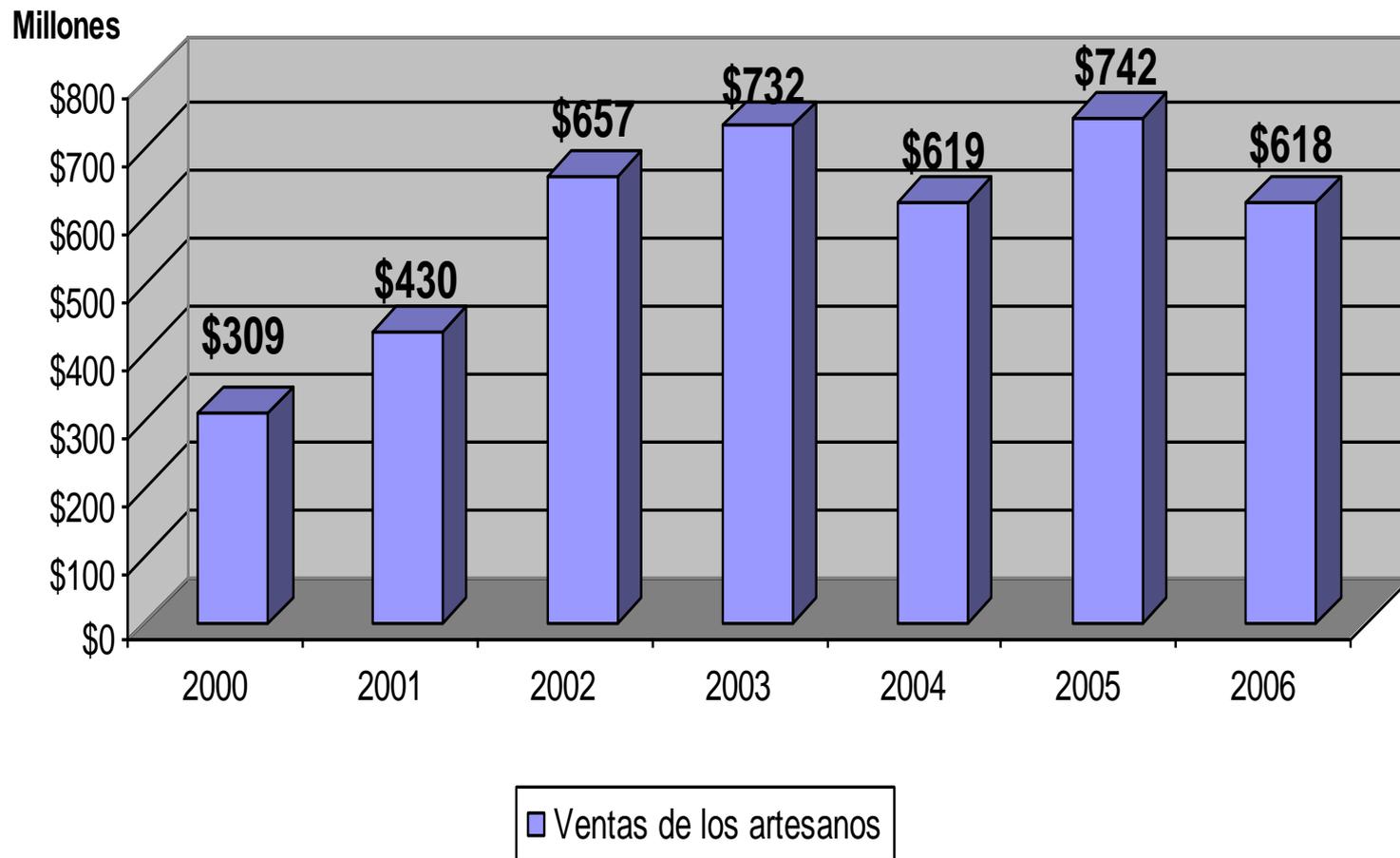


EJE CAFETERO: PROMEDIO COMPRA VISITANTES 2000 - 2006

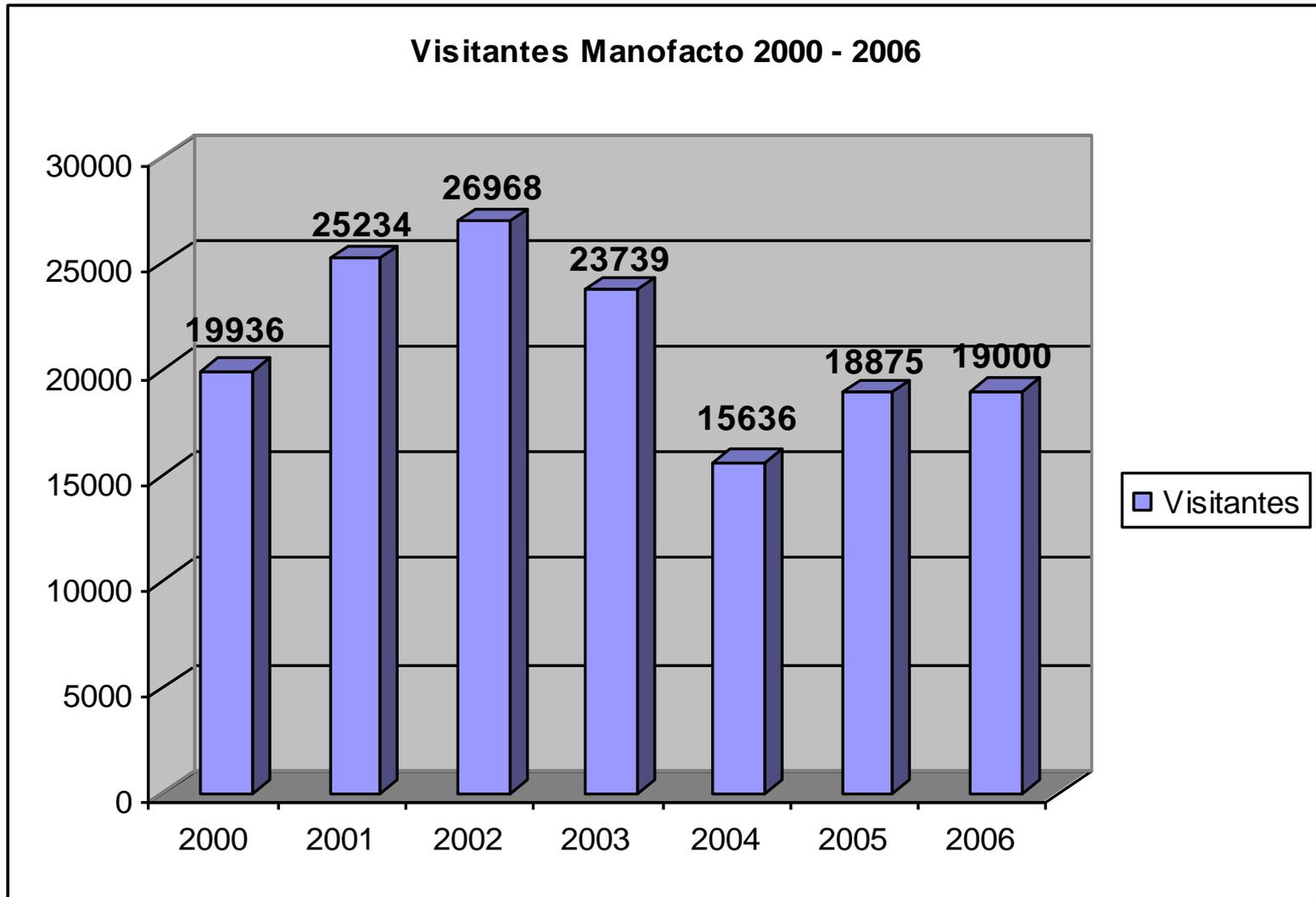


