



CONVENIO

GOBERNACIÓN DE CUNDINAMARCA

ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A.

INFORME FINAL APOYO Y ASESORAMIENTO

GESTIÓN ADMINISTRATIVA

PRESENTADO POR:

NICOLÁS GALEANO MONSALVE

ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A.

SUBGERENCIA DE DESARROLLO

BOGOTÁ D.C., DICIEMBRE 18 DEL 2000

MUNICIPIO SOACHA

- Fechas:** Sept 28 – Nov 09 – Nov 29
- Cobertura:** 45 artesanos
- Productos:** Muñequería, Tejidos
- Tiempo de ejecución:** Capacitaciones: cuatro de 80 horas cada una. Asesoría: 60 horas.
- Actividades realizadas:** Capacitación con el programa “Administrando mi taller artesanal”; Seguimiento y asesoramiento en los talleres artesanales; taller de manejo contable; taller de comercialización.

En este municipio se desarrollaron cuatro capacitaciones con el programa “Administrando mi taller artesanal”, de las cuales tres se ejecutaron en las veredas de Chacua, San Jorge, y Villanueva, y la cuarta en la zona urbana. Las capacitaciones se desarrollaron paralelamente por lo que se contó con la colaboración de dos multiplicadores, uno dedicado a la zona urbana y a la vereda de Chacua y el otro se dedicó a capacitar las dos veredas restantes. Las capacitaciones terminaron satisfactoriamente por lo cual se prosiguió con la ejecución del taller de capacitación en manejo contable y se espera desarrollar un taller de comercialización. Con respecto a los

artesanos que asistieron a las capacitaciones, estuvieron muy motivados y atentos con todo el proceso desarrollado tanto por las multiplicadoras, como por el asesor, lo que conllevó a que se ejecutará exitosamente el convenio en el municipio. Los comentarios que mereció el programa dados por los artesanos fueron su practicidad y excelente metodología. Con respecto al grupo de asesores se comentó acerca de su excelente preparación e idoneidad sobre los diversos temas.

Taller de comercialización. En este municipio se desarrolló exitosamente el taller de comercialización de acuerdo a lo programado en el plan de operaciones y a su vez se realizó una asesoría en el manejo contable y en otros temas referentes al área organizativa y administrativa. El proceso fue muy dinámico generándose una fluida interacción entre los artesanos y el asesor del convenio. Los comentarios que mereció el taller, fueron que este cambió la forma de visualizar el mercado tanto potencial como existente, ya que las herramientas brindadas contribuyen a una mejor comprensión acerca de cómo se debe ofrecer y como se debe analizar la demanda con el fin de crear un mercado exitoso y sobre todo permanente. Las fortalezas que presenta el grupo artesanal son que tienen un buen producto, en parte gracias a la oportuna asesoría en la parte de diseño; por otro lado se destacan algunos artesanos como posibles líderes del proceso de comercialización de la empresa asociativa, ya que es de suma importancia la presencia de alguna persona que este

dispuesta a iniciar el proceso de contactos y distribución de los productos; sin embargo, la fortaleza principal que presenta la comunidad artesanal se sostiene en la gran motivación y empuje de cada uno de los artesanos, ya que iniciaron el proceso de asociación y a su vez saben de la importancia de trabajar en equipo. Al finalizar el taller de comercialización, se prosiguió con el diseño de la estrategia de comercialización del municipio, el cual se describe a continuación.

Objetivos específicos:

- Comercializar en el mercado local en el corto plazo.
- Comercializar en el mercado regional en el mediano plazo.
- Comercializar en el mercado nacional en el mediano plazo.

Estrategias:

- Prepararse con el inventario de muy buena calidad para la feria del 7 de diciembre en el municipio de Soacha.
- Contactar y promover un punto de venta en el municipio en un plazo máximo de tres meses. Responsable comité de gestión comercial. Lidera el proceso Juliet Marín.
- Elaborar un proyecto de promoción por medio de etiquetas y tarjetas de presentación en un plazo máximo de un mes. Responsable Luz Angélica.
- Contactar y preparar producción para las ferias de Manofacto en agosto y Expoartesanías en diciembre en un plazo máximo de tres meses. Responsable comité de gestión comercial.

- Contactar y presentar propuestas en diferentes puntos de ventas y cadenas en Bogotá en un plazo máximo de cuatro meses. Comité de gestión comercial.

MUNICIPIO PUERTO SALGAR

Fechas: Oct 26 – Oct 27 – Dic 05 - 06

Cobertura: 25 artesanos

Productos: Cerámica. Trabajo en frutas secas

Tiempo de ejecución: 80 horas de capacitación
40 horas de asesoría

Actividades realizadas: Capacitación con el programa “Administrando mi taller artesanal”; Seguimiento y asesoramiento en los talleres artesanales; taller de manejo contable; taller de comercialización.

La capacitación empresarial con el programa “Administrando mi taller Artesanal” se ejecutó en su totalidad. En este municipio se tuvo la oportunidad de presentar el convenio por medio de la emisora del pueblo,

Salgar Stereo, ya que Elizabeth Bustos y José Wilman García, capacitadores del convenio, separaron un espacio en el programa más sintonizado de la emisora, el de 6 a 8 de la mañana. El proceso de capacitación se desarrolló bien y sin inconvenientes, y según la comunidad artesanal éste brindó conocimientos muy útiles para administrar el taller y así poder organizarse como han querido desde hace tiempo. Los multiplicadores han tenido gran acogida entre la comunidad artesanal, gracias a sus facultades de líderes y a sus excelentes capacidades de trabajo tanto en equipo como individualmente.

Taller de comercialización. En este municipio se desarrolló el taller de comercialización sin inconvenientes, de acuerdo a lo programado en el plan de operaciones. También se realizó asesoría en la parte organizativa y administrativa. Igualmente el taller se realizó de una manera dinámica donde se presentó una fluida interacción entre los artesanos y el asesor del convenio. Con respecto a las fortalezas que se presenta en el municipio, éste cuenta con dos líderes, los cuales han motivado y agilizado el proceso de asociación del grupo, lo que ayudará a que puedan comercializar apropiadamente en un futuro próximo. Además la comunidad artesanal ha estado muy motivada y muy receptiva con todo el proceso de asesoramiento y apoyo del convenio. Como debilidades se presentan dos situaciones, la primera es que no cuentan con un horno propio lo que puede ocasionar demoras en el momento de entregar algún

encargo, y también se presenta que los diseños no tienen los mejores acabados, ya que no han recibido la asesoría en la parte de diseño. Esto los limita con el mercado potencial que puedan cubrir, ya que las exigencias de la demanda con respecto a los acabados y calidad del material varía según cada mercado que desee abastecer. Al finalizar en taller, se diseñó la estrategia de comercialización, la cual describe a continuación.

Objetivos específicos:

- Comercializar en el mercado local en el corto plazo.
- Comercializar en el mercado regional en el mediano plazo.
- Realizar un sondeo de mercado en el mercado regional en el corto plazo.
- Comercializar en el mercado nacional en el mediano plazo.

Estrategias:

- Contactar y promover un punto de venta en el municipio en un plazo máximo de tres meses.
- Contactar y promover la comercialización de Arunsal en los mercados de Puerto Triunfo, Medellín, Manizales, Bogotá en un plazo máximo de seis meses.
- Contactar las diversas ferias que se realicen en el mercado regional y preparar la producción necesaria. Plazo máximo de cuatro meses.
- Efectuar en proceso de observación y análisis del mercado de Expoartesánías entre el 7 y el 17 de diciembre en Bogotá.

- Contactar y preparar producción en el mercado nacional, para Manofacto en agosto y Expoartesánias en diciembre en un plazo máximo de cuatro meses.

Responsable: comité de gestión comercial de Arunsal.

MUNICIPIO GUADUAS

Fechas: Oct 27 – Oct 28 – Dic 13

Cobertura: 25 artesanos

Productos: Tejidos en macramé, cerámica

Tiempo de ejecución: capacitación 80 horas.

Asesoría 50 horas.

Actividades realizadas: Capacitación con el programa “Administrando mi taller artesanal”; Seguimiento y asesoramiento en los talleres artesanales; taller de manejo contable; taller de comercialización.

Con respecto a la capacitación empresarial con el programa “Administrando mi taller Artesanal”, se ha presentado un alto grado de deserción ya que la mayoría de los artesanos están involucrados con la coyuntura política y además los jefes no les permiten asistir a las reuniones establecidas entre semana. Por otro lado, la crítica situación

económica del municipio, explica el grado de deserción del programa. La cobertura de capacitación con el programa, era de veinticinco (25) personas, entre las cuales se encontraban unos pocos artesanos, y el resto eran personas dedicadas a oficios como las manualidades, la agricultura, entre otras actividades. Con relación al primer módulo se presentó una deserción del 52%, es decir, terminaron doce personas. Se presentaron inconvenientes de tiempo, tanto de tipo doméstico como de trabajo. Sin embargo, la situación es explicada claramente por la coyuntura social y política del pueblo. Para el módulo dos, terminaron tan solo ocho personas. Para el módulo tres terminaron dos personas más, gracias a la comunicación de unos artesanos asistentes a la capacitación. Finalmente, el grupo final constó de diez artesanos quienes dedicaron el tiempo necesario para estudiar, comprender y aplicar el programa. Este grupo, aunque reducido, desea organizarse e iniciar un proceso de desarrollo de la actividad artesanal, y sin duda alguna, motivará al resto de la comunidad artesanal para que se organicen en el mediano plazo. Los comentarios que mereció el programa fueron muy positivos dado la excelente metodología y pedagogía implementada por el multiplicador y el asesor.

Taller de comercialización. En este municipio se realizó el taller de comercialización de acuerdo a lo planeado en el plan de operaciones. El taller fue muy dinámico lográndose una fluida interacción entre la comunidad artesanal y el asesor del convenio. Los comentarios que

merció el taller fueron que este contribuyó a que se orientará clara y certeramente sobre como se debe comercializar tanto en los mercados existentes como en los potenciales. Las fortalezas que presenta el municipio son que tiene un buen producto ya que comercializan en Expoartesánías, lo que les facilita la entrada en otros mercados potenciales. El grupo está motivado y ha sido muy atento con todo el proceso de ejecución del convenio. La estrategia de comercialización es la siguiente.

Objetivos específicos:

- Comercializar en el mercado local en el corto plazo.
- Comercializar en el mercado regional en el mediano plazo.
- Comercializar en el mercado nacional en el largo plazo.

Estrategias:

- Contactar y preparar un punto de venta en el municipio. Estudiar y promover otro punto de venta en el municipio. Plazo máximo tres meses. Responsable comité de gestión comercial.
- Contactar y analizar la demanda de los diversos mercados en la región. Informarse de ferias y de puntos de distribución. Contactar y preparar producción. Plazo de seis meses.
- Comercializar en el mercado nacional contactando y preparando producción para Manofacto en agosto y Expoartesánías en diciembre. Plazo máximo seis meses.

MUNICIPIO FUQUENE

Fechas: **Noviembre 03**

Cobertura: **20 artesanos**

Productos: **Cestería**

Tiempo de ejecución: **capacitación 60 horas.**

Asesoría 20 horas

Actividades realizadas: **Capacitación con el programa "Administrando mi taller artesanal"; Seguimiento y asesoramiento en los talleres artesanales; taller de manejo contable; taller de comercialización.**

El proceso de capacitación empresarial no ha terminado debido a la coyuntura política presentada anteriormente y al bajo nivel de escolaridad. Sin embargo, las artesanas han mostrado cierto interés para continuar con el desarrollo del programa de capacitación empresarial y se espera para la siguiente visita que la capacitación haya terminado y que se desarrolle el taller de comercialización y la continuación del apoyo y asesoramiento a los talleres artesanales.

Este es quizás uno de los municipios más difíciles del convenio dado el bajo nivel de escolaridad presentado en la comunidad artesanal. Sin

embargo, la metodología utilizada fue tan práctica y didáctica que los artesanos pudieron comprender el manejo del material contable. Como ejemplo se presentó el uso de mazorcas para explicar la parte de costeo por productos lo cual resultó muy divertido y práctico.

MUNICIPIO UBATE

Fechas: **Noviembre 02**

Cobertura: **18 artesanos**

Productos: **Tejidos, cestería**

Tiempo de ejecución: **capacitación 80 horas.**

Asesoría 20 horas

Actividades realizadas: **Capacitación con el programa "Administrando mi taller artesanal"; Seguimiento y asesoramiento en los talleres artesanales; taller de manejo contable; taller de comercialización.**

El programa de capacitación "Administrando mi taller artesanal" finalizó oportunamente, y se espera que para la siguiente visita se pueda desarrollar el taller de comercialización sin inconvenientes. El porcentaje de participación fue alto y constante durante el proceso de ejecución del programa. Igualmente, se desarrolló el taller de capacitación en manejo

contable sin novedad alguna. Los comentarios que mereció el programa de capacitación fueron muy buenos dado que la comunidad artesanal está organizada formalmente y necesita conocer el manejo administrativo con el fin de mantenerse y continuar con el desarrollo artesanal del municipio. El capacitador es el director de la Casa de la Cultura, lo que contribuyó a que hubiera una buena asistencia de parte de la comunidad artesanal.

MUNICIPIO LENGUAZAQUE

Fechas: **Noviembre 11 Noviembre 27**

Cobertura: **35 artesanos**

Productos: **Talla en carbón, carpintería**

Tiempo de ejecución: **capacitación 80 horas.**

Asesoría 40 horas.

Actividades realizadas: **Capacitación con el programa "Administrando mi taller artesanal"; Seguimiento y asesoramiento en los talleres artesanales; taller de manejo contable; taller de comercialización.**

El proceso de capacitación con el programa "Administrando mi taller artesanal" presentó numerosos inconvenientes lo cual trunco el buen desarrollo de la ejecución del convenio. Se presentaron incumplimientos y

negligencia por parte del capacitador asignado. Sin embargo, se logró cambiar éste, y el proceso se realizó de una forma distinta, recargándose el proceso de capacitación al pasante del convenio. Para tal fin se decidió que los artesanos vieran los vídeos y a su vez que leyeran los módulos, de tal forma, se entraría a reforzar y complementar lo estudiado. Afortunadamente, el nuevo capacitador tiene conocimientos en contabilidad lo que ayuda a mejorar la comprensión y entendimiento de lo visto en el programa. Sin embargo, el taller de capacitación en manejo contable se desarrolló de acuerdo a lo estipulado en el plan de operaciones. Se espera, que para la siguiente visita hayan visto los vídeos, de tal forma que se pueda desarrollar sin inconvenientes el taller de comercialización y a su vez, se complemente y asesore en los temas de contabilidad. Por otro lado, varios artesanos no asistieron a la capacitación con el programa "Administrando mi taller artesanal", ya que no mostraron interés para recibir la ejecución del convenio. La gran mayoría de los artesanos del municipio son menores de edad por lo que ha complicado la formalización de la comunidad artesanal. A su vez los menores de edad presentan problemas con la terminación de sus estudios, lo que puede discernir que no tienen mucho interés para aprender, sin embargo han asistido a todas las reuniones.

Taller de comercialización. El taller de comercialización se desarrolló de acuerdo a lo programado en el plan de operaciones. El taller se realizó de una manera muy dinámica teniendo en cuenta que la mayoría de los

artesanos son menores de edad por lo que mantener su atención es bastante difícil. La interacción entre la comunidad artesanal y el asesor fue muy fluida lo que contribuyó a que se diera buen entendimiento de lo visto en el taller. Dentro de las debilidades se encuentran un producto bien elaborado pero no es sobresaliente. Con respecto a la organización de los artesanos, ésta se puede ver truncada por la falta de unión de la comunidad y a su vez por la falta de interés. No se presenta alguna persona que pueda liderar el proceso de comercialización del municipio, lo que puede ocasionar la no-utilización de las herramientas aprendidas en el taller. Sin embargo, se diseñó la estrategia de comercialización y se espera que se ejecute de la manera más conveniente.

Objetivos específicos:

- Comercializar en el mercado local en el corto plazo.
- Comercializar en el mercado regional en el mediano plazo.
- Comercializar en el mercado nacional en el largo plazo.

Estrategias

- Contactar y proponer un proyecto de comercialización en el municipio con el Alcalde electo. Plazo máximo tres meses.
- Contactar las diferentes ferias de la región y prepararse con la producción de muy buena calidad. Plazo máximo siete meses.
- Contactar con Artesanías de Colombia S.A. la promoción y comercialización de los productos del municipio para Manufacto en

Agosto y Expoartesanías en diciembre. Responsable Comité de gestión comercial.

MUNICIPIO TENJO

Fechas: **Noviembre 15**

Cobertura: **15 artesanos**

Productos: **Papel reciclado, forja**

Tiempo de ejecución: **capacitación 80 horas.**

Asesoría 35 horas

Actividades realizadas: **Capacitación con el programa "Administrando mi taller artesanal"; Seguimiento y asesoramiento en los talleres artesanales; taller de manejo contable; taller de comercialización.**

En este municipio se ha presentado suma falta de interés por parte de la comunidad artesanal para recibir la ejecución cabal convenio, salvo el taller de artesanas de "Juaica Verde", quienes recibieron toda la capacitación con el programa "Administrando mi taller Artesanal", (capacitación realizada por Martha Florian) y han estado aplicando parte de lo aprendido con el programa. Los artesanos pensaron que iban a recibir dinero y que no destinarían tiempo para capacitarse; esta situación

imposibilitó tener una cobertura mayor, sin embargo, el taller que recibió la capacitación ha cumplido con todas las expectativas que se tenían. Con respecto a la capacitación empresarial, esta fue muy oportuna ya que las artesanas de Juaica Verde crearon su empresa asociativa de trabajo por lo que han necesitado con suma urgencia aprender a administrar su negocio artesanal. Por supuesto, los comentarios recibidos de parte de las artesanas acerca del programa de capacitación fueron muy positivos, ya que la metodología fue muy fácil de entender y aplicar en su labor cotidiana. Este grupo de artesanas está liderando el proceso artesanal en el municipio, lo que sin duda, dará ejemplo al resto de los artesanos en el mediano plazo. De esta manera se podrá ampliar la cobertura de los artesanos capacitados con el programa "Administrando mi taller artesanal", puesto que el material de apoyo para la capacitación es de uso colectivo, y no significa que conque se haya hecho esta capacitación, no se pueda hacer una futura.

Taller de comercialización. El taller de comercialización en este municipio se desarrolló exitosamente dándose una buena receptividad por parte del grupo artesanal, gracias al dinamismo del taller. Los comentarios que mereció el taller fueron muy favorables ya que les ayuda a enfocar el área de comercialización de la empresa. Como fortalezas se presenta la gran unión del grupo artesanal y sobretodo que se les ve una gran motivación y empuje para sacar la empresa adelante. Por otro lado se han movido muy bien ya que comercializan en Artesanías el Zipa en Unicentro, lo que está

ayudando a posicionar muy bien la marca dado por la variedad de consumidores y por el buen punto de venta. Existe una persona que lidera el proceso de comercialización, lo que junto a lo visto en el taller, ayudará sin duda alguna a que tengan éxito en el proceso. La estrategia de comercialización se describe a continuación.

Objetivos específicos:

- Comercializar en la feria de la gobernación entre los días 18 y 20 de diciembre del 2000.
- Contactar y comercializar en las ferias regionales en un plazo de tres meses.
- Contactar y comercializar en las ferias nacionales en un plazo de un año.

Estrategias:

- Controlar y preparar la producción requerida para la feria del 18 de diciembre. Responsable comité de gestión comercial. Lidera. Aura Calvo.
- Contactar los diversos canales de distribución y puntos de ventas en el mercado regional con propuestas atractivas para el mercado potencial.
- Contactar y preparar producción para las ferias de Manofacto en Agosto y Expoartesaniás en diciembre del 2001, con propuestas nuevas y diferentes. Plazo máximo tres meses. Responsable comité de gestión comercial.

MUNICIPIO SOPO

Fechas: Octubre 30 – Noviembre 01- Nov 22

Cobertura: 13 artesanos

Productos: Cerámica, porcelanocrón

Tiempo de ejecución: capacitación 80 horas.

Asesoría 40 horas.

Actividades realizadas: Capacitación con el programa "Administrando mi taller artesanal"; Seguimiento y asesoramiento en los talleres artesanales; taller de manejo contable; taller de comercialización.

El proceso de capacitación con el programa "Administrando mi taller artesanal" terminó satisfactoriamente de acuerdo a lo planeado por la capacitadora asignada. Sin embargo, se presentó cierto grado de deserción, lo que ocasionó que no se tuviera la cobertura esperada. El taller de capacitación en manejo contable se realizó exitosamente, y tuvo gran acogida entre las artesanas dado el alto grado de dinamismo e interacción entre las artesanas y el pasante.

Al igual como en otros municipios la ejecución del convenio fue muy oportuna, ya que en Sopó se conformó recientemente una asociación de artesanos, por lo que han necesitado conocer el manejo administrativo de

una microempresa. El grupo fue muy atento a la capacitación aunque haya sido reducido. Además, la artesana que colaboró con realizar la multiplicación tiene muy buena aceptación dentro del grupo artesanal y por otro lado es quién lidera gran parte de las gestiones en comercialización.

Taller de comercialización. El taller de comercialización se desarrolló de acuerdo a lo planeado en el plan de operaciones. El taller se desarrolló de una manera didáctica y dinámica, lográndose una excelente interacción entre el grupo artesanal y el asesor del convenio. Los comentarios fueron muy positivos ya que surgieron muy buenas ideas para comercializar en algunos mercados potenciales, y que ayudó a cambiar la visión para analizar el mercado existente y potencial. Las fortalezas que muestra el municipio son que la comunidad artesanal está muy motivada para sacar adelante la organización artesanal. Presentan también un buen diseño y acabado de los productos, gracias a la asesoría en diseño. Por la cercanía a Bogotá, y con un buen proyecto de comercialización en el municipio se puede crear un buen mercado permanente. Existen algunas personas que pueden liderar muy bien el proceso de comercialización en el municipio. La estrategia de comercialización se definió de la siguiente manera:

Objetivos específicos:

- Comercializar en el mercado local en el corto plazo.
- Comercializar en el mercado de Bogotá y de la región en el mediano plazo.

- Realizar un sondeo de mercado a nivel local y a nivel regional.

Estrategias:

- Contactar al gerente comercial de Alpina- Sopó en un plazo máximo de dos meses y presentarle una propuesta de comercialización de las artesanías del municipio.
- Ubicar un punto de venta en el municipio en el centro cultural con un plazo máximo de dos meses.
- Para realizar el sondeo de mercado, se investigarán precios y productos de la competencia, mirar el mercado potencial, y analizar demás factores. Responsable el comité de gestión comercial.

MUNICIPIO DE GUATAVITA

En este municipio se realizaron cuatro visitas en las cuales se tenía como objetivo convocar y ejecutar el convenio en todas sus áreas de acción. Las visitas se realizaron en las siguientes fechas, agosto 31, octubre 18, octubre 24 y diciembre 04. En estas visitas se contó con la presencia de la Dra. Diana Herrera y de la coordinadora del convenio, Ana Isabel Aguilar. A pesar de haberse hecho la convocatoria con la suficiente anticipación por medio escrito ante el alcalde saliente del municipio, la comunidad artesanal no mostró algún interés por asistir y por organizarse para iniciar la ejecución del convenio. Por otro lado, la comunidad no tiene interés en organizarse, porque no han tenido una buena experiencia con el manejo del centro artesanal del municipio, ya que ha prevalecido el interés particular sobre los intereses colectivos en este lugar. En conclusión, la comunidad artesanal tiene problemas de unión, comunicación y de motivación, lo que hace que el proceso sea muy complicado y complejo de iniciar.

CONCLUSIONES

En términos generales, la ejecución del convenio se realizó cabalmente de acuerdo a lo programado en el plan de operaciones, salvo lo presentado en Guatavita, donde la comunidad artesanal no mostró algún interés por recibir la ejecución del convenio. Las diversas comunidades artesanales de los municipios a asistir por el convenio recibieron un programa completo para el desarrollo artesanal del municipio donde se asesoró en las áreas organizativa, administrativa y comercial, en diseño y en capacitación técnica del oficio. Cada área de apoyo coadyuva a una mejora sistémica y ordenada de la actividad artesanal, propugnando por una mejora en las dimensiones sociales y económicas de la comunidad, teniendo en cuenta que ésta no ha gozado del buen nombre ni del valor que ha merecido desde hace mucho tiempo. La Gobernación de Cundinamarca y Artesanías de Colombia S.A. han realizado sin duda alguna una labor inconmensurable e invaluable con las diversas comunidades, iniciando un proceso que cambiará las vidas de cada uno de los artesanos y a su vez generará una dinamización de sus economías en el mediano y largo plazo.

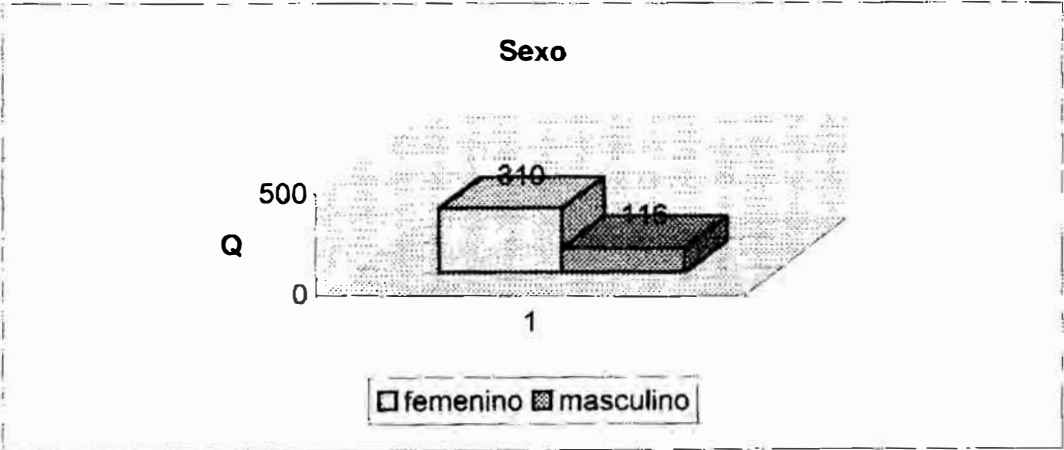
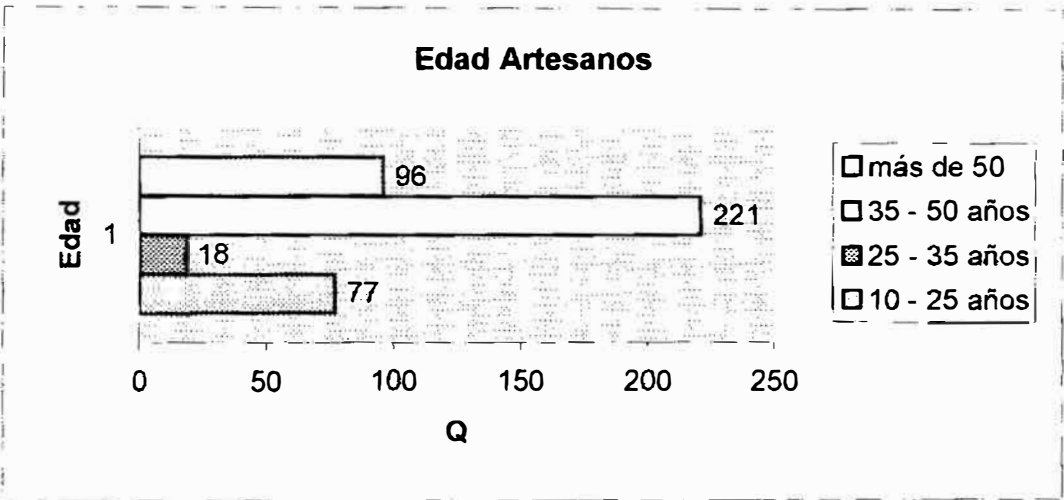
Cabe anotar y recomendar que el apoyo no se debe detener en este punto, y es ahora cuando se deben crear nuevos proyectos que le den

continuidad y prosperidad a lo iniciado en los diferentes municipios. Es por eso que se necesita continuar en las áreas de comercialización y diseño, por ejemplo, promoviendo su oficio, dándole la importancia y el empuje que es ahora cuando más lo necesitan. Esto implicaría que las diversas organizaciones artesanales entrarán dentro de un proyecto de incubadoras, donde se les brindara de todas las herramientas que fueren necesarias para que salgan al mercado de una manera estratégica y exitosa. Lo más difícil para que una empresa por grande que sea, es precisamente iniciar un proyecto de comercialización, etapa en la cual la gran mayoría de planes de negocios llegan a su final. Diseñando proyectos que desarrollen precisamente estas variables, se darán resultados muy positivos en el mediano y largo plazo en los diferentes municipios. Los proyectos que se diseñen pueden estar enfocados en las áreas de estudios de mercado o en la oportunidad de abrir mercados en otras plazas, como la internacional. Queda solo por comentar que el proceso fue muy gratificante y satisfactorio sabiendo que las comunidades son difíciles y que la coyuntura política y social no ha contribuido al libre desarrollo de algún proyecto por fuera de la ciudad.

CONSOLIDADO TOTAL. INFORME CUALITATIVO

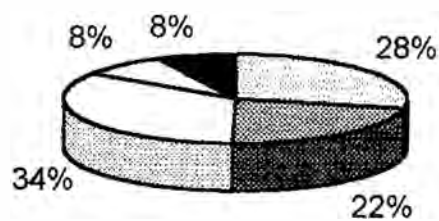
La consolidación de la información de cada uno de los municipios arrojó los siguientes resultados. La edad de los artesanos predomina entre los 35 y 50 años, lo que quiere decir que el oficio artesanal en Cundinamarca tiene tradición y costumbre, predominando el sexo femenino. Con relación al tiempo dedicado entre semana se presentan dos tendencias predominantes, la de 20 a 30 horas y la de 0 a 10 horas a la semana. Se puede discernir que el oficio no es adquirido como una fuente de ingreso fija y única y eso lo explica las otras actividades a las que se desempeñan. Sin embargo, utilizan en su mayoría todo el año para elaborar las artesanías, lo que hace que el hábito no se pierda y se dé alguna continuidad al oficio. Efectivamente, la otra actividad que predomina es la labor del hogar, lo que se explica en parte por el gran número de artesanos de sexo femenino. Le sigue la actividad agropecuaria, lo que se sustenta por la gran población que vive en la zona rural, cerca del 67% de la muestra. Las principales necesidades que se manifiestan en la población son en las áreas de diseño y en la gestión comercial, lo que lleva a concluir que la comunidad necesita más apoyo continuo acerca de los temas en mención. El nivel de estudio que prevalece es el de primaria, lo que explica, el tipo de población predominante. En Cundinamarca predominan dos oficios principalmente, el de la tejeduría, el cual incluye tejidos en macramé, en lana virgen, entre otros, y la cestería.

CONSOLIDADO TOTAL



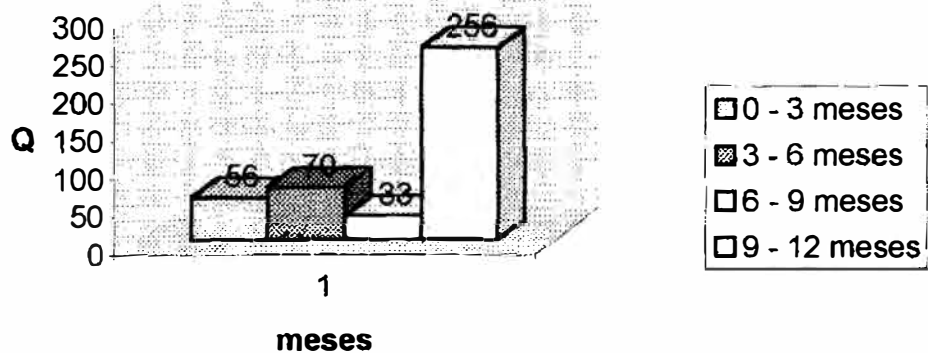
CONSOLIDADO TOTAL

Tiempo dedicado semana

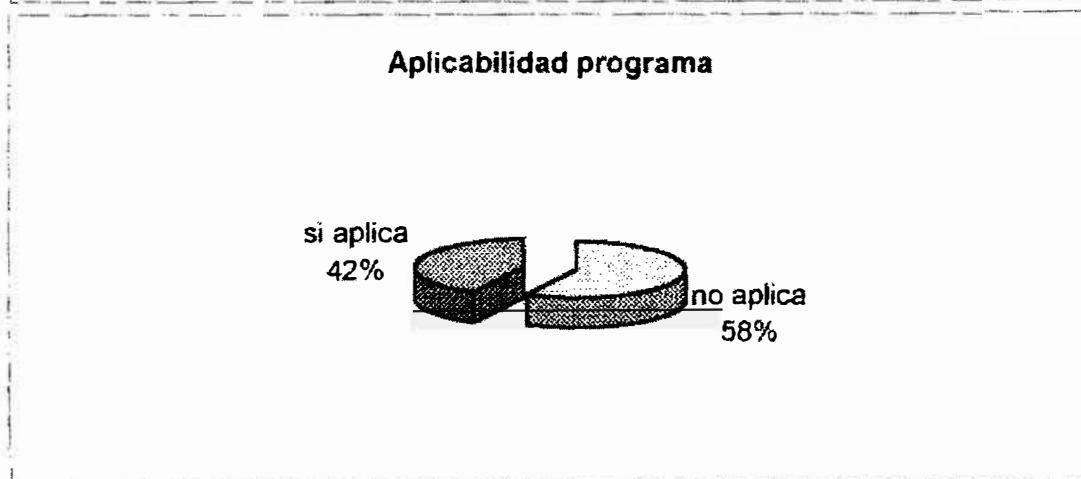
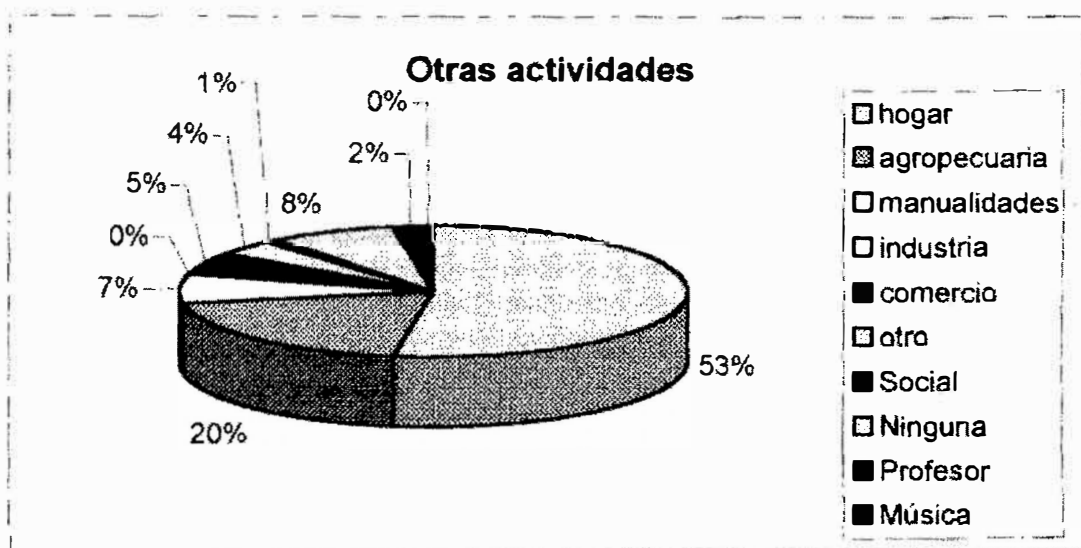


□ 0 - 10 horas ■ 10 - 20 horas □ 20 - 30 horas
□ 30 - 40 horas ■ más de 40h

Meses dedicado artesanía

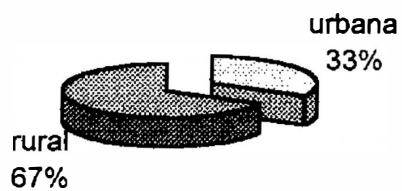


CONSOLIDADO TOTAL

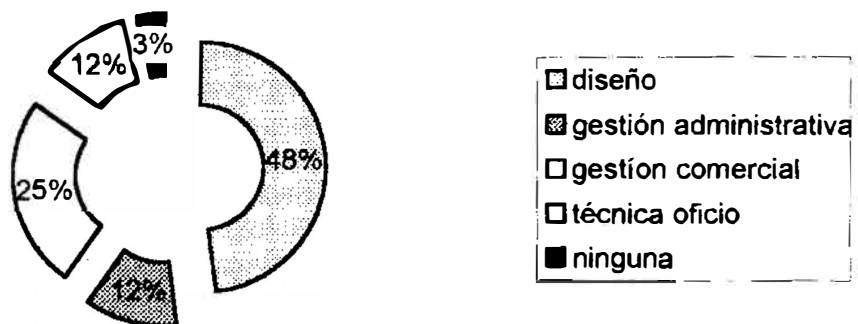


CONSOLIDADO TOTAL

Tipo población

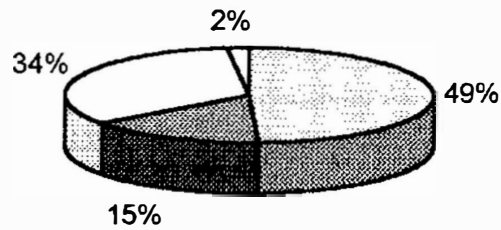


Principal necesidad



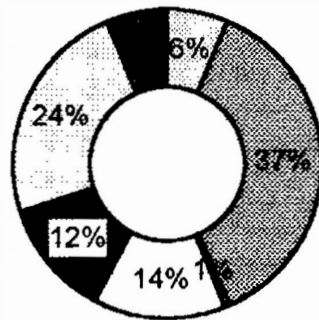
CONSOLIDADO TOTAL

Nivel estudio



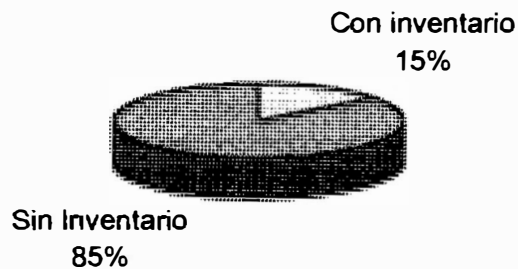
□ Primaria ■ Bachillerato incompleto □ Bachiller □ Universitario

Oficios



□ Muñequería
■ Tejeduría
□ Modistería
□ Cerámica
■ Manualidades
□ Cestería
■ Neoartesanía

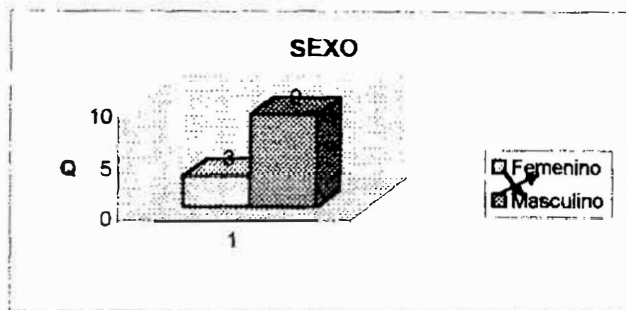
Inventario



Informe cualitativo Fuquene.

El estudio exploratorio arrojó como resultado los siguientes datos. Prevalece el rango de edad entre los 35 y 50 años de edad, lo que da a entender que el oficio es tradicional, y se puede discernir que se dará muy buena continuidad dado que el resto de la población está en los rangos de 25 a 35 años, prevaleciendo el sexo femenino. Con relación al tiempo dedicado semanalmente el 66% de la población dispone de más de cuarenta horas, lo que significa que el oficio es un hábito y se tiene como una fuente de ingreso. Información que se corrobora, ya que la comunidad artesanal en su mayoría dedica entre 9 y 12 meses. Dos actividades prevalecen paralelas al oficio artesanal, el hogar y la agricultura. Con respecto a la aplicabilidad del programa se estima que un 67% del grupo estará aplicando lo visto en el proceso. EL tipo de población es en un 100% rural, lo que explica el bajo nivel de educación, ya que el 92% de la comunidad tiene estudios en primaria. En lo referente a las principales necesidades que presenta el municipio se tienen las áreas de diseño y de comercialización. El oficio que prevalece en el municipio es el de la cestería. Con respecto al manejo de inventario se estima que un 83% no maneja inventario, lo que se explica por el nivel de estudio de la comunidad lo que dificulta la comprensión y el uso de la información suministrada.

Municipio de Fuquene



Municipio de Fuquene

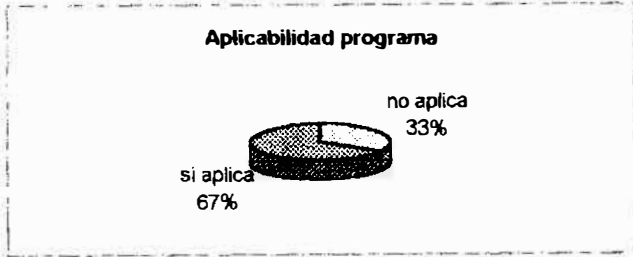
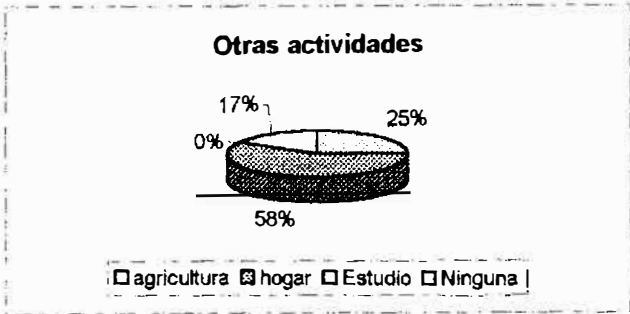
Tiempo dedicado semanalmente



Meses dedicados artesanías

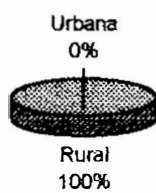


Municipio de Fuquene

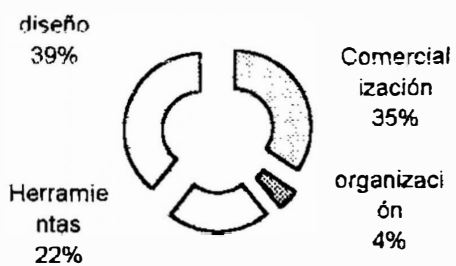


Municipio de Fuquene

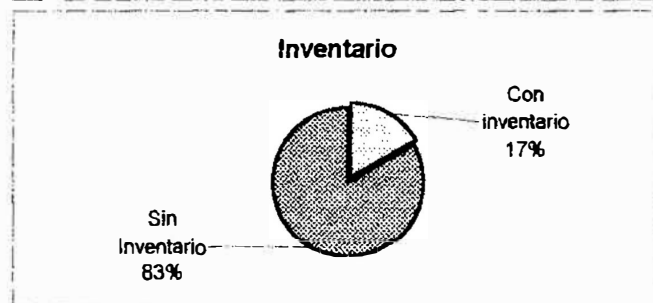
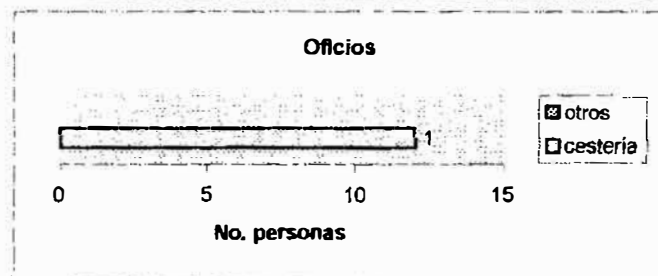
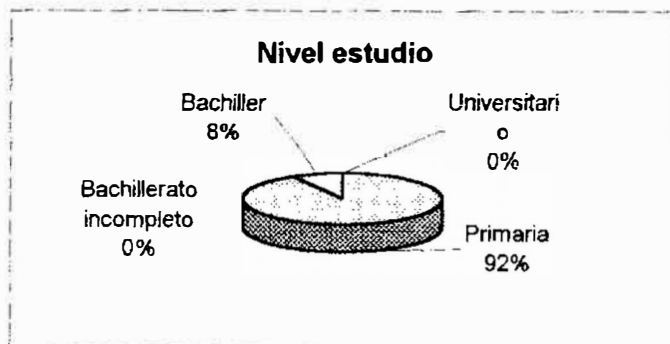
Tipo población



Principal necesidad

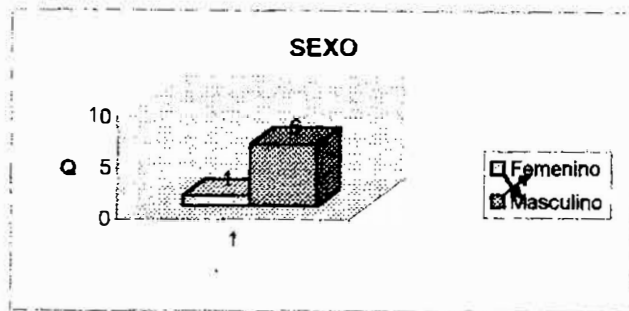
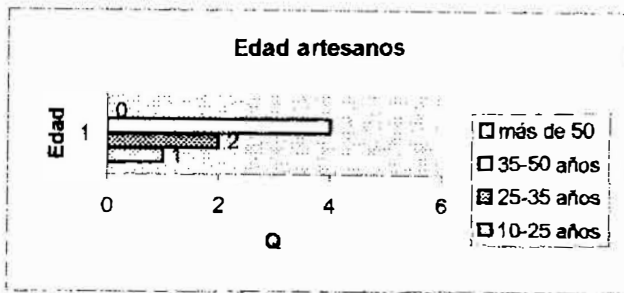


Municipio de Fuquene

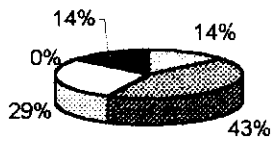


Informe cualitativo Tenjo.

El estudio exploratorio que se realizó en el municipio arroja como resultado los siguientes datos. La edad que prevalece es la de 35 a 50 años, sin embargo se da una buena continuidad dado que el resto de la comunidad es joven todavía, prevaleciendo el sexo femenino. Con respecto al tiempo dedicado semanalmente, en su mayoría destinan entre 10 y 20 horas, y a su vez se dedican entre 9 y 12 meses al año. Esto quiere decir que el oficio ofrece un sustento significativo pero no lo suficientemente relevante, ya que se dedican a otros oficios como el del hogar; entre otros. El programa se está aplicando sin inconvenientes, lo que se explica por el alto grado de motivación que presenta la comunidad artesanal. El tipo de población en su mayoría es de urbana. La principal necesidad se manifiesta en la parte de comercialización, lo que hace que sea oportuno el apoyo en esta área por parte del convenio. El nivel de estudio que prevalece es de bachillerato incompleto lo que es un nivel aceptable, dado que la población en su mayoría es urbana. Los oficios que se desarrollan en el municipio es el papel reciclado y la forja en hierro, sin embargo el oficio más organizado es el primero. El taller de papel reciclado, está bien organizado y manejan inventario, así como las demás herramientas necesarias para administrar el taller artesanal.

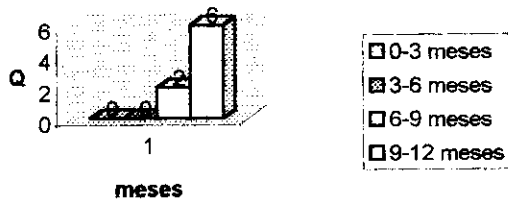


Tiempo dedicado semanalmente

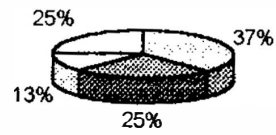


□ 0-10 horas ▨ 10-20 horas □ 20-30 horas
□ 30-40 horas ■ más de 40 h

Meses dedicados artesanías



Otras actividades

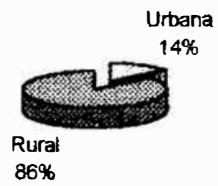


otro hogar Estudio Ninguna

Aplicabilidad programa



Tipo población



Principal necesidad

