

artesanías de colombia
MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO

**PROYECTO PROMOCION ARTESANAL EN LOS
MERCADOS INTERNO Y EXTERNO**

Santafé de Bogotá, junio 2000

**CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS
GUIA PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

NOMBRE DE LA ENTIDAD SOLICITANTE Y SIGLA: ARTESANIAS DE COLOMBIA S.A.

IDENTIFICACION DEL PROYECTO

TÍTULO DEL PROYECTO: PROMOCION ARTESANAL EN LOS MERCADOS INTERNO Y EXTERNO

FECHA DE INICIACION (Día/Mes/Año): 0000	FECHA DE TERMINACION (Día/Mes/Año): 31/07/2001
---	--

LUGAR DE SEDE DEL PROYECTO: SANTAFE DE BOGOTA

AMPLIACIÓN GEOGRÁFICA (Ciudades y/o poblaciones): NACIONAL

INFORMACION SOBRE FINANCIACION DEL PROYECTO

	Valor \$	%
Recursos Propios de la entidad solicitante	\$ 688,626,243	46.22%
Recursos generados por pagos de beneficiarios	\$ 30,000,000	2.01%
Recursos aportados por otras entidades	\$	0.00%
Recursos aportados por entidades Gubernamentales (Nal, Dptal, Mpal):	\$	0.00%
Donaciones	\$	0.00%
Cooperación Internacional	\$	0.00%
Otros aportes	\$	0.00%
Financiación solicitada a la Corporación	\$ 771,348,961	51.77%
VALOR TOTAL DEL PROYECTO	\$ 1,489,975,204	100.00%

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

FORMACION DE LA ENTIDAD RESPONSABLE DEL PROYECTO

OBJETIVO SOCIAL / MISION :

Las microempresas de Colombia tiene como propósito contribuir al mejoramiento integral del sector artesanal para lograr su competitividad, elevando la calidad de vida de los artesanos, desarrollando procesos tecnológicos, comercialización de productos, promoción y capacitación. Estimulando el desarrollo profesional del recurso humano que atiende el sector, garantizando la sostenibilidad del medio ambiente y la preservación del material cultural vivo; logrando así, la participación creciente del sector en la economía del país.

DEPARTAMENTO Cundinamarca		CIUDAD Santafé de Bogotá	
IDENTIFICACION No. 18-60	TELEFONO (S) 2861766 /2846900	FAX 2837547	E-MAIL gerenci@colomsat.net.co

NOMBRE Y CARGO DEL PERSONAL RESPONSABLE

REPRESENTANTE LEGAL LILIANA DUQUE DUQUE	CARGO GERENTE GENERAL	Cédula de Ciudadanía No: 24.469.020 de Armenia
RESPONSABLE DE LA ENTIDAD LILIANA DUQUE DUQUE	CARGO GERENTE GENERAL	
RESPONSABLE DEL PROYECTO LILIANA DUQUE DUQUE	CARGO DIRECTORA EXPOARTESANIAS	

CONDICION Y ASPECTOS LEGALES

FECHA DE CONSTITUCION MAYO DE 1964	NIT No. 860,007,887-8	PERSONERIA JURIDICA
--	---------------------------------	----------------------------

RECURSOS Y APORTANTES DE LA ENTIDAD

RECURSOS (entidades o personas naturales) CAJA AGRARIA EMPRESA COLOMBIANA DE TURISMO	APORTANTES ACTUALES (entidades o personas naturales) - FIDUCOLDEX S.A. - INSTITUTO DE FOMENTO INDUSTRIAL - CAJA DE CREDITO AGRARIO - CORPORACION NACIONAL DE TURISMO - CORPORACION FINANCIERA DE DESARROLLO - FEDERACION NACIONAL DE CAFETEROS - COMPAÑIA AGRICOLA DE SEGUROS - EMPRESA COLOMBIANA DE PETROLEOS. - - - -
---	---

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

DESCRIPCION DE ACCIONES Y PROYECTOS EJECUTADOS CON EL PLAN NACIONAL PARA LA MICROEMPRESA (1.984-2.000) Y/O DE APOYO AL DESARROLLO RURAL

1. Construcción Plaza de los Artesanos y la Pequeña Empresa

Mediante el Contrato No. 0191, suscrito en 1996 por Artesanías de Colombia y la Corporación para el Desarrollo de las Microempresas, se realizaron las obras complementarias de terminación de la primera etapa del Parque y además se determinaron las siguientes normas para la puesta en marcha de esta infraestructura:

- Garantizar el uso de las instalaciones de la Plaza como recinto ferial para artesanos y microempresarios
- Dar a conocer la cofinanciación que realizó la CDM, a través de la difusión en los eventos que se desarrollen en la Plaza y en los impresos que se distribuyan

2. Estrategia de Comercialización. Ferias de Artesanos Microempresarios 1998

Artesanías de Colombia suscribió con la Corporación para el Desarrollo de las Microempresas el Contrato No. 0323 en 1998, mediante el cual se realizaron las siguientes actividades:

- Apoyo Directo al Mercadeo: se asesoró y asistió técnicamente a 967 grupos indígenas, rurales y urbanos de artesanos microempresarios de todo el país, en diseño e innovación de productos, rescate y conservación de productos tradicionales, manejo de materias primas, costeo de productos, desarrollo de empaques y exhibición, diversificación de la producción, costeo de productos, identificación de oportunidades comerciales, penetración de mercados internacionales y manejo de pedidos post-feria.
- Apoyo Directo a la Comercialización: En el mes de agosto se inauguró la Plaza de los Artesanos y de la Pequeña Empresa con la realización de la feria Manofacto exptendencia Artesanal, en la que participaron 86 expositores representantes de grupos indígenas, campesinos y urbanos de diferentes zonas del país. A este evento asistieron más de 11.000 visitantes, quienes realizaron compras por 119 millones de pesos.
- En diciembre se realizó la VIII versión de Expoartesanías, en las instalaciones de Corferias. Asistieron 760 expositores de 30 departamentos del país con una muestra representativa de las diferentes expresiones de la cultura material colombiana. Las ventas registradas superaron los 2.600 millones de pesos. En el marco de estos dos eventos se realizaron ruedas de negocios con compradores de 20 países, quienes hicieron negociaciones por US\$ 1.176.000.