MANOFACTO: VENTAS 2000 - 2006

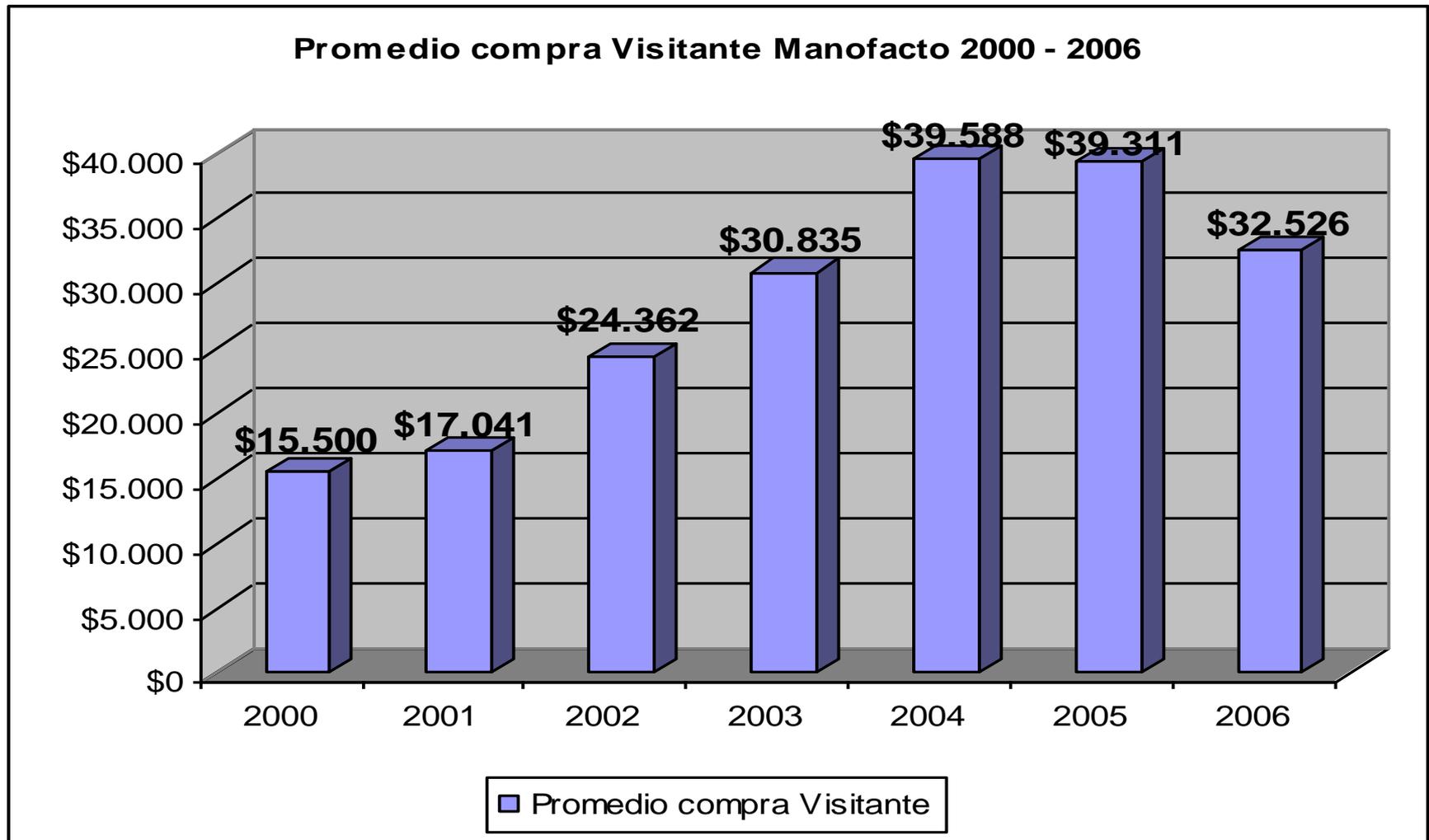
Ventas de los artesanos Manofacto 2000 - 2006



