



Subgerencia de Desarrollo -

Perfil del Programa

#	Concepto
A	Nombre del Programa, tipo y beneficiarios:
1	Nombre del Programa: “Rescate y posicionamiento de manjares tradicionales de la cocina regional colombiana” Salsamentaria de Sal y de Dulce
2	Tipo de Programa: Investigativo, cultural, productivo y comercial.
3	<p>Beneficiarios directos: 250 unidades de producción que elaboran platos, bocados y refrescos de la cocina popular:</p> <ul style="list-style-type: none">• Salsamentaria: quesos, génovas, butifarras, embutidos, cecinas, jamones, pescados, mariscos, mazamoras, amasijos, frutas secas, hojas, semillas, especias.• Fiambres: tamales, bollos, pasteles, empanadas.• Encurtidos: ajíes, vinagres, sueros.• Dulces: almíbares, mermeladas, turrone, jaleas, confites, arropillas.• Bebidas: chichas, petos, refrescos, jugos, horchatas, guarapos. <p>Estas unidades de producción se caracterizan por ser:</p> <ul style="list-style-type: none">• Núcleos informales de tipo familiar o vecinal dedicados esporádica o permanentemente a la producción de productos de la cocina regional vinculada al turismo local.• Microempresas formalmente constituidas que producen bocados típicos de la región para el mercado regional, nacional o de exportación.• Organizaciones de microempresas promovidas por agentes locales dedicadas a la producción de dulces y bocados típicos.• Personas depositarias de recetas de la cocina tradicional y con iniciativas para negocios. <p>En general, son amas de casa o cocineros de estrato popular, residentes en centros urbanos de ciudades principales, pequeños municipios o asentados en el área rural, que comercializan local o ampliamente sus productos o que, dominando el saber tradicional, pueden generar un proyecto emprendedor para producir desde sus hogares con el ánimo de mejorar sus ingresos y condiciones de vida.</p>
4	<p>Beneficiarios indirectos:</p> <p>4.1 Agentes institucionales comprometidos con la formación y el desarrollo de la cultura de la gastronomía popular.</p> <p>4.2 Entidades promotoras de eventos de gastronomía regional.</p> <p>4.3 Distribuidores, comercializadores y exportadores.</p> <p>4.4 Dueños de restaurantes, dulcerías, cafeterías y chefs de cocina.</p> <p>4.5 Promotores del turismo regional y nacional.</p> <p>4.6 Clientes de servicios de restaurantes y repostería.</p> <p>4.7 Vendedores de dulces y bocados típicos locales.</p> <p>4.8 Proveedores de materia prima.</p>
B	Localización geográfica: (Ver cuadro anexo: Cobertura Nacional del Programa)
5	<p>Dptos.: Será convocado todo el país, dividido en ocho (8) Regiones definidas por su cultura gastronómica:</p> <p>5.1 Región Caribe</p> <p>5.2 Región del Litoral Pacífico</p> <p>5.3 Región Valle/ Cauca/ Nariño</p>



