

## **AMPLIACION Y FORTALECIMIENTO DEL COMERCIO INTERNO Y DE EXPORTACION DE PRODUCTOS ARTESANALES**

### **ID-01 DESCRIPCION DEL PROBLEMA O NECESIDAD**

La producción artesanal hace parte de la pequeña producción en zonas marginales de la ciudad, en parcelas campesinas como formas autosuficientes de satisfacer necesidades o complementar ingresos.

Son desarrolladas por grupos familiares o empresas asociativas de precaria capacidad administrativa, con problemas como la falta de capital, imperfección en los procesos de producción; ese esquema tradicional intensivo en mano de obra, acusa serias limitaciones para insertarse en una economía de mercado.

Un diagnóstico de la situación presentó como uno de los mayores obstáculos del subsector la comercialización del producto, originado por deficiencias de calidad, volumen, precios competitivos y en general capacidad de respuesta a los clientes.

En cuanto se refiere a las exportaciones, además de los problemas que afronta el sector exportador como son: la falta de infraestructura de transporte, telecomunicaciones, altos costos de las operaciones portuarias, excesivos trámites, ineficiencia en la prestación de servicios e inseguridad al igual que la falta de capacitación de los artesanos ha incidido en los resultados poco halagadores del comercio exterior de nuestras artesanías.

De otra parte el sector artesanal no dispone en el momento de los medios y los recursos para las pruebas de mercado nacional e internacional, y ello se ha manifestado de manera explícita, haciendo notar la importancia que tiene dotarlo de mecanismos que permitan la penetración de mercados nuevos y consolidar los ya existentes.

### **ID-02 OBJETIVOS DEL PROYECTO:**

#### **OBJETIVO GENERAL**

Incrementar el volumen de ventas de las artesanías colombianas a nivel nacional e internacional.

#### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1. Incrementar el comercio nacional de las artesanías colombianas ampliando los canales de comercialización, colocando los productos, a través de almacenes de cadena,

## **AMPLIACION Y FORTALECIMIENTO DEL COMERCIO INTERNO Y DE EXPORTACION DE PRODUCTOS ARTESANALES**

almacenes propios especializados, ventas institucionales, contratos de distribución por el sistema de franquicias, corretaje y consignación.

2. Colocar los productos artesanales a disposición de los diferentes clientes internacionales en las principales Ferias especializadas como son:
  - Feria Ambientes – Alemania
  - Feria Tendencias -- Alemania
  - Feria del Regalo – México
  - Feria del Regalo -- Nueva York
  - Feria Expoartesanías- Colombia
3. Participar en la realización de ruedas de negocios, show room, y otros eventos de carácter internacional, programadas por las entidades del Estado para incrementar las exportaciones.

### **ID-03 IDENTIFICACION DEL GRUPO OBJETIVO**

#### **1. CUANTIFICACION**

Pequeños productores de artesanías colombianas, beneficiarios de los programas de gestión de producto, gestión de procesos y gestión comercial. En principio se focalizaría en aquellos productos cuyos volúmenes de producción así lo ameriten, como son: cerámica de la Chamba, cerámica de Pitalito, cerámica de Ráquira y replicas precolombinas.

De igual manera los sombreros en iraca de Sandoná, de Aguadas, de Suaza, en general los sombreros, puesto que de él se dispone de una norma técnica, lo cual permite ofrecer normalización de productos.

Se impulsará la comercialización de productos de Caña flecha de las comunidades de San Andrés de Sotavento y otras poblaciones de Córdoba y Sucre.

De igual manera los grupos de población atendidos por los proyectos de los laboratorios Colombiano de diseño de Armenia y Pasto, centro de innovación y diseño de Santa fe de Bogotá.