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

3. Estrategia de Comercialización para la Producción Artesanal del Eje Cafetero y de Zonas Indígenas, rurales y Urbanas.

Con la ejecución de este proyecto se beneficiaron 242 unidades productivas artesanales del país, correspondientes a 44 grupos indígenas, 66 rurales y 132 urbanas. Estos grupos recibieron asesoría y asistencia técnica en aspectos vinculados con el mercadeo y la comercialización. En este último campo los artesanos participaron activa y exitosamente en los siguientes eventos comerciales:

- **Manofacto 99.** Esta Feria se realizó del 6 al 16 de agosto de 1999, en el recinto ferial Plaza de los Artesanos y de la Pequeña Empresa, con la participación de 170 artesanos microempresarios, quienes obtuvieron ventas por \$228.192.400.
- **Feria Artesanal Indígena de América.** Este evento se constituyó en el primer encuentro de la cultura material de pueblos indígenas de Colombia y América. Durante 10 días, comprendidos entre el 15 y el 24 de octubre de 1999, se realizó esta feria, que contó con la participación de 47 representantes indígenas y la visita de cerca de 20.000 personas que hicieron compras por \$171.081.480.
- **Feria Artesanal del Eje Cafetero.** Como parte del proceso de reactivación del sector artesanal del Eje Cafetero, se realizó esta feria del 19 al 23 de abril del 2000. A este evento asistieron 107 artesanos que colocaron en el mercado mercancías por más de \$150.000.000.

El siguiente cuadro muestra los resultados de los eventos comerciales cofinanciados por la Corporación para el Desarrollo de las Microempresas:

NOMBRE DEL EVENTO	No. EXPOSITORES	No. VISITANTES	VENTAS
Expoartesanías 98	760	90.000	2.600.000.000
Manofacto 98	86	11.000	119.000.000
Manofacto 99	170	19.000	228.192.400
Feria Indígena de América	47	20.000	171.081.480
Feria Artesanal del Eje Cafetero	107	12.500	115.250.000

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

PERFIL DEL PROYECTO

Población Objetivo

Los beneficiarios se clasifican en tres grupos, de acuerdo con el nivel de desarrollo que sus unidades productivas hayan alcanzado, utilizando como indicador fundamental la estructura de distribución de sus productos:

1. Artesanos Tradicionales que manejan mercados locales

Se han identificados 50 unidades productivas cuyos productos no han desbordado el mercado local por falta de oportunidades de comercialización y por tanto de adecuación de su oferta a ámbitos de otro orden. Este grupo está compuesto por las siguientes comunidades: a) comunidades indígenas de las regiones de la Orinoquía, Amazonía y de los departamentos del Cauca y Chocó expertas en los oficios de tejeduría con fibras duras y talla en madera; también hacen parte comunidades de la Guajira, Cesar y Cauca con amplia tradición en tejeduría con fibras blandas. b) comunidades rurales de los departamentos del Cauca, Huila, Boyacá, Cundinamarca, Tolima, Antioquia y Santander dedicadas a los oficios de la cerámica, alfarería y tejeduría con fibras blandas y duras; Valle, Quindío, Risaralda, Caldas, Bolivar, Atlántico, Córdoba y Sucre, con amplio dominio en trabajos con madera.

2. Artesanos tradicionales y contemporáneos que manejan mercados regionales y ocasionalmente el nacional.

Son unidades productivas que han cedido a mercados regionales y ocasionalmente al nacional con buenos resultados. Este grupo está conformado por talleres que se han consolidado como productores de objetos artesanales competitivos en cantidad, calidad, precio y dinámica innovadora con proyecciones estables en el mercado interno.

Corresponden a esta caracterización tanto comunidades indígenas como rurales y urbanas dedicadas a los oficios de la cerámica, madera, tejeduría, papelería con residuos vegetales reciclables, vidriería, cerería y metalistería, este último con énfasis en la forja en hierro.

3. Artesanos tradicionales y contemporáneos que superan la demanda nacional y de manera aislada y marginal han accedido al mercado internacional.

Son unidades productivas cuya capacidad de producción y abastecimiento rebasa el consumo nacional y por tanto están facultadas para desarrollar un plan de exportación, puesto cuentan con las siguientes condiciones: a) Poseen una cifra de negocios segura, una estructura sólida, y un mercado establecido; b) Disponibilidad para realizar un esfuerzo sostenido de penetrar en el mercado exterior; c) Apertura a cambios en su estructura para

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

adaptarse a su plan exportador; d) disponibilidad de recursos humanos que asuman la gestión de exportación; e) disponibilidad de recursos financieros que permitan aplicar fondos al presupuesto que el plan exportador requiere; f) Capacidad productiva suficiente para satisfacer los pedidos externos; g) Capacidad para innovar y crear líneas de productos demandados por el mercado exterior.

En Colombia el número de establecimientos artesanales con estas condiciones no supera una cantidad mayor a 30 y corresponden en su orden a talleres urbanos, rurales e indígenas con productos en cerámica, madera, fibras duras y blandas.

El Sector Artesanal y la Economía Regional y Nacional

El papel que ha venido jugando en los últimos años la actividad artesanal va más allá de la complementariedad económica y de la exclusividad reproductora de la cultura. Hoy día cobra una nueva dimensión que la proyecta como actividad económica principal para cerca de 1.000 talleres o unidades productivas, con estrategias generadoras de ingresos, empleo y conservación de identidad.

En cada comunidad, pueblo, región y en el propio país, el sector artesanal se está orientando como factor de desarrollo y se ha introducido en los diferentes planes gubernamentales, junto con actividades de importancia económica como el agro, la industria, los servicios y la cultura. En el ámbito municipal, donde existe vocación y tradición artesanal, las administraciones locales le conceden a la producción artesanal un espacio dentro de sus proyectos de desarrollo social. De igual manera, en los departamentos, través de los Fondos Mixtos de Cultura se proyecta el sector artesanal como fuente generadora de recursos económicos que contribuye a disminuir el desempleo y a desencadenar procesos de paz y de cultura.

ANTECEDENTES

Mercado Nacional e Internacional

Los registros reportados en los diferentes estudios de mercado, que se han realizado en los eventos comerciales, muestran la evolución que ha tenido la artesanía en los mercados interno y externo. En los últimos años entidades como Artesanías de Colombia, la Corporación para el Desarrollo de las Microempresas y demás comprometidas con el desarrollo del sector artesanal se ha ampliado la oferta de manera competitiva en términos de calidad, diversidad, precio y cantidad, y se ha captado una demanda especializada que ha introducido dentro de su consumo la adquisición de bienes artesanales utilitarios y decorativos.

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

La participación del producto artesanal en el mercado, fundamentalmente a través de eventos comerciales como Ferias, misiones comerciales y ruedas de negocios reportan la creciente penetración de la artesanía en el consumo interno y externo. En 1999 en los eventos Expoartesánias, Manofacto y Feria Indígena de América, se acumularon ventas por 4.040 millones de pesos, que con relación a los dos primeros eventos realizados en 1998, muestran un crecimiento del 38% y el 92% respectivamente. Igualmente, las ventas realizadas directamente por Artesanías de Colombia crecieron con relación a 1998 en un 21%, pasando de 535 millones a 650 millones en 1999, de los cuales un 18% se dirigió al mercado internacional.



En 1999 del total de expositores que participaron en la Feria Expoartesánias, un 27% realizó ventas en el exterior, por valor de \$1.096.386.251¹, lo que refleja un incremento de 10 puntos con respecto a los que exportaron en 1998², como lo muestra el gráfico No. 2.