	5.4 Antioquia / Eje Cafetero 5.5 Santanderes 5.6 Tolima Grande 5.7 Altiplano Cundi-boyacense 5.8 Llanos / Amazonía/ Orinoquía
6	Veredas: Resguardos: (Ver cuadro anexo: Cobertura Nacional del Programa)
C	Características básicas:
7	<p>Oficio artesanal que atenderá el Programa:</p> <p>7.1 Oficio de elaboración artesanal de manjares tradicionales regionales de sal y de dulce como: fiambres; salsamentaria; dulcería; encurtidos y bebidas, los cuales hacen parte de la cultura gastronómica regional y de la historia local.</p> <p>En su producción se conservan, mezclan e innovan creativamente las tradiciones culinarias étnicas española, indígena, africana y árabe (en la costa Caribe).</p> <p>En gran parte se nutren de la oferta de frutales e insumos vegetales aportados por especies (frutales, cereales) endémicas de cada región, que forman parte del patrimonio biogenético nacional, pueden enriquecer la dieta campesina e indígena y darle variedad a sus huertas caseras.</p> <p>Algunas de estas especies, hoy escasas debido a la expansión de la frontera agrícola, poseen usos alternos en campos de la medicina (semilla de níspero), la industria (tintóreas), la artesanía, la construcción de vivienda o la alimentación animal.</p> <p>Existe una oferta de bocados regionales asociada al ciclo de cosechas y, por ende, a festividades sacras o profanas (Semana Santa, Navidad, fiestas religiosas), que rememoran antiguos rituales que celebraban la fertilidad, la abundancia y la vida.</p> <p>El rescate y estabilización de una oferta culinaria regional basada en el repoblamiento y/o conservación de especies vegetales endémicas, puede ayudar a estimular la recomposición de cadenas tróficas en determinados ecosistemas.</p>
8	<p>Principales problemas que enfrenta el sector artesanal que atenderá el Programa:</p> <p>8.1 Falta de conocimiento y valoración de la riqueza culinaria tradicional en sus procesos de preparación, conservación, sabor y calidad culinaria.</p> <p>8.2 Escasa divulgación de la oferta de productos.</p> <p>8.3 Débil estructura organizativa de unidades productivas.</p> <p>8.4 Dificultades de distribución y comercialización por no acatar normas sanitarias (INVIMA).</p> <p>8.5 Desconocimiento del mercado.</p> <p>8.6 Falta información sobre los valores nutricionales y medicinales del producto.</p> <p>8.7 Desconocimiento de técnicas de manejo de alimentos y de conservación.</p> <p>8.8 Falta de presentación, empaque y embalaje de productos (imagen y marca).</p> <p>8.9 Falta de promoción del producto en escenarios apropiados para su posicionamiento.</p> <p>8.10 Desarticulación del subsector de las áreas turística, comercial y ambiental, como dinamizadores de su desarrollo.</p> <p>8.11 Riesgo de desaparición de saberes y artefactos utilizados en su producción artesanal.</p> <p>8.12 Escasa sistematización de la información disponible sobre recetas tradicionales</p> <p>8.13 Tendencia a la desaparición de especies frutales endémicas regionales que son la materia prima de la dulcería (icaco, grosella, guinda, cereza, mamey y otros)</p>



	8.14 Alto costo de la materia prima 8.15 Débil asociatividad de los productores.
9	Objetivo General o finalidad: Recuperar y dignificar los bocados de la cocina tradicional regional, con el fin de preservar tradiciones de la cultura culinaria, promover su desarrollo gastronómico y generar y consolidar oportunidades de negocios para los productores.
10	Objetivos específicos: 10.1 Ampliar, consolidar y enriquecer la investigación de la cocina tradicional colombiana aplicándola al rescate y desarrollo de una oferta de calidad gastronómica para salsamentaria, dulces, fiambres, encurtidos y bebidas. 10.2 Mejorar la eficiencia productiva de las MIPYMES dedicadas a la cocina tradicional regional para acceder con calidad y variedad al mercado. 10.3 Desarrollar la calidad sanitaria y la presentación de los majares tradicionales para facilitar su venta. 10.4 Promover el posicionamiento comercial de las MIPYMES de dulcería, salsamentaria, encurtidos, fiambres y refrescos con desarrollo de imagen y marca regionales. 10.5 Facilitar el contacto con promotores, distribuidores y comercializadores de los productos regionales de calidad. 10.6 Registrar en Recetarios y Cartillas los procesos técnicos y saberes asociados a la preparación y conservación para su socialización con los microempresarios. 10.7 Divulgar los resultados de la investigación mediante la Publicación de un libro.
11	Principales resultados esperados: 11.1 Recuperación y fortalecimiento de la tradición culinaria regional como parte de la cultura nacional. 11.2 Un más alto posicionamiento y mayor valoración de la oferta de la cocina regional tradicional. 11.3 Mayor visibilidad de la labor de la mujer microempresaria de bocados regionales tradicionales, como agente económico que es sostén familiar, guardiana de saberes culturales y preservadora de identidad. 11.4 Mejoramiento organizacional de microempresas productoras de dulcería tradicional. 11.5 Articulación de la producción de la gastronomía regional con los flujos de turismo nacional y el comercio (Caravana Vive Colombia, Aeropuertos, terminales, puestos del camino, paradores turísticos, centros vacacionales, ferias regionales y nacionales, eventos culturales). 11.6 Inicio de la gestión para apertura de nuevos nichos de mercado (supermercados, restaurantes, exportación). 11.7 Incremento de la confianza en el consumo por parte de clientes tradicionales. 11.8 Ampliación del mercado con nuevos clientes. 11.9 Enriquecimiento de las fiestas regionales con una oferta de productos con higiene, calidad y presentación. 11.10 Apoyo a la recuperación de especies frutales endémicas regionales utilizadas como materia prima en la dulcería y demás bocados regionales.
12	Principales actividades previstas: 12.1 Investigación de la cocina regional sobre procesos de preparación, consumo y conservación; composición, producción, mercado, denominación, presentación, sanidad y clasificación (culinaria, por sabor y materia prima), aplicando la metodología de “confianza recíproca”. 12.2 Asistencia técnica para evaluar y fortalecer las microempresas productoras desde la perspectiva organizacional, de cadenas de producción, formalización legal, crédito y tecnología. 12.3 Diseño y Publicación de recetarios por regiones.