## **AMPLIACION Y FORTALECIMIENTO DEL COMERCIO INTERNO Y DE EXPORTACION DE PRODUCTOS ARTESANALES**

### **Cobertura de Beneficiarios del proyecto**

<b>Años</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Número de beneficiarios	1.000	1.000	1.000

## **2. PRINCIPALES CARACTERISTICAS DEL GRUPO OBJETIVO**

El país cuenta con una gran riqueza de artesanías en todas las regiones, sin embargo se encuentra una mayor concentración de población artesana en departamentos como Nariño 14.74%, Sucre 10.06%, Córdoba 9.34%, Boyacá 8.4%, Cesar 6.95%, Atlántico 6.52% y Tolima 5.15%. En las zonas indígenas la producción artesanal es una actividad muy importante y quizá la única a través de la cual se genera valor con destino al intercambio.

Los oficios más importantes son la tejeduría con el 57.52%; la madera con el 13.48% y la cerámica con el 7.37%, cuero con el 3.45%, alfarería con el 2.41%.

La producción artesanal se caracteriza por utilizar principalmente recursos naturales como insumo básico en la elaboración de objetos. En cuanto a la comercialización el 85.16% de la producción se vende en el municipio de origen. Únicamente el 8.18 en otros municipios y solamente el 3.45% en otros departamentos. Generalmente la mayor parte de la producción la vende en la vivienda o taller. Un 0.30% se vende en plazas de mercado y únicamente el 11.58% se vende en otros sitios, el 0.03% participa en ferias artesanales y el 0.01 en forma ambulante.

### **ID-04 POLITICA NACIONAL Y/O SECTORIAL QUE RESPALDAN EL PROYECTO DE INVERSION**

El Plan de Gobierno “Hacia un Estado Comunitario”, señala como una alternativa para impulsar el crecimiento económico sostenible y la generación de empleo, **la política comercial**, en la que se establece “... la política comercial debería estar acompañada de aumentos en la competitividad que permitan, a su vez, ampliar sostener e incrementar la participación de la capacidad productiva nacional en la producción mundial.

Lo anterior responde a la necesidad de insertar el aparato productivo colombiano al proceso de globalización de la economía para lograr un nivel de desarrollo tecnológico que corresponda a las empresas líderes en la economía mundial.

## **AMPLIACION Y FORTALECIMIENTO DEL COMERCIO INTERNO Y DE EXPORTACION DE PRODUCTOS ARTESANALES**

Para esto es indispensable incrementar y diversificar la oferta productiva exportable que permitan consolidar patrones de internacionalización a mediano y largo plazo, dando respuestas al mercado, incrementando la productividad, eliminando la pobreza y haciendo uso adecuado de los recursos naturales como parte de la política de exportaciones y desarrollo sostenible del crecimiento económico.

El consolidar una oferta exportable de artesanías y regalos, producto de una buena combinación de mano de obra y tecnología, permite además estar en el marco de la política de empleo, mantener una ocupación y además generar nuevos puestos de trabajo.

### **ID-05 ENUMERACION DE ALTERNATIVAS**

#### **ALTERNATIVA 1**

Mejoramiento y fortalecimiento de la comercialización nacional e internacional de los productos artesanales a través del sistema de franquicias, representaciones internacionales, contratos de corretaje internacional, puntos de venta propios, participación y/o organización de ferias, tanto nacionales como internacionales, fortalecimiento de la venta institucional, con lo cual se pretende valorar los nuevos objetos que se ajustan a las exigencias de los mercados.

### **ID-06 DESCRIPCION DE METAS FISICAS DE LAS ALTERNATIVAS**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>U. MEDIDA</b>
Aumento del volumen de Exportaciones de la Empresa en un 25% anual.	Millones de pesos
Aumento de las ventas Nacionales de la Empresa en 25% anual.	Millones de pesos

### **ID-07 CUANTIFICACION DE LAS METAS FISICAS DE LA ALTERNATIVA**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>EJEC.</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Aumento del volumen de exportaciones.	655	293	366	458	573
Aumento de las ventas nacionales.	1894	977	1221	1526	1907

## **AMPLIACION Y FORTALECIMIENTO DEL COMERCIO INTERNO Y DE EXPORTACION DE PRODUCTOS ARTESANALES**

### **ID-08 DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES PLANTEADAS PARA DESARROLLAR LA ALTERNATIVA**

- 1. Definir la línea de productos que se distinguen por su volumen de producción y calidad y hacer la adquisición de aquellos que tienen un mercado potencial.**

#### Insumos y recursos necesarios.

- Equipos de oficina y elementos de papelería (computadoras, impresoras, catálogos y ayudas promocionales).