Estas cifras a pesar de su escasa participación en el total del comercio exterior colombiano están indicando una evolución dinámica de la actividad artesanal en la conquista del mercado.

Esta incursión creciente en el mercado es la respuesta al enfoque integral que Artesanías de Colombia le ha dado a la actividad artesanal, mediante el fortalecimiento de la organización del sector, la sostenibilidad de los recursos naturales fuentes de materias primas, la adecuación tecnológica, la constante innovación y desarrollo de productos, la apertura de

¹ Artesanías de Colombia. Estudio de Mercado Expoartesánias 99.

² Artesanías de Colombia, Corporación para el Desarrollo de las Microempresas. Estudio de Mercado Expoartesánias 98.

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

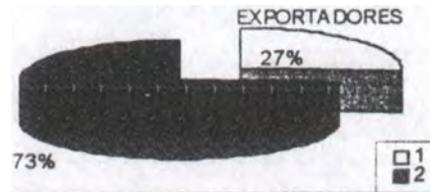
nuevos canales de comercialización y la identificación de la demanda hacia la cual se dirige la producción.

GRAFICO 2

PORCENTAJE DE ARTESANOS DE EXPOARTESANIAS 98 QUE REALIZARON EXPORTACIONES



PORCENTAJE DE ARTESANOS DE EXPOARTESANIAS 99 QUE REALIZARON EXPORTACIONES



Organización para la Producción

En este campo se realizaron actividades orientadas a la capacitación y fortalecimiento de las habilidades y destrezas en los diferentes oficios artesanales; mejoramiento de la gestión administrativa, desarrollo humano integral y organización de redes de producción. Estas actividades se ejecutaron en grupos artesanales de diferentes zonas del país, como en el Uraba Antioqueño con el grupo de mujeres artesanas dedicadas al oficio de la tejeduría en calceta de plátano. Igualmente, con artesanos indígenas y rurales de los departamentos del Amazonas, Caquetá, Córdoba, Guajira, Guaviare, Cauca. Algunas de estas acciones se apoyaron en materiales técnicos y pedagógicos que permitieron la formación de 142 artesanos multiplicadores que replicaron su conocimiento en otros 1.178 artesanos³.

Recuperación y Preservación de Especies Naturales Utilizadas como Materias Primas en la Producción Artesanal

Este ha sido un tema que Artesanías de Colombia ha fomentado, en asocio con entidades especializadas como la FES y el Instituto para la Biodiversidad Von Humbolt. En el Trapecio amazónico se desarrolló un proyecto para la recuperación y repoblamiento del

³ Artesanías de Colombia, Informe de Gestión 1999

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

“Palo Sangre” o “Granadillo” y del “Balso”, especies maderables ampliamente utilizadas por las comunidades indígenas para la fabricación de objetos artesanales dirigidos al mercado. En el departamento del Caquetá se estableció un plan de manejo de la palma de Chonta; en Bolívar, en el municipio de San Jacinto se realizó el repoblamiento de plantas tintóreas y se asesoró a un grupo de 220 artesanas, pertenecientes a una cooperativa, en la optimización del uso de materias primas; en Magangué, con 53 artesanos se estableció un plan para el manejo de la palma sará. En Ricaurte, Nariño, Sibaté y Soacha en Cundinamarca, Guamo en el Tolima, Supía y Aguadas en Caldas se investigó sobre plantas tintóreas. En el Quindío, técnicos de la China, expertos en silvicultura están desarrollando un proyecto para el cultivo y propagación del bambú y guadua nativas

Desarrollo Tecnológico

La adecuación tecnológica de los medios de producción es un componente que se ha incorporado en el proceso productivo artesanal con el propósito de optimizar procesos que garanticen mayores niveles de calidad y productividad. Con el Apoyo del gobierno de la China, 20 talleres de Guatavita y 7 de Bogotá, se benefician con la transferencia y difusión tecnológica en el oficio de la cerámica, adaptando en sus procesos de producción hornos a gas y eléctricos para homogenizar temperaturas de quema, esmaltadora con base en un torno eléctrico, nuevas técnicas para secado de pastas y moldes, calibrado y cortes de pastas.

Igualmente, en 30 talleres de Ráquira, Boyacá y en 5 de los departamentos de Huila y Tolima, dedicados a la cerámica y la alfarería, expertos chinos transfirieron conocimientos en el análisis de arcillas locales, construcción y operación de hornos con base en carbón, tecnología de torno de tarraja y tecnología de esmaltes. En Filandia, Circacia y Salento municipios del departamento del Quindío, 34 unidades productivas dedicadas a la cestería están siendo asesoradas en el uso de herramientas adecuadas, técnicas de tejido y trenzado y sustitución de los bejucos, tradicionalmente utilizados, por el bambú y la guadua.

La tecnología de la información es un tema que Artesanías de Colombia está impulsando con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo - BID- a través de un proyecto que tiene como propósito crear una red de información dirigida a artesanos, proveedores de materias primas, comercializadoras, investigadores del diseño y la artesanía en general, lo cual contribuirá a mejorar los niveles de competitividad del producto artesanal y facilitará la inserción de éste en los mercados nacional e internacional. Este proyecto se inició en octubre del 1999 y su duración es de tres años, con un costo de 730 mil dólares, de los cuales el BID aporta 250 mil. La incidencia de este proyecto en la apertura de nuevos mercados es decisiva y exige el aporte de otras fuentes de financiación.

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

Diseño, Innovación y Desarrollo de productos

La aplicación del diseño y la renovación de productos ha sido una constante en el trabajo realizado por Artesanías de Colombia. Para ello, se cuenta con tres laboratorios de diseño para la artesanía, localizados en Bogotá, Armenia y Pasto.

La sede de Bogotá atendió 18 departamentos del país, en los que asesoró a 1.640 artesanos de 21 oficios diferentes y con quienes desarrolló 1.000 nuevos productos⁴. La Unidad de Pasto asesoró 590 artesanos de los departamentos de Putumayo y Nariño e impulsó el desarrollo de 102 nuevos productos⁵. Desde Armenia se cubrieron los departamentos de Quindío, Caldas, Risaralda y Valle, donde se asesoraron 1.593 artesanos de 357 talleres y se desarrollaron 96 nuevos productos⁶.

Comercialización

La comercialización de los productos nuevos y tradicionales se ha basado en una política de precios competitivos, la definición de productos líderes, el acceso directo al mercado externo y la acumulación de experiencia y conocimiento en el campo de la comercialización.

Con este propósito Artesanías de Colombia adelanta procesos para articular con efectividad la promoción comercial y atender las exigencias de los diferentes mercados. Con ello busca, igualmente promover el crecimiento integral de la población artesana, a través de oportunidades de negocios y la ampliación de mercados no solo a nivel regional y nacional, sino también internacional.