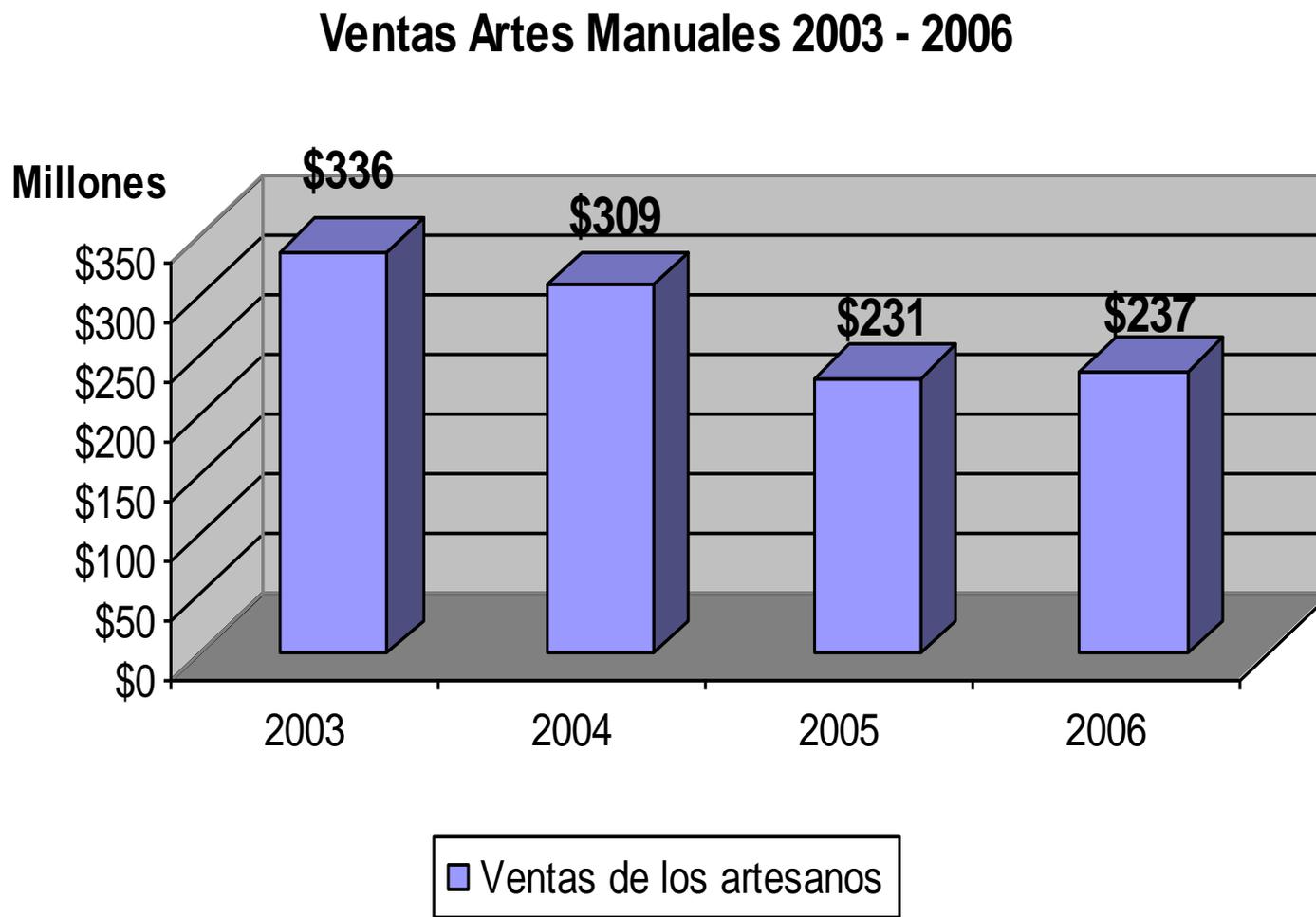
MANOFACTO: VISITANTES 2000 - 2006