#### Recursos Humanos.

- Mano de obra calificada: profesionales expertos en gestión de producto y mercadeo, en planeación de la producción , y en sistemas. Este personal hace parte del existente en el área comercial de la empresa.

- 2. Participación y organización de ferias nacionales e internacionales, ruedas de negocios y show rooms que nos puedan garantizar suficiente afluencia de público comprador objetivo.**

#### Insumos y recursos necesarios.

- Equipos de oficina y elementos de papelería (computadoras, impresoras, catálogos y ayudas promocionales).
- Catálogos y ayudas promocionales.

#### Recursos Humanos.

Mano de obra calificada: profesionales expertos en mercadeo, en comercio internacional, en embalaje, empaque y bodegaje, en control de calidad, en planeación de la producción y en sistemas.

- Mano de obra no calificada: secretarias, auxiliares de servicios generales y bodega.

- 3. Elaboración de un catálogo comercial.**

#### Recursos Humanos.

- Mano de obra calificada: profesionales expertos en diseño.

## AMPLIACION Y FORTALECIMIENTO DEL COMERCIO INTERNO Y DE EXPORTACION DE PRODUCTOS ARTESANALES

### 4. Realización del evento Expoartesañas.

#### Insumos y recursos necesarios.

- Subsidio de transporte, alojamiento, alimento, costo de participación de diversos grupos y comunidades indígenas, que por su calidad de producto y nivel de vida americe dicha ayuda.
- Promoción y divulgación del evento como tal a fin de garantizar la suficiente afluencia del público comprador mayorista y detallista.

#### Recursos Humanos.

- Personal calificado y especializado que brinden el suficiente soporte para la realización integral del evento Expoartesañas, en cuanto a diseño, sistemas y control de calidad.

### ID-09 CUANTIFICACION DE LAS ACTIVIDADES DE LA ALTERNATIVA No.1

NOMBRE O DESCRIPCION	U. MED.	EJEC.	2003	2004	2005	2006
Definir la línea de productos que se distinguen por su volumen de producción y calidad y hacer la adquisición.	Temporada De compra.	5		2	3	4
Participación y organización de ferias nacionales, rueda de negocio y show rooms.	Eventos	7		3	5	5
Participación en eventos internacionales y ampliación de canales de distribución.	Eventos	6		5	5	7
Elaboración de un catálogo comercial.	Catálogo	3		1	1	1
Organización feria Expoartesañas.	Feria	3		1	1	1

## AMPLIACION Y FORTALECIMIENTO DEL COMERCIO INTERNO Y DE EXPORTACION DE PRODUCTOS ARTESANALES

### PE-01 DESCRIPCION DE LOS PRINCIPALES BENEFICIOS:

1. Incremento escalonado de ventas de la Artesanía colombiana.
2. Diversificación de la exportaciones menores y no tradicionales.
3. Generación de divisas para el país.
4. Generación de riqueza.
5. Aumento de puestos de trabajo dentro del sector artesanal.
6. Aumento integral de la calidad de vida de los artesanos.

### PE-02 VALORACION DE LOS COSTOS POR ACTIVIDAD.

NOMBRE O DESCRIPCION	COSTO UNIT.	EJEC	2003	2004	2005	2006
Definir la línea de productos que se distinguen por su volumen de producción y calidad y hacer la adquisición de aquellos que tienen un mercado potencial.	30.000	150.000		60.000	90.000	120.000
Participación y organización de ferias nacionales, rueda de negocio y show rooms que nos puedan garantizar suficiente afluencia de público comprador objetivo.	11.000	77.000		33.000	55.000	55.000
Participación en eventos internacionales y ampliación de canales de distribución	14.000	84.000		70.000	70.000	98.000
Elaboración de un catálogo comercial.	30.000	90.000		30.000	30.000	30.000
Organización feria Expoartesañas		172.000		200.000	200.000	200.000
<b>TOTAL</b>		<b>573.000</b>	<b>0</b>	<b>393.000</b>	<b>445.000</b>	<b>503.000</b>

## AMPLIACION Y FORTALECIMIENTO DEL COMERCIO INTERNO Y DE EXPORTACION DE PRODUCTOS ARTESANALES

### PE-03 DESCRIPCION Y VALORIZACION DE LOS COSTOS DE LA ALTERNATIVA

AÑOS	EJECUTADO	2003	2004	2005	2006	Valor Presente p. de Mercado	RPS	Valor Presente p. Social
<b>MATERIALES E INSUMOS</b>								
1. Definir línea productos por volúmen	30.000		22.500	42.500	52.500			
2. Organ. Ferias nales, rueda negocios y show romms.	30.000		16.500	27.500	27.500			
3. Eve. Internales. ampñiación canales distrib.	43.000		35.000	35.000	49.000			
4. Elaboración de un catálogo.	63.000		21.000	21.000	21.000			
5. Organización Expoartesanas.	181.960		160.000	160.000	160.000			
<b>SUBTOTAL MAT. E INSUMOS</b>	<b>347.960</b>	<b>0</b>	<b>255.000</b>	<b>286.000</b>	<b>310.000</b>			
<b>FACTOR VALOR PRESENTE</b>	<b>1</b>	<b>0,7118</b>	<b>0,6355</b>	<b>0,5674</b>	<b>0,5066</b>			
<b>SUBTOTAL MAT. E INSU. EN V.P.</b>	<b>347.960</b>	<b>0</b>	<b>162.053</b>	<b>162.276</b>	<b>157.046</b>	<b>829.335</b>	<b>0,8</b>	<b>663.468</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>								
1. Definir la línea de productos por su valúmen	33.500		26.000	28.000	38.000			
2. Organ. Ferias nales, rueda negocios y show romms.	30.000		9.900	16.500	16.500			
3. Eve. Internales. ampñiación canales distrib.	23.000		21.000	21.000	29.400			
4. Organización Expoartesanas.	34.800		24.000	24.000	24.000			
<b>SUBTOTAL MAQ. Y EQUIPO</b>	<b>121.300</b>	<b>0</b>	<b>80.900</b>	<b>89.500</b>	<b>107.900</b>			
<b>FACTOR VALOR PRESENTE</b>	<b>1</b>		<b>0,8929</b>	<b>0,7972</b>	<b>0,7118</b>			
<b>SUBTOTAL MAQ. Y EQUIPO V.P.</b>	<b>121.300</b>	<b>0</b>	<b>72.236</b>	<b>71.349</b>	<b>76.803</b>	<b>341.688</b>	<b>0,77</b>	<b>263.100</b>
<b>MANO DE OBRA CALIFICADA</b>								
1. Definir la línea de productos por su valúmen	13.800		6.300	10.300	18.300			
2. Organ. Ferias nales, rueda negocios y show romms.	11.000		6.600	11.000	11.000			
3. Eve. Internales. ampñiación canales distrib.	38.000		14.000	14.000	19.600			
4. Elaboración de un catálogo.	9.000		9.000	9.000	9.000			
5. Organización Expoartesanas.	19.240		16.000	16.000	16.000			
<b>SUBTOTAL M. OBRA CALIFICADA</b>	<b>91.040</b>	<b>0</b>	<b>51.900</b>	<b>60.300</b>	<b>73.900</b>			
<b>FACTOR VALOR PRESENTE</b>	<b>1</b>		<b>0,8929</b>	<b>0,7972</b>	<b>0,7118</b>			
<b>SUBTOTAL M. O. CALIFICADA EN V.P.</b>	<b>91.040</b>	<b>0</b>	<b>46.342</b>	<b>48.071</b>	<b>52.602</b>	<b>238.055</b>	<b>1</b>	<b>238.055</b>
<b>MANO DE OBRA NO CALIFICADA</b>								
1. Definir la línea de productos por su valúmen	12.700		5.200	9.200	11.200			
<b>SUBTOTAL M. O. NO CALIFICADA</b>	<b>12.700</b>	<b>0</b>	<b>5.200</b>	<b>9.200</b>	<b>11.200</b>			
<b>FACTOR VALOR PRESENTE</b>	<b>1</b>		<b>0,8929</b>	<b>0,7972</b>	<b>0,7118</b>			
<b>SUBTOTAL M. O. NO CALIF. EN V.P.</b>	<b>12.700</b>	<b>0</b>	<b>4.643</b>	<b>7.334</b>	<b>7.972</b>	<b>32.649</b>	<b>1</b>	<b>19.590</b>
<b>TOTAL COSTOS EN CADA AÑO</b>	<b>573.000</b>	<b>0</b>	<b>393.000</b>	<b>445.000</b>	<b>503.000</b>			
<b>TOTAL COSTOS VALOR PRESENTE</b>	<b>573.000</b>	<b>0</b>	<b>285.273</b>	<b>289.031</b>	<b>294.423</b>	<b>1.441.727</b>		<b>1.184.212</b>



## AMPLIACION Y FORTALECIMIENTO DEL COMERCIO INTERNO Y DE EXPORTACION DE PRODUCTOS ARTESANALES

### PE-04 RESUMEN DE COSTOS DE LA ALTERNATIVA

	PRECIOS	
	MERCADO	SOCIALES
1. Costo Total del Proyecto en valor presente	1.441.727	1.184.212
2. Factor costo anual equivalente	0,2454	0,2454
3. Costo Anual equivalente del proyecto	353.800	290.606
4. Promedio anual grupo objetivo beneficiado	1.000	1.000
5. Costo anual equivalente por usuario atendido	353,80	290,61

### PE-05 EFECTO AMBIENTAL DE LA ALTERNATIVA

El proyecto en su etapa de inversión y operación no producirá ningún impacto ambiental negativo, por el contrario la comercialización contemplará el orientar sobre la utilización racional de las materias primas e insumos utilizados en la producción artesanal. Al igual que la sustitución de aquellos que produzcan efectos nocivos en el medio Ambiente. Se tendrá en cuenta en la adquisición de productos que estos no causen daño al medio Ambiente.

### PE-06 SELECCION DE LA ALTERNATIVA DE MINIMO COSTO

**1. COSTO A PRECIOS SOCIALES: \$1.046.696 millones**

**2. JUSTIFICACIÓN:**

Esta es la única alternativa por que contribuye al mejoramiento integral del sector como generador de ingresos ya que utiliza estrategias que apoyan el trabajo individual y colectivo, con criterios de rentabilidad social y económica, a través de la oferta comercial artesanal Colombiana.

## AMPLIACION Y FORTALECIMIENTO DEL COMERCIO INTERNO Y DE EXPORTACION DE PRODUCTOS ARTESANALES

### FS-01 FUENTES DE FINANCIACION DEL PROYECTO

AÑOS	EJEC	2004	2005	2006
<b>TOTAL COSTOS</b>	573.000	393.000	445.000	503.000
1. RECURSOS DE INVERSIÓN				
1.1 FUENTES DE PRESUPUESTO NACIONAL P.G.N.				
1.2 FUENTES DE RECURSOS PROPIOS				
1.3 OTRAS FUENTES DE INVERSIÓN ONG'S y/o COMUNIDAD				
2. RECURSOS DE FUNCIONAMIENTO				
2.1 ENTIDADES ORDEN NACIONAL				
2.2 OTRAS FUENTES				
<b>TOTAL FINANCIACIÓN</b>	<b>573.000</b>	<b>393.000</b>	<b>445.000</b>	<b>503.000</b>

\*En miles de pesos.

### FORMATO FS-02: SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

Con la experiencia de Artesanías de Colombia el proyecto es altamente factible, pues la oferta de nuevos productos, el interés observado en eventos como Expoartesanías, y otras ferias internacionales, asegura que el mismo sea exitoso, siempre y cuando ajustemos este proyecto a generar un impacto a este sector de la economía, generando niveles más altos de productividad, competitividad con precios y diversos factores de diferenciación en el mercado.

Es de gran importancia la aprobación de recursos económicos del Presupuesto General de la Nación para llevar a cabo este proyecto.