Dentro de la gestión moderna, el posicionamiento y la comercialización de productos se logran participando en eventos planificados, y organizados como ferias, misiones, ruedas de negocios y muestras comerciales, ya que son los mecanismos más acertados para lograr que los artesanos adquieran su propio espacio para la apertura de nuevos mercados, el posicionamiento de sus productos y el conocimiento de la competencia dentro de un mercado que le exige capacitarse y proyectarse hacia el futuro con ingenio, creatividad e innovación.

Estos importantes avances en la construcción de un sector artesanal sólido y fuerte en el concierto nacional e internacional, se mantienen y afianzan si se apoyan en nuevos retos y se expanden sus beneficios hacia nuevos grupos de artesanos, de manera que se incremente y especialice la oferta.

⁴ Unidad de Diseño Bogotá, Artesanías de Colombia, Informe General 1999

⁵ Unidad de Diseño Pasto, Artesanías de Colombia, Informe General 1999

⁶ Artesanías de Colombia, Informe de Gestión 1999

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

En este sentido, se propone en este proyecto articular a esta dinámica unidades productivas o talleres, mediante un esquema en el que se categoriza por niveles de desarrollo a los talleres, y dependiendo del grado en que se encuentren, iniciar o continuar su ~~preparación~~ formación y formación, para que de manera integral adquiera todas las condiciones requeridas para alcanzar su competitividad bien sea en el mercado interno o externo.

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

UBICACION DE LA PROBLEMÁTICA

El sector artesanal colombiano en general, pese a los avances logrados y a su incursión en los diferentes mercados aun no reúne las condiciones necesarias para sostenerse de manera continua y permanente en el mercado nacional e internacional. Factores como la temporalidad en el oficio, la baja producción, la comercialización estacionaria en los diferentes ámbitos, el desconocimiento de las exigencias del consumidor, la baja capacidad innovadora, entre otros, condicionan drásticamente la dinámica del crecimiento, afianzamiento y peso de la actividad artesanal en la economía nacional

Estos condicionantes expresados de manera diferencial en las distintas unidades productivas y que responden al nivel de desarrollo alcanzado por éstas, se reflejan en las tres agrupaciones en que se identificó a la población beneficiaria. Esta clasificación responde, en buena medida, a la gradualidad de desarrollo del sector artesanal, tomando como referente su participación en el mercado.

La supervivencia de las unidades productivas artesanales está asociada a la correcta satisfacción de las necesidades de los clientes, ofreciéndoles los productos adecuados. En un mercado que evoluciona, el artesanado debe adaptarse y modificar el producto y la misma organización empresarial de acuerdo con la nueva situación. Entre lo que solicita la demanda y lo que la unidad productiva puede ofrecer, se hace necesario un ajuste, organizando sus recursos productivos, humanos, financieros y comerciales.

El nivel de mercado alcanzado por las artesanías colombianas exige la permanente adecuación de la oferta a éste. Si bien algunos talleres están dando una respuesta efectiva, es necesario incluir en el proceso de fortalecimiento a aquellos que se han quedado rezagados o que no han logrado incursionar en un mercado más allá de un mercado local y ocasional. A esta categorización corresponden las unidades productivas identificadas en el primer grupo de beneficiarios de este proyecto y cuya mayor dificultad es la falta de competencia ante la misma producción artesanal, debido a factores estructurales, organizativos y a la falta de autorreconocimiento de sus capacidades. Un porcentaje alto de estas unidades posee elementos potenciales que coadyuvan a su desarrollo, como son la destreza y dominio de técnicas en el oficio y acceso a materias primas, que hacen viable su transformación en unidades productivas rentables y competitivas en mercados locales y sobre todo regionales.

Para el segundo grupo de unidades productivas identificadas como beneficiarias y que se propone deben ser dinamizadas para que ingresen sostenidamente en el mercado nacional, la mayor talanquera de su desarrollo se ubica en la incompatibilidad entre lo que ofrece y lo que demanda el consumidor, en aspectos relacionados con cantidad, calidad, funcionalidad, precios, certificación de origen y empaque. La mayoría de estas unidades productivas carecen de una visión empresarial lo que incide en un débil control del proceso comercial en el ámbito nacional; en escaso conocimiento de los mercados, de las tendencias del consumo y de la tipología del consumidor, así como de la motivación de compra, lo cual

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

explica que muchas veces se elaboran objetos sin tener en cuenta las exigencias que impone la demanda y no se renuevan los diseños, lo que se traduce en una escasa innovación de la oferta.

El tercer grupo beneficiario, conformado por unidades productivas con capacidad exportadora, solo han logrado insertarse de manera aislada y eventual en el mercado externo. Lo anterior por la carencia de una política exportadora que les permita definir las posibilidades productivas de cara al mercado exterior; la falta de selección de los productos exportables; la no aplicación internamente de las medidas administrativas de fomento de las exportaciones; el desconocimiento de los condicionantes de mercadeo internacional; y la ausencia de estrategias para mantener y abrir nuevos mercados.

La exportación es una exigencia de la sociedad actual y es absolutamente imprescindible para la buena marcha económica de los países. Si bien, el grueso de las exportaciones lo efectúan empresas de tamaño y producción muy superiores a las que usualmente tiene las unidades productivas artesanales, no significa que no se pueda llegar a estos mercados de manera competitiva y sostenida.

Actualmente, una de las estrategias para la recuperación económica del país consiste en el fomento a las exportaciones y para ello se han establecido reglamentaciones que favorecen la salida de mercancías del país. En el caso concreto de los productos artesanales, se han reducido los trámites y Artesanías de Colombia ha elaborado la "Guía Exportadora" en la que se identifican las diferentes fases del proceso exportador.

Una problemática común a los dos últimos grupos beneficiarios es la no disponibilidad de información e interlocución con los mercados, lo que incide negativamente en los niveles de productividad y competitividad del sector artesanal colombiano. La información que se requiere fundamentalmente es sobre temas como las tendencias en los mercados nacional e internacional, comportamiento de oferta y demanda de artesanías, nuevas tecnologías de producción, canales de comercialización, eventos comerciales en Colombia y otros países, gravámenes arancelarios, normas, convenios específicos de comercio internacional, condiciones comerciales de países demandantes de artesanías, entre otros.

Igualmente, el acceso a instrumentos de promoción y difusión de los productos en medios masivos como el internet, comercio electrónico, se constituye en un factor decisivo para la ampliación de mercados.

PLANTEAMIENTO DE SOLUCIONES

Lograr una adecuación óptima de la producción que se dirija a cada uno de los mercados analizados: regional, nacional e internacional, supone soluciones particulares para cada grupo de unidades productivas de acuerdo con su propio desarrollo, de manera tal que se logre disminuir las debilidades y potenciar las fortalezas que se posean.