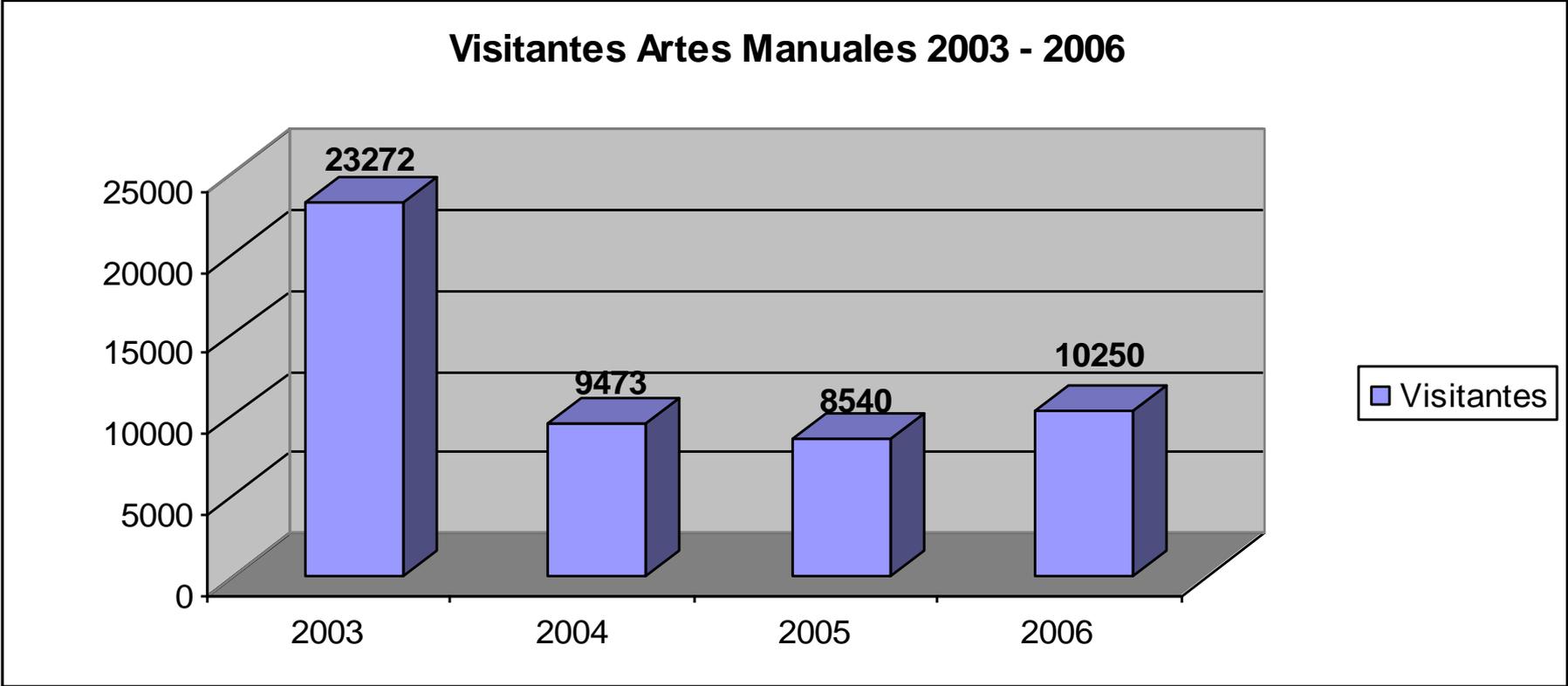
MANUFACTO: PROMEDIO COMPRA VISITANTES 2000 - 2006



ARTES MANUALES: VENTAS 2003 - 2006

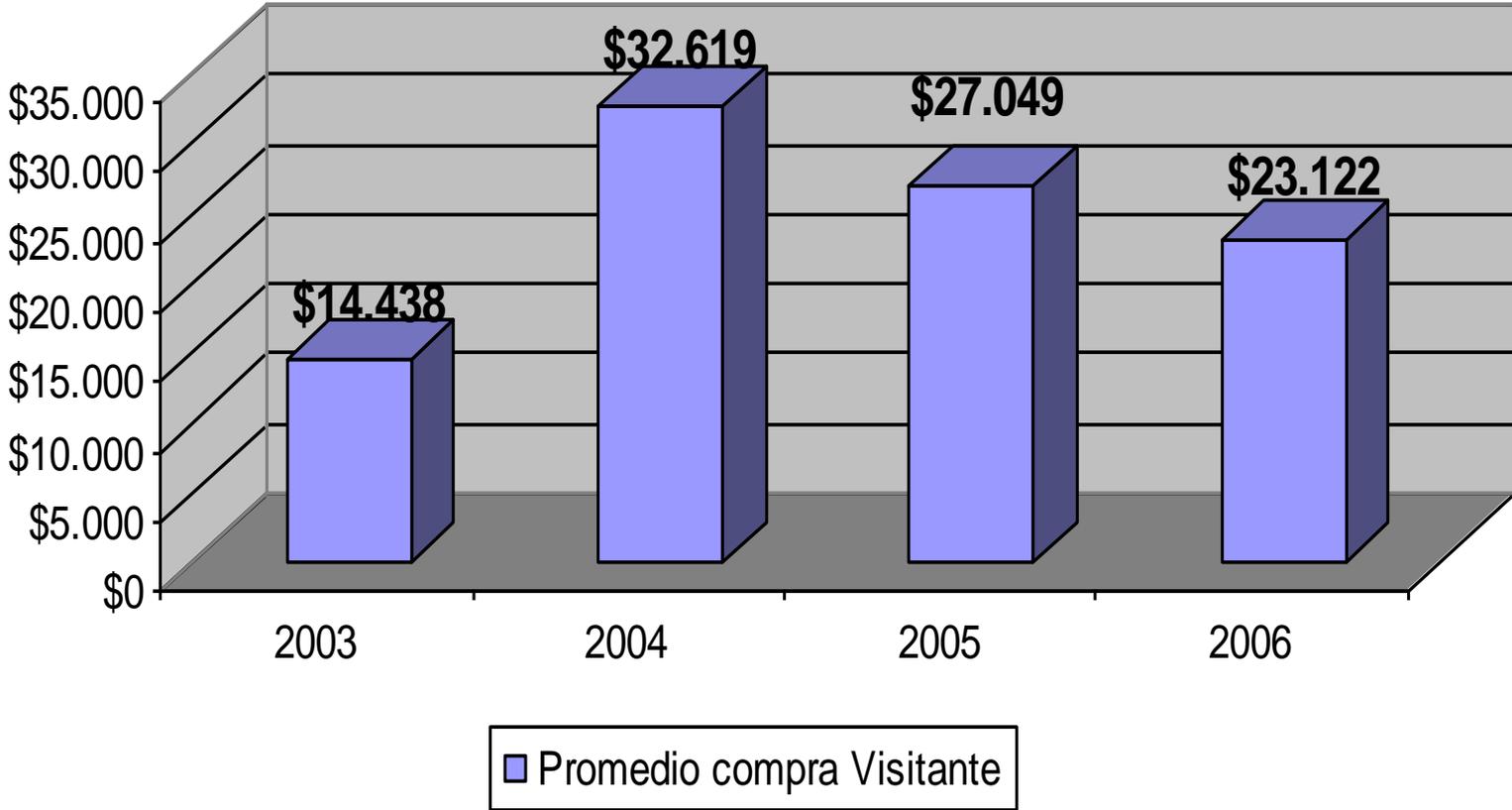


ARTES MANUALES: VISITANTES 2003 - 2006



ARTES MANUALES: PROMEDIO COMPRA VISITANTES 2003 - 2006

Promedio compra Visitante Artes Manuales 2003 - 2006



FERIAS ARTESANALES REALIZADAS EN LA PLAZA DE LOS ARTESANOS

FERIA	NO. EXPOSITORES		NO. VISITANTES		VENTAS EN PESOS		VARIACIÓN
	2005	2006	2005	2006	2005	2006	Ventas
Feria del Eje Cafetero	220	237	18,960	16,799	687,135,000	679,396,829	-1.0%
Feria de las Artes Manuales	182	184	8,540	10,149	230,871,024	237,059,750	2.6%
Manufacto:	284	330	18,875	17481	742,000,125	618,204,400	-16.6%
Feria de los Niños en Navidad:2004	319		7,574		188,561,400		
Consolidado total en Ferias	1,005		53,949		1,848,567,549	1,534,660,979	-16.9%



ARTESANÍAS DE COLOMBIA EN EL 2006

1.1

Proyectos de Desarrollo

1.2

Comercialización

1.3

Cooperación Internacional



ÁREA DE INTERVENCIÓN: COOPERACION INTERNACIONAL

PLAN ACCIÓN 2006	% DE LOGROS Y CUMPLIMIENTO
Adelantar programas de Asistencia Técnica Internacional con expertos.	100% Programa de Asistencia Técnica y Asesoría con el Diseñador y Consultor filipino, PJ Arañador . Actividades Desarrolladas: capacitación y desarrollo de productos. Beneficiados: 180 talleres artesanales en 56 municipios.
Coordinar pasantías de 15 artesanos y expertos.	100% Pasantías: 15
Realizar 2 Seminarios Internacionales especializados	150% 3 Seminarios Internacionales Beneficiadas 1030 artesanos y diseñadores



ÁREA DE INTERVENCIÓN: COOPERACION INTERNACIONAL

PLAN ACCIÓN 2006	% DE LOGROS Y CUMPLIMIENTO
Hacer un reconocimiento a la excelencia de la actividad artesanal conmemorando el Día Nacional del Artesano	100% Recursos gestionados \$6.287.000 Galardonados: 4 artesanos, 1 comunidad artesanal, 1 entidad
Concurso Nacional e Internacional de Diseño para la Artesanía Colombiana	100% Recursos gestionados \$38.300.000 Beneficiados: 13 artesanos 22 diseñadores participantes



ÁREA DE INTERVENCIÓN: COOPERACION INTERNACIONAL

PLAN ACCIÓN 2006	% DE LOGROS Y CUMPLIMIENTO
Exposición especializada con muestras de alto contenido de diseño	100% Recursos gestionados \$7.400.00 2 exposiciones (Maestros Artesanos y Concurso de Diseño) Visitantes Feria Eje Cafetero y Expoartesanas
Participación institucional en ferias y eventos	100% Patrocinio Movistar Pasarela Identidad Colombia – Colombiamoda Beneficiados: 10 comunidades artesanales y 2 diseñadores Recursos gestionados OMPI \$20.564.972 Exhibición "Arte y Artesanía de Colombia", en la sede de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual, en Ginebra, Suiza. Beneficiados: 29 comunidades artesanales Participación en el "Día Colombia" Embajada en Washington Gestionados \$10.000.000.00 2 comunidades beneficiadas directamente y 25 indirectamente



¿CÓMO ESTÁ ARTESANÍAS DE COLOMBIA HOY Y CÓMO LA VEMOS EN EL FUTURO?

1

Artesanías de Colombia 2006

2

Artesanías de Colombia 2010

3

Artesanías de Colombia 2007, 2008 y 2009



RESPONDIENDO A SUS FRENTE DE ACCIÓN Y A LA ESTRATEGIA DEFINIDA POR LA JUNTA DIRECTIVA, ADC DEBE SER MÁS EFICIENTE PARA EL AÑO 2010

Frente de Acción	Objetivos
INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar proyectos de investigación que permitan desarrollar nuevas técnicas, materias primas, tecnologías y métodos de producción para desarrollar el sector artesanal
DISEÑO E INNOVACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar productos diferenciados con identidad, calidad y diseño que respondan a las expectativas del mercado y estimulen la demanda
CADENAS PRODUCTIVAS, CLUSTERS, REDES Y DESARROLLO DE COMUNIDADES ARTESANALES	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer organizacional y empresarialmente a grupos de artesanos • Generar herramientas que permitan la integración vertical y horizontal de la comunidad artesanal en la cadena de valor • Fortalecer e integrar las cadenas productivas artesanales al contexto regional y nacional para aumentar la competitividad de la artesanía colombiana • Garantizar el aprovechamiento y proveeduría sostenible de las materias primas y volúmenes de producción en el sector artesanal
PROMOCIÓN Y FOMENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar eventos feriales a nivel nacional y con diferentes enfoques • Fortalecer los canales de comercialización y aumentar las ventas de artesanías colombianas en el país y el exterior • Trabajar con un grupo de empresas pequeñas productoras de artesanías para darles acceso a mercados
PLAZA DE LOS ARTESANOS	<ul style="list-style-type: none"> • Manejar inmobiliario de la plaza • Mercadear los servicios y espacios de la Plaza de los Artesanos (no debe limitarse a temas artesanales)



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

¿CUÁL ES EL FIN?

Impactar la cadena de valor aprobada por la junta

¿CÓMO SE LOGRA?

A través de los cinco frentes de acción

¿CUÁLES SON LOS INDICADORES DE LOS CINCO EJES MISIONALES?

- **Investigación y Desarrollo:**

Aumento en la producción artesanal

- **Innovación y Diseño:**

Aumento en las ventas de productos diseñados frente a productos propios del artesano

- **Cadenas Productivas, Clusters, Redes y Desarrollo de Comunidades Artesanales:**

Aumentar la capacidad de cumplir con pedidos, disminuir tiempos de entrega y realización de negocios conjuntos

- **Promoción y Fomento:**

Aumento en las ventas

- **Plaza de los Artesanos:**

Aumentar el nivel de ocupación y de rentabilidad del recinto



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

¿Cuáles son los medios de verificación?

- **Investigación y Desarrollo:**

Línea de base y línea final de proyectos

- **Innovación y Diseño:**

Encuestas a los artesanos atendidos

- **Cadenas Productivas, Clusters, Redes y Desarrollo de Comunidades Artesanales:**

Orden de pedido vs. orden de entrega

- **Promoción y Fomento:**

Registro de ventas en ferias, registro de exportaciones

- **Plaza de los Artesanos:**

Registro de ingresos, de eventos realizados y días de ocupación al año



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

METAS

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO				
Indicador	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %
Aumento en la producción artesanal	Identificar cuál es la producción artesanal hoy en Comunidades atendidas	Proyección Aumento	Proyección Aumento	Proyección Aumento



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

METAS

INNOVACIÓN Y DISEÑO				
Indicador	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %
Aumento en las ventas de productos diseñados frente a las ventas de productos propios del artesano	5%	+5%	+5%	+5% (acumulado 20%)



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

METAS

CADENAS PRODUCTIVAS, CLUSTERS, REDES Y DESARROLLO DE COMUNIDADES ARTESANALES

Indicador	2007	2008	2009	2010
Aumentar la capacidad de cumplir con pedidos	5%	+5%	+5%	+5%
Disminuir tiempos de entrega	40 días	35 días	30 días	30 días
Realización de negocios conjuntos	Identificar cuantos negocios se realizan en conjunto	Proyección Aumento	Proyección Aumento	Proyección Aumento



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

METAS

PROMOCIÓN Y FOMENTO				
Indicador	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %
Aumento en las ventas del sector artesanal	7%	8%	9%	10%



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

METAS

PLAZA DE LOS ARTESANOS				
Indicador	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %
Aumentar el nivel de ocupación y/o de rentabilidad del recinto	5%	+5%	+5%	+5% (Acumulado 20%)



VISIÓN 2007- 2010

PLAN DE ACCION

¿Cómo lo vamos a hacer?

ADC propone un modelo de fortalecimiento del sector artesanal que nos lleve a preparar al sector para lograr el desarrollo de los cinco frentes misionales aprobados por la Junta Directiva (ejes misionales)



Ruta crítica para re-estructurar ADC

- ¿Cuáles son los pasos que deben seguirse?

- 1. Conformación de grupo interno de trabajo en ADC**
- 2. Elaboración de un estudio técnico que contenga:**
 - a. Fundamentación
 - b. Propuesta de estructura
 - c. Nuevos estatutos
 - d. Planta de personal
 - e. Cargas de trabajo
 - f. Estudio de viabilidad económica
- 3. Presentación del informe al cabeza del sector (MCIT)- aprobado por la Junta**
- 4. El MCIT previo estudio debe enviarlo a los co-ejecutores:**
 - a. Ministerio de Hacienda y Crédito Público
 - b. Departamento Administrativo de la función pública
 - c. Programa para la renovación de la administración pública
- 5. Los co-ejecutores formulan observaciones al estudio técnico y la ADC lo ajusta si hay lugar a ello**
- 6. Previa aprobación de los coejecutores la propuesta se adopta a través de Decreto firmado por:**
 - Ministerio de Comercio Industria y Turismo
 - Ministerio de Hacienda y Crédito Público
 - DAFP
 - Presidente de la República



¿CÓMO ESTAN ARTESANIAS DE COLOMBIA HOY Y COMO LAS VEMOS EN EL FUTURO?

1

Artesanias de Colombia 2006

2

Futuro cercano ADC 2010

3

ADC 2007



ADC PROPONE UN MODELO DE TRANSICIÓN QUE PERMITA A LA ORGANIZACIÓN ALCANZAR SU VISIÓN AL 2010:

ESTRUCTURA DE TRANSICIÓN

Ejes Misionales

▪ Invest. y Desarrollo

▪ Diseño e Innovación

▪ Cadenas, Clusters, Red

▪ Promoción y Fomento

▪ Plaza de los Artesanos

Componentes

▪ Fortalecimiento Sector

▪ Posicionamiento ADC

Estrategia

▪ Desarrollo Social

▪ Desarrollo de Productos

▪ Procesos Productivos

▪ Comercialización

▪ Posicionamiento Marca

▪ Posicionamiento ADC

Portafolio
de Servicios



ADC PROPONE UN MODELO DE TRANSICIÓN QUE PERMITA A LA ORGANIZACIÓN ALCANZAR SU VISIÓN AL 2010:

■ Estrategia

■ Actividades

■ Indicador

■ Metas

■ Desarrollo Social



■ Desarrollo de Productos



■ Procesos Productivos



■ Comercialización



■ Posicionamiento Marca



■ Posicionamiento ADC

■ Artesanías = Sustento

■ Competitividad

■ Asociatividad

■ Cultura del Ahorro

■ Formalización Negocio

■ Aumento Formalización



■ Créditos Desembolsados

■ Medio de verif.

■ Línea de Base



■ Línea Final

■ 300 Artesanos asesorados para crédito

■ 30 talleres de formación



ADC PROPONE UN MODELO DE TRANSICIÓN QUE PERMITA A LA ORGANIZACIÓN ALCANZAR SU VISIÓN AL 2010:

■ Estrategia

■ Actividades

■ Indicador

■ Metas

■ Desarrollo Social



■ Desarrollo de Productos



■ Procesos Productivos



■ Comercialización



■ Posicionamiento Marca



■ Posicionamiento ADC

■ Mercadeo

■ Tendencias

■ Innovación

■ Estudios de competitividad de comunidades artesanales

■ Medio de verif.

■ Informes de diseño y competitividad

■ 70% de las comunidades atendidas con estudio de competitividad



ADC PROPONE UN MODELO DE TRANSICIÓN QUE PERMITA A LA ORGANIZACIÓN ALCANZAR SU VISIÓN AL 2010:

■ Estrategia

■ Actividades

■ Indicador

■ Metas

■ Desarrollo Social



■ Desarrollo de Productos



■ **Procesos Productivos**



■ Comercialización



■ Posicionamiento Marca



■ Posicionamiento ADC

■ Transferencia Conocim.

■ Transferencia Tecnol.

■ Aumento en venta de productos desarrollados frente a total de ventas

■ Medio de verif.

■ Informes de ADC

■ 30% de participación de productos diseñados



ADC PROPONE UN MODELO DE TRANSICIÓN QUE PERMITA A LA ORGANIZACIÓN ALCANZAR SU VISIÓN AL 2010:

■ Estrategia

■ Actividades

■ Indicador

■ Metas

■ Desarrollo Social



■ Desarrollo de Productos



■ Procesos Productivos



■ Comercialización



■ Posicionamiento Marca



■ Posicionamiento ADC

■ Ferias

■ Tiendas ADC

■ Canales de Distribución

■ Ident. Oportunidades
comerciales (B2B – B2M)

■ Ingresos por ventas

■ Aumento de
compradores
internacionales

■ Aumento de artesanos
participantes en ferias

■ Medio de verif.

■ Informes de ADC

■ 8% de incremento
en las ventas

■ 10% de incremento
en compradores
internacionales

■ 10% de incremento
en participación en
ferias



ADC PROPONE UN MODELO DE TRANSICIÓN QUE PERMITA A LA ORGANIZACIÓN ALCANZAR SU VISIÓN AL 2010:

■ Estrategia

■ Actividades

■ Indicador

■ Metas

■ Desarrollo Social



■ Desarrollo de Productos



■ Procesos Productivos



■ Comercialización



■ Posicionamiento Marca



■ Posicionamiento ADC

■ Free Press

■ Top of Mind

■ Merchandising

■ No. registros en medios

■ % de recordación

■ No. de productos

■ No. de espacios creados entre artesanos y compradores

■ Medio de verif.

■ Publicaciones sin costo

■ Encuestas en ferias

■ Reporte de colocación

■ 20% de incremento de registro en medios

■ 33% de incremento en Top of Mind

■ 10 líneas de producto



ADC PROPONE UN MODELO DE TRANSICIÓN QUE PERMITA A LA ORGANIZACIÓN ALCANZAR SU VISIÓN AL 2010:

■ Estrategia

■ Actividades

■ Indicador

■ Metas

■ Desarrollo Social



■ Desarrollo de Productos



■ Procesos Productivos



■ Comercialización



■ Posicionamiento Marca



■ Posicionamiento ADC

■ Promoción y fomento en Canal Institucional

■ Colección Casa Colombiana

■ Segundos al aire

■ Incremento en ventas

■ Medio de verif.

■ Reporte CNTV

■ Reporte ADC

■ # Aparición comercial e institucional

■ 8% de aumento