	<p>12.4 Diseño y publicación de un Libro sobre los resultados de la investigación.</p> <p>12.5 Asesoría para organizar una base de datos sobre la producción y el mercado.</p> <p>12.6 Diseño y producción de marcas regionales (empaques, etiquetas, folletos, afiches).</p> <p>12.7 Promoción, montaje, realización y evaluación de la 1ª Feria Nacional de Majares tradicionales regionales de Colombia.</p> <p>12.8 Asesoría en mercadeo para elaboración de una estrategia comercial.</p>
13	<p>Metas verificables:</p> <p>13.1 Setenta y cinco (75) microempresas aumentan 30% sus ingresos/año.</p> <p>13.2 Doscientas cincuenta (250) recetas tradicionales registradas para la producción de dulcería.</p> <p>13.3 Cincuenta (50) microempresas con empaque y marca de productos.</p> <p>13.4 Veinte i cinco (25) microempresas con nuevos pedidos comerciales</p> <p>13.5 Una base de datos sobre la oferta de salsamentaria, dulcería, encurtidos, fiambres y refrescos de la cocina tradicional</p> <p>13.6 Ocho (8) publicaciones de recetarios regionales.</p> <p>13.7 Setenta y cinco (75) microempresas asesoradas en calidad, preparación y manejo de alimentos.</p> <p>13.8 Una (1) base de datos accesible a productores, comerciantes y entidades de apoyo.</p> <p>13.9 Cincuenta (50) líneas de empaques y marcas de producto diseñadas</p> <p>13.10 Cincuenta (50) líneas de empaques y medios promocionales elaborados</p> <p>13.11 Realización de la 1ª. Feria Nacional de Majares tradicionales regionales de Colombia.</p> <p>13.12 Veinticinco (25) empresas con gestión de registro sanitario.</p> <p>13.13 Una (1) estrategia nacional de mercadeo.</p>
14	<p>Impactos del Programa:</p> <p>14.1 Empoderamiento de la mujer y el hombre vinculado a la cocina tradicional regional.</p> <p>14.2 Fortalecimiento de la identidad cultural regional.</p> <p>14.3 Mayor participación económica de productores, en general procedentes de comunidades con alto índice de NBI (marginales urbanos, palenques, campesinos, indígenas), con impacto en ingresos y calidad de vida.</p> <p>14.4 Reconocimiento del subsector como renglón económico productivo.</p> <p>14.5 Apoyo a la conservación de especies frutales nativas utilizadas como materia prima en dulcería y comida tradicional.</p> <p>14.6 Mejoramiento técnico de la producción</p> <p>14.7 Promoción de oferta de microcrédito.</p> <p>14.8 Articulación institucional (cultural, ambiental, turística, de capacitación, promoción) alrededor de este subsector.</p>
15	<p>Mercado potencial para los productos mejorados:</p> <p>15.1 Se abrirá y ampliará el mercado en dulcerías, reposterías, cafeterías, restaurantes y paraderos turísticos.</p> <p>15.2 Se buscarán mercados externos al mejorar las condiciones de higiene, presentación e información de productos de las microempresas.</p>
16	<p>Replicabilidad del Programa:</p> <p>16.1 El Programa puede ser replicado a nivel nacional y en la región del Pacto andino en sus etapas de Investigación, Asistencia Técnica microempresarial, Publicaciones, Feria e Institucionalización, dada la similitud de diversas tradiciones culinarias.</p> <p>16.2 En Colombia se plantea realizar una feria bi-anual y proyectar localmente de los resultados de la investigación y la asistencia técnica a través de talleres y estrategias de promoción en cada región.</p>
17	<p>Sostenibilidad del Programa:</p> <p>17.1 El Programa logrará en su primera etapa un nivel inicial de empoderamiento de las MIPYMES en</p>



	<p>aspectos organizacionales, tecnológicos, de crédito y su vinculación dinámica al mercado interno y de exportación.</p> <p>17.2 Se crearán condiciones para que el apoyo institucional continúe en áreas de formación empresarial, crédito, preparación y manejo de alimentos, promoción, mercadeo, registro sanitario, desarrollo de empaques e imagen, entre otros.</p> <p>17.3 La segunda etapa del Programa a partir del 2007 planteará la consolidación empresarial de las unidades de producción, la creación de redes de MIPYMES, el Certificado de Origen, iniciativas exportadoras, la creación de escenarios de turismo gastronómico, el mejoramiento tecnológico apropiado y el desarrollo de la calidad gastronómica y la capacidad negociadora y la implementación de plan de mercadeo nacional e internacional.</p>		
18	Duración del Programa: Veintiún (21) meses	Fecha de inicio: Octubre de 2004	Fecha terminación: Junio de 2006
19	<p>Limitaciones y riesgos del Programa:</p> <p>19.1 Dificultad para acceder a las localidades de las regiones programadas.</p> <p>19.2 Estacionalidad de las cosechas de determinadas frutas.</p> <p>19.3 Afecciones en cosechas programadas.</p> <p>19.4 Desinterés de autoridades y entidades locales para apoyar el Programa.</p>		
D	Costo y aportantes:		
20	Valor total del Programa: \$		
21	Suma solicitada		A (entidad):
22	Otros aportantes:		Ingenios azucareros, empresas paneleras, empresas de lácteos, distribuidores de especias, industria hotelera y turística.
	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos propios: - Comunidad beneficiaria: - Gobierno nacional: - Gobierno regional: - Gobierno local: - Empresa privada: - Entes regionales.: SENA, C. Comercio, Univ., ONG 	42.700	<p>Artesanías de Colombia (recurso humano, gestión, admón.)</p> <p>Materiales e insumos para talleres y empaques; equipos y utensilios de cocina.</p> <p>Asistencia técnica, capacitación, asesorías MIPYMES.</p> <p>Diseño y desarrollo de empaques, imagen y marca regional, tecnología, promoción y comercialización.</p> <p>Promoción y comercialización. Publicaciones.</p> <p>Capacitación, pasantes, información, logística.</p>
	<p>Se convocará el apoyo de entidades vinculadas con:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hotelería y Turismo: SENA, Universidad Externado de Colombia, ACODRES y universidades locales y ONG. - Entidades públicas o privadas afines al ramo: INVIMA, Dirección Nacional de Turismo, Fondo Nacional de Turismo, SENA, PROEXPORT, Cámaras de Comercio, Gobernaciones, Alcaldías, Fondos Mixtos de Cultura, Universidades, Casas de la Cultura. - Proveedores de insumos, materiales y equipos: Ingenios azucareros, industria de lácteos, distribuidores de especias, proveedores de equipos de cocina. - ONG vinculadas al sector, que organizan o promueven festivales de gastronomía regional. 		
E	Entidades y personas responsables:		
23	Entidades que presentan el Programa: Presidencia de la República y Artesanías de Colombia, S.A.		
24	Fecha de presentación: Agosto de 2004		
25	Entidad ejecutora: Artesanías de Colombia S.A.		
26	Coordinador del Programa: Por Presidencia de la República: Clara Chica; Asesora Despacho Primera Dama		



Resumen Proyectos

FORMATO

CODIGO: FORFAT04
FECHA: Marzo 15 2004

VERSIÓN: 1

Página 6 de 6

27	Telf: 310-235-6054; 310-425-5811	Fax:	E.mail: clachica@epm.net.co
26	Coordinador del Programa: Por Artesanías de Colombia: Aser Vega, Profesional. Subgerencia de Desarrollo.		
27	Telf: 336-3959	Fax: 337-5964	E.mail: avega@artesantiasdecolombia.com.co aservega@hotmail.com
28	Entidad que tuvo la iniciativa del proyecto: Artesanías de Colombia, con el apoyo de la Oficina de Doña Lina Moreno de Uribe		
29	Interlocutor por la comunidad: (Ver Cuadro Anexo)		
30	Telf:	Fax:	E.mail: