



**Artesanías de Colombia S.A.**  
Subgerencia de Desarrollo

Marco Lógico Proyecto:  
“Rescate y posicionamiento de la dulcería tradicional en la cocina nacional.”  
Primera Feria “Colombia Dulce” 2004  
Aser Vega Camargo – Subgerencia de Desarrollo

Jerarquía de objetivos	Metas	Plazo	Indicadores	Fuentes de verificación	Factores externos
<b>PROPÓSITO:</b> Los talleres familiares productores de dulces tradicionales mejoran sus ingresos	Cincuenta (50) empresas aumentan sus ingresos al año en un 30%	Mes 12	Número de empresas que aumentaron ingresos.	Registros de empresas y proyecto.	El contexto económico regional y nacional permanece estable.
			Valor anual comparativo de ventas de empresas.	Cuentas de las empresas.	
<b>RESULTADOS:</b>					
1. Las microempresas enriquecen su oferta con recetas recuperadas o mejoradas.	Doscientas (200) recetas * tradicionales integradas a la producción de la dulcería	Mes 12	Número de empresas que utilizan las recetas tradicionales	Observación de procesos productivos comparados con recetas.	Imposibilidad de acceder a algunos insumos.
2. La microempresas organizan la producción de la oferta de dulcería con calidad e higiene.	Cincuenta (50/70) empresas observan criterios de calidad en producción y de manejo de alimentos	Mes 12	Número de empresas con productos mejorados en calidad	Observación del manejo de procesos de preparación de alimentos	Se dispone de asistencia técnica de INVIMA, SENA, universidades en manejo de alimentos.

\* Se parte de la base de 10 participantes por cada una de las 5 regiones, que producen un promedio de 5 productos diferentes cada uno =250 productos.

\*\* Algunas variables a tener en cuenta podrían ser: estructura de cadena productiva existente, tipos organización, asociatividad, número, cobertura, participación familiar y transferencia generacional, apoyo institucional, integración al mercado.



**Artesanías de Colombia S.A.**  
Subgerencia de Desarrollo

Marco Lógico Proyecto:  
“Rescate y posicionamiento de la dulcería tradicional en la cocina nacional.”  
Primera Feria “Colombia Dulce” 2004  
Aser Vega Camargo – Subgerencia de Desarrollo

Jerarquía de objetivos	Metas	Plazo	Indicadores	Fuentes de verificación	Factores externos
3. La dulcería tradicional se posiciona y amplía su participación en el mercado nacional.	Cincuenta (50/70) empresas con empaque y marca de productos.	Mes 12	Número de empresas con productos empacados.	Observación de oferta de productos.	Existe demanda potencial de dulcería en hogares, restaurantes, terminales y flujos turísticos.
	Veinte (20/70) empresas con nuevos pedidos comerciales		Número de nuevos clientes atendidos por empresas de dulces.	Informes de ventas de empresa de dulces