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

Para las unidades productivas del primer grupo, en el proceso de activación que se plantea se debe reforzar el conocimiento de todos los factores que intervienen en la organización productiva y en la comercialización. Por tanto, el conjunto de soluciones debe formar parte de un todo integrado, que supere los factores y causas que están determinando la nula o mínima producción y rentabilidad de la actividad artesanal.

En este sentido y teniendo en cuenta que la finalidad de estas unidades productivas es la de conseguir un beneficio, que sea el resultado de la venta de su producción en mercados locales y regionales, se hace necesario atender aspectos de planificación y organización de la unidad productiva; alcances e instrumentos necesarios para poner en marcha la producción; selección de los productos que se van a elaborar de acuerdo con las necesidades que haya que satisfacer; selección y mejoramiento de las técnicas de producción; manejo de materias primas; análisis de costos de los productos; control de fabricación y control de calidad de los productos terminados; rescate e innovación de productos.

La problemática de las unidades productivas seleccionadas en el segundo grupo de beneficiarios se resuelve atendiendo el conjunto de restricciones que limitan su desarrollo en los campos de la organización, producción y fundamentalmente el de la comercialización, que es el componente determinante del crecimiento de la unidad productiva, participando activamente en eventos comerciales.

El conocimiento de los mecanismos e instrumentos para identificar al consumidor en un mercado cambiante, es fundamental para anticiparse a las necesidades de los clientes, al igual que el establecimiento de un plan comercial que cuente con la conjunción de todos los recursos de la unidad productiva, es decir con planes de producción, recursos humanos, financiero y de investigación y desarrollo.

Las dificultades que actualmente tienen las unidades productivas para acceder al mercado externo se resuelven aplicando un plan exportador que contemple la selección de productos exportables, teniendo en cuenta la demanda de productos, la adaptabilidad del producto al mercado, el cumplimiento de normas técnicas, la rentabilidad del producto, la capacidad de producción y el acceso a instrumentos y herramientas que permitan una promoción amplia de la oferta, como la vinculación a un Sistema de Información para la Artesanía, el comercio electrónico, la agenda de interconectividad, esta última impulsada actualmente por el Estado a través de diferentes programas, que promueven la adopción de las tecnologías de la información en todos los sectores de la economía del país.

Por otra parte, el plan exportador supone la articulación de las capacidades de la unidad productiva para ajustarlas a un sistema de exportaciones continuadas, lo que conlleva a redefinir las áreas productiva, comercial, financiera y administrativa de las unidades productivas y buscar los medios efectivos para promover y difundir la oferta artesanal.

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

Esto último se apoya fundamentalmente en instrumentos como:

a) la creación de un sistema de información, que exige el diseño diseñar y desarrollar un un sistema integrado de información, basado en los requerimientos específicos de los artesanos, de tal manera que se pueda precisar con claridad y detalle la información necesaria para el desarrollo del sistema de Información y priorizar la utilidad de cada tipo de información y la forma en que debe ser presentada y transmitida al artesano para facilitar su comprensión. La idea es que se pueda contar con la información y la orientación necesaria que permita diseñar los servicios del Sistema de Información en función de la demanda del sector artesanal, tomando en cuenta los requerimientos de las instituciones y personas que demandan , así como la de los productores de artesanías.

b) Acceso del mayor porcentaje de artesanos al Programa “Agenda de Interconectividad”, que impulsa actualmente el Estado Colombiano, a través del entrenamiento en el uso de Tecnologías de Información -TI-

b) Presencia efectiva en internet, a través de páginas web. Lo que exige capacitación en el uso de herramientas para el desarrollo de páginas WEB.

c) Establecimiento de comercio electrónico para venta en línea. Para lo cual se debe contar con una sitio Web, que exige nas séries de condiciones que los artesanos aun no cuentan , por lo que se hace necesario, que en una primera fase Artesanías de Colombia, sea la que cuente con ese sitio, convirtiéndose en facilitadora del comercio de los productos que allí se coloquen. Este sistema permite al visitante del sitio, elegir los productos a comprar de acuerdo a la agrupación de los productos que se están ofertando e ir acumulando el valor de las compras y diligenciar el formato para solicitud de pedido. El sistema se encarga de procesar en línea y con un Servicio de Seguro, garantizar que el pagó se ejecutará.

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

DELIMITACION DE OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Comercialización constante de la producción artesanal en los mercados regional, nacional e internacional, especializando la oferta de acuerdo con el mercado seleccionado y la evolución del mismo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Fortalecimiento de 50 unidades productivas para abastecer competitivamente mercados locales y regionales de manera continua y permanente.

Actividades

- Asesoría en planificación y organización de la unidad productiva para determinar los alcances e instrumentos necesarios para poner en marcha la producción, de acuerdo con la disponibilidad de materias primas, mano de obra, recursos económicos.
- Capacitación en el proceso productivo, enfatizando en la fase de selección de los productos que se van a elaborar de acuerdo con las necesidades que haya que satisfacer.
- Asesoría en mejoramiento de las técnicas de producción
- Capacitación para la sostenibilidad de recursos, fuentes de materias primas
- Asesoría en análisis de costos de los productos
- Asesoría en control de fabricación y control de calidad de los productos terminados
- Asesoría en diseño e innovación de productos.
- Capacitación en comercialización teniendo en cuenta producto, precio, promoción y distribución del producto.
- Capacitación en administración y contabilidad

Indicadores de logro

- 50 nuevas unidades productivas indígenas, rurales y urbanas con capacidad de producción adecuada y eficiente para el abastecimiento de mercados locales y regionales.
2. Consolidación de la oferta competitiva en el mercado nacional de 100 unidades productivas lo suficientemente planeadas y organizadas para mantener un comercio constante.

Actividades

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

4. Desarrollo de instrumentos facilitadores para el acceso competitivo de unidades productivas en los mercados en el ámbito nacional e internacional

Indicador de Logro

130 unidades productivas promocionando y vendiendo sus productos a través del comercio virtual

Actividades

- Diseño y desarrolló un Sistema Integrado de Información y Asesoramiento para la Artesanía -SIA- que permita a los artesanos disponer de información adecuada, suficiente y oportuna que oriente la producción y la localización de mercados.
 - Capacitación en manejo en Tecnologías de Información, para el acceso al programa "Agenda de Interconectividad"
 - Diseño y funcionamiento de 30 páginas WEB
 - Diseño y desarrollo de comercio electrónico para los productos de 30 unidades productivas
5. Apertura de espacios de comercialización, donde podrán posicionar, exhibir y probar los productos elaborados por las unidades productivas que incursionarán sostenidamente en el mercado nacional e internacional.

Indicador de Logro

Participación en 5 eventos comerciales

Actividades

- Planeación, organización y ejecución de la Tercera Versión de Manofacto, que se realizará del 3 al 13 de agosto del 2000, en el recinto ferial de la Plaza de los Artesanos y de la Pequeña empresa. Participarán en este evento las 100 unidades productivas seleccionadas para ampliar su oferta artesanal en el mercado nacional.
- Planeación, organización y ejecución del 12 al 16 de octubre del 2000, de la Segunda Versión de la Feria Indígena de América. En este evento participarán tanto las unidades productivas indígenas que se están formando para la participación dinámica en el mercado externo, como en el nacional y contará con una muestra internacional que permitirá a los indígenas nacionales conocer la competencia.

CORPORACION PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

- Planeación, organización y ejecución de la Feria Artesanal de las Costas Colombianas, será un evento con una oferta especializada de los departamentos costeros del país que se realizará del 11 al 15 de abril del 2001.
- Planeación, organización y ejecución del 28 de junio al 7 de julio del 2001 de la Feria Artesanal del Suroccidente Colombiano, en la que participarán los artesanos de los departamentos de Nariño, Cauca, Chocó, Quindío, Caldas, Risaralda, Valle y Huila .
- Planeación y coordinación para la participación en el evento Expoartesánias 2000 de las 30 unidades productivas con capacidad exportable.
- Coordinación de la participación de 30 unidades productivas con capacidad exportable en una rueda de negocios: Identificar los demandantes, Promocionar el evento, Realizar la convocatoria a los oferentes y a los demandantes, realizar una reunión preparatoria con los oferentes, coordinar la agenda comercial.

GUIA PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS PROGRAMACIÓN DE EVENTOS COMERCIALES

No.	NOMBRE DEL EVENTO	Duración Evento (Horas) (1)	Nro. Usuarios a atender	Fecha del evento
1	Tercera Versión de Manofacto, en el recinto ferial de la Plaza de los Artesanos y de la Pequeña empresa. Participarán en este evento las 100 unidades productivas seleccionadas para ampliar su oferta artesanal en el mercado nacional.	88	120	3 al 13 de agosto del 2000
2	Segunda Versión de la Feria Indígena de América.	40	100	12 al 16 de octubre del 2000
3	Participación del Tercer grupo de beneficiarios en Expoartesánias 2000 y en la rueda de negocios realizada en el marco de esta Feria .	99	30	7 al 17 de diciembre del 2000
4	Feria Artesanal de las Costas Colombianas	40	100	11 al 15 de abril del 2001.
5	Feria Artesanal del Suroriente Colombiano	80	100	28 de junio al 2 de julio del 2001

PROGRAMACION DE ASESORIAS

TIPO DE ASESORIA Y AREAS EN LAS QUE SE DESARROLLAN	INDICADORES					
	No. de empresas a atender	No. de visitas por Empresa	No. de horas por visita	No. de horas por Empresa	No. Total de horas por Empresa	Adicional Tipo de Docente
GRUPO BENEFICIARIO 1						
Asesoría en planificación y organización de la unidad productiva para determinar los alcances e instrumentos necesarios para poner en marcha la producción, de acuerdo con la disponibilidad de materias primas, mano de obra, recursos económicos.	50	3	4	12	600	PE
Curso de capacitación en el proceso productivo, enfatizando en la Selección de los productos que se van a elaborar de acuerdo con las necesidades que haya que satisfacer.	50	6	4	24	1.200	PE
Asesoría en mejoramiento de las técnicas de producción	50	5	4	20	1.000	PE
Curso de capacitación en sostenibilidad de recursos, fuentes de materias primas	50	10	4	40	2.000	PE
Asesoría en análisis de costos de los productos	50	5	4	20	1.000	PE
Asesoría en control de fabricación y control de calidad de los productos terminados	50	5	4	20	1.000	PE
Asesoría en rescate e innovación de productos.	50	5	4	20	1.000	PE
Capacitación en comercialización teniendo en cuenta producto, precio, promoción y distribución del producto.	50	10	4	40	2.000	PE
Curso de capacitación en administración y contabilidad	50	5	4	20	1.000	PE
GRUPO BENEFICIARIO 2						
Capacitación en organización de la producción	100	10	5	50	5.000	PE
Asesoría en abastecimiento de materias primas	100	5	4	20	2.000	PE
Capacitación en adecuación del producto y su proceso de producción para su aceptación en el mercado.	100	10	4	40	4.000	PE
Asesoría en innovación y desarrollo de productos	100	5	4	20	2.000	PE
Capacitación en promoción del producto. Cómo dar a conocer la existencia del producto	100	5	4	20	2.000	PE
Asesoría en procesos de distribución del producto. Cómo hacer llegar los productos al consumidor	100	5	4	20	2.000	PE
Capacitación en Tecnologías de Información -TI-	100	5	4	20	2.000	PE
GRUPO BENEFICIARIO 3						
Capacitación en selección de productos exportables	30	5	4	20	600	PE
Asesoría en investigación de mercados externos	30	10	4	40	1.200	PE
Capacitación en distribución y promoción	30	10	4	40	1.200	PE
Capacitación en tramitación administrativa	30	5	4	20	600	PE
Capacitación en condicionantes del mercadeo internacional	30	5	4	20	600	PE
Asesoría en mantenimiento y apertura de nuevos mercados	30	5	4	20	600	PE
Asesoría en innovación de productos de acuerdo con el ritmo cambiante de la demanda	30	5	4	20	600	PE
Capacitación conformación de redes asociativas	30	10	4	40	1.200	PE
Capacitación en Tecnologías de Información -TI-	30	5	4	20	600	PE
TOTAL		141	89	574	34.600	

RELACIÓN DE COSTOS DIRECTOS PERSONAL TECNICO

	CONCEPTO DEL COSTO	BASE DE CALCULO	VALOR DEL RUBRO
1	Ingeniero industrial: Dicte asesorías en planificación y organización de la unidad productiva para determinar los alcances e instrumentos necesarios para poner en marcha la producción, de acuerdo con la disponibilidad de materias primas, mano de obra, recursos económicos.	5 meses por \$2 500 000	12 500,000
2	Diseñador industrial: Curso de capacitación en el proceso productivo, enfatizando en la Selección de los productos que se van a elaborar de acuerdo con las necesidades que haya que satisfacer.	5 meses por \$2,000,000	10,000,000
3	Diseñador industrial: Asesorar en el mejoramiento de las técnicas de producción	4 meses por \$2,500,000	10,000,000
4	ingeniero ambiental : Dictar curso de capacitación en sostenibilidad de recursos, fuentes de materias primas	5 meses por \$2 500 000	12 500,000
5	Experto en mercadeo: Asesorar en análisis de costos de los productos	4 meses por \$2,500,000	10,000,000
6	Ingeniero industrial: Asesorar en control de fabricación y control de calidad de los productos terminados	4 meses por \$2,500,000	10,000,000
7	Diseñador: Asesorar en rescate e innovación de productos.	8 meses por \$2,500,000	20,000,000
8	Experto en comercio: Capacitar en comercialización teniendo en cuenta producto, precio, promoción y distribución del producto.	4 meses por \$2 500 000	12 500,000
9	Administrador de empresas: Curso de capacitación en administración y contabilidad	4 meses por \$2 500 000	10,000,000
10	Ingeniero industrial: Dictar cursos de capacitación en organización de la producción	5 meses por \$2,500,000	12,500,000
11	Ingeniero Industrial: Asesorar en abastecimiento de materias primas	5 meses por \$2.500 000	12,500,000
12	Experto en mercadeo: Capacitar en adecuación del producto y su proceso de producción para su aceptación en el mercado	6 meses por \$2500000	15,000,000
13	Diseñador: Asesorar en innovación y desarrollo de productos	6 meses por \$2500000	15,000,000
14	Experto en mercadeo: Capacitar en promoción del producto. Cómo dar a conocer la existencia del producto	5 meses por \$2.500 000	12,500,000
15	Experto en mercadeo: Asesorar en procesos de distribución del producto. Cómo hacer llegar los productos al consumidor	5 meses por \$2.500 000	12,500,000
16	Experto en Comercio exterior: Capacitación en selección de productos exportables	3 meses por \$3,000,000	9,000,000
17	Experto en Comercio Exterior: Asesoría en investigación de mercados externos	4 meses por \$3,000,000	12,000,000
18	Experto en comercio Exterior: Capacitación en distribución y promoción	4 meses por \$3,000,000	12,000,000
19	Experto en comercio exterior: Capacitación en tramitación administrativa	2 meses por \$3 000 000	12,000,000
20	Experto en comercio exterior: Capacitación en condicionantes del mercadeo internacional	4 meses por \$3 000 000	6,000,000
21	Experto en comercio exterior: Asesoría en mantenimiento y apertura de nuevos mercados	3 meses por \$3 000 000	9,000,000
22	Diseñador: Asesoría en innovación de productos de acuerdo con el ritmo cambiante de la demanda	4 meses por \$3 000 000	12,000,000
23	Administrador: Capacitación conformación de redes asociativas	3 meses por \$2,500,000	7,500,000
24	Experto en Sistemas de Información. Capacitación TI	3 meses por \$3,000,000	9,000,000
25	Experto en Sistemas de Información. Diseño y desarrollo de Sistema de Información para la Artesanía - SIA -	8 meses por \$3 500 000	28,000,000
26	Coordinador del Proyecto	12 meses por \$3,000,000	36,000,000
TOTAL COSTOS DIRECTOS			340,000,000

GASTOS DE TRANSPORTE Y VIAJE PERSONAL TECNICO

DEPARTAMENTO	TRANSPORTE	No. DIAS	Alimentación	Alojamiento	TOTAL
Amazonas	1,125,000	30	600,000	1,800,000	1,725,000
Atlantico	800,000	20	400,000	1,200,000	1,200,000
Bolivar	925,000	20	400,000	1,200,000	1,325,000
Boyacá	300,000	25	500,000	1,500,000	800,000
Caldas	500,000	25	500,000	1,500,000	1,000,000
Caquetá	950,000	25	500,000	1,500,000	1,450,000
Cauca	450,000	25	500,000	1,500,000	950,000
Cesar	800,000	25	500,000	1,500,000	1,300,000
Chocó	672,500	25	500,000	1,500,000	1,172,500
Córdoba	700,000	20	400,000	1,200,000	1,100,000
Cundinamarca	225,000	20	400,000	1,200,000	625,000
Guainia	1,050,000	30	600,000	1,800,000	1,650,000
Guajira	1,000,000	45	900,000	2,700,000	1,900,000
Guaviare	925,000	25	500,000	1,500,000	1,425,000
Huila	750,000	30	600,000	1,800,000	1,350,000
Putumayo	900,000	30	600,000	1,800,000	1,500,000
Quindío	500,000	25	500,000	1,500,000	1,000,000
Risaralda	500,000	25	500,000	1,500,000	1,000,000
Santander	450,000	20	400,000	1,200,000	850,000
Tolima	450,000	25	500,000	1,500,000	950,000
Valle	450,000	15	300,000	900,000	750,000
Vaupés	950,000	30	600,000	1,800,000	1,550,000
Vichada	975,000	30	600,000	1,800,000	1,575,000
TOTAL	16,347,500	590	11,800,000	35,400,000	28,147,500

MATERIAL DE APOYO

TIPO DE MATERIAL	CANTIDAD	VALOR
MATERIAL DIDACTICO		
* Cartillas interactivas	150	450,000
* Materiales para elaboración de productos prototipos (materia prima, insumos y herramientas)	300	12,000,000
* Documentos sobre Manejo de Tecnología de la Información	130	2,600,000
TOTAL MATERIAL DIDACTICO		15,050,000
MATERIAL DE APOYO PARA LAS ASESORIAS		
* Rollos de fotografía	60	150,000
* Rollos de diapositivas	35	87,500
* Revelado	95	1,900,000
* Blocks papel bond, carta y oficio	150	300,000
* Papel periódico	500	100,000
* Marcadores y plumones	30	75,000
* Esferos y lápices	500	150,000
* Fotocopias	10,000	1,500,000
TOTAL MATERIAL DE APOYO PARA ASESORIAS		4,262,500
MATERIALES PARA LA COMERCIALIZACION		
PARTICIPACION EN FERIAS		
* Fotocopias	10,000	600,000
* Formatos para contratos	800	180,800
* Boletines informativos	800	480,000
* Portes de correo	20,000	10,000,000
* Instructivos	800	400,000
* Boletería	80,000	4,800,000
* Credenciales	2,000	460,000
* Invitaciones	20,000	8,000,000
TOTAL MATERIAL DE APOYO PARTICIPACION EN FERIAS		24,920,800
MATERIALES PARA LA RUEDA DE NEGOCIOS		
* Fotocopias	300	30,000
* Boletines informativos para los artesanos	200	500,000
* Invitaciones	250	200,000
TOTAL MATERIAL DE APOYO PARTICIPACION EN RUEDA DE NEGOCIOS		730,000
TOTAL MATERIAL DE APOYO		44,963,300

SERVICIO DE MERCADEO Y COMERCIALIZACION

ELABORACION CATALOGOS Y DIRECTORIOS DE PARTICIPANTES

CONCEPTO	VALOR
Fotografías de productos	18,000,000
Diseño	15,000,000
Impresión de ejemplares	21,000,000
TOTAL COSTO CATALOGO Y DIRECTORIO	54,000,000

GASTOS PROMOCION Y DIVULGACION

RUBRO	TOTAL
Publicidad en prensa	63,683,000
Publicidad en T.V.	113,406,050
Publicidad en Radio	15,860,800
Publicidad en Revistas	11,418,650
Publicidad en vallas	10,320,000
Producción y creatividad	73,143,000
Comisión de la Agencia	41,712,500
TOTAL GASTOS PROMOCION	329,544,000

RELACION DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO

NOMBRE DEL FUNCIONARIO	NOMBRE DEL CARGO	ASIGNACION BASICA MENSUAL	VALOR PRESTACIONES Y APORTES (MENSUAL)	PORCENTAJE DE APLICACION ALPROYECTO	VALOR TOTAL 1/
Lucy Cajiao de Ruan	Directora Ferias Plaza de los Artesanos	3,000,000		30	10,800,000
Victoria Salgado	Coordinadora Ferias	1,039,406	1,140,000	100	12,472,877
Jairo Carrillo	Subgerente de Desarrollo	3,302,580	1,299,600	5	2,761,308
Lida del Carmen Diaz	Directora Unidad de Diseño	1,254,000	1,299,600	5	1,532,160
Manuel José Moreno	Coordinador Laboratorio Colombiano de Diseño Armenia	1,254,000	1,299,600	10	3,064,320
Neve Herrera	Coordinador Regional Amazonia-Orinoquía	1,039,406	1,299,600	5	1,403,404
Azer Vega	Coordinador Regional Centro - Oriente	1,039,406	1,299,600	5	1,403,404
Milena Torres	Coordinadora Regional Occidente	1,039,406	1,140,000	5	1,307,644
M ^a . Gabriela Corradine	Coordinadora Regional Costa Atlántica	1,039,406	1,140,000	5	1,307,644
	Coordinadora Regional Bogotá	1,039,406	1,140,000	5	1,307,644
	Contabilidad	800,000		100	9,600,000
	Asistente de Dirección	900,000		100	10,800,000
	Mensajero	280,000	112,000	100	3,360,000
	Vigilantes	17,500,000		100	17,500,000
	Supervisores Porteros	6,000,000		100	6,000,000
	Manejo taquillas y Perforación boletería	4,800,000		100	4,800,000
	Aseo durante los eventos	20,880,000		100	20,880,000
	Servicios Generales	270,000	108,000	100	1,890,000
VALOR TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS					112,190,404

El valor prestacional corresponde a los factores convencionales que tiene la Empresa. Anexamos convención colectiva de trabajo

COSTOS INDIRECTOS

CONCEPTO	TOTAL	FUENTES	
		CORPORACION	REC. PROPIOS
Arrendamiento de la Plaza de los Artesanos durante los 20 días de duración de los 5 eventos comerciales que se realizarán allí SERVICIOS PUBLICOS	120,000,000	24,000,000	96,000,000
Servicio de acueducto	8,400,000	1,680,000	6,720,000
Servicio de energía	14,000,000	2,800,000	11,200,000
Servicio Teléfono	7,000,000	1,400,000	5,600,000
TOTAL SERVICIOS PUBLICOS	29,400,000	5,880,000	23,520,000
Personal Administrativo	112,190,404	22,438,081	89,752,323
TOTAL	149,400,000	29,880,000	119,520,000

**GUIA PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PROYECTO**

No.	ACTIVIDADES	MESES											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	<input type="checkbox"/> Asesoría en planificación y organización de la unidad productiva para determinar los alcances e instrumentos necesarios para poner en marcha la producción de acuerdo con la disponibilidad de materias primas mano de obra recursos económicos	—	—	—									
2	<input type="checkbox"/> Capacitación en el proceso productivo enfatizando en la selección de los productos que se van a elaborar de acuerdo con las necesidades que haya que satisfacer		—	—	—								
3	<input type="checkbox"/> Asesoría en mejoramiento de las técnicas de producción												
4	<input type="checkbox"/> Capacitación en sostenibilidad de recursos fuentes de materias primas												
5	<input type="checkbox"/> Asesoría en análisis de costos de los productos												
6	<input type="checkbox"/> Asesoría en control de fabricación y control de calidad de los productos terminados						—						
7	<input type="checkbox"/> Asesoría en rescate e innovación de productos												
8	<input type="checkbox"/> Capacitación en comercialización teniendo en cuenta producto, precio, promoción y distribución del producto								—				
9	<input type="checkbox"/> Capacitación en administración y contabilidad												
10	<input type="checkbox"/> Capacitación en organización de la producción												
11	<input type="checkbox"/> Asesoría en abastecimiento de materias primas												
12	<input type="checkbox"/> Capacitación en adecuación del producto y su proceso de producción para su aceptación en el mercado			—									
13	<input type="checkbox"/> Asesoría en innovación y desarrollo de productos												
14	<input type="checkbox"/> Capacitación en promoción del producto Cómo dar a conocer la existencia del producto					—							
15	<input type="checkbox"/> Asesoría en procesos de distribución del producto Cómo hacer llegar los productos al consumidor						—						
16	<input type="checkbox"/> Capacitación en selección de productos exportables												
17	<input type="checkbox"/> Asesoría en investigación de mercados externos												
18	<input type="checkbox"/> Capacitación en distribución y promoción												
19	<input type="checkbox"/> Capacitación en tramitación administrativa												
20	<input type="checkbox"/> Capacitación en condicionantes del mercadeo internacional												
21	<input type="checkbox"/> Asesoría en mantenimiento y apertura de nuevos mercados												
22	<input type="checkbox"/> Asesoría en innovación de productos de acuerdo con el ritmo cambiante de la demanda								—				
23	<input type="checkbox"/> Capacitación conformación de redes asociativas												
24	<input type="checkbox"/> Planeación, organización y ejecución de la Tercera Versión de Manofacto que se realizará del 3 al 13 de agosto del 2000 en el recinto ferial de la Plaza de los Artesanos y de la Pequeña empresa Participarán en este evento las 100 unidades productivas seleccionadas para ampliar su oferta artesanal en el mercado nacional	—	—										
25	<input type="checkbox"/> Planeación, organización y ejecución del 12 al 16 de octubre del 2000 de la Segunda Versión de la Feria Indígena de América En este evento participarán tanto las unidades productivas indígenas que se están formando para la participación dinámica en el mercado externo como en el nacional y contará con una muestra internacional que permitirá a los indígenas nacionales conocer la competencia		—	—									
26	<input type="checkbox"/> Planeación, organización y ejecución de la Feria Artesanal de las Costas Colombianas será un evento con una oferta especializada de los departamentos costeros del país que se realizará del 11 al 15 de abril del 2001								—	—			
27	<input type="checkbox"/> Planeación, organización y ejecución del 28 de junio al 2 de julio del 2001 de la Feria de la Alfarería y la Cerámica oficios destacados en el país por el número de artesanos que se dedican a este oficio y por la calidad de los productos											—	—
28	<input type="checkbox"/> Planeación y coordinación para la participación en el evento Expoartesanas 2000 de las 30 unidades productivas con capacidad exportable				—	—							
29	<input type="checkbox"/> Coordinación de la participación de 30 unidades productivas con capacidad exportable en una rueda de negocios Identificar los demandantes Promocionar el evento Realizar la convocatoria a los oferentes y a los demandantes realizar una reunión preparatoria con los oferentes, coordinar la agenda comercial				—	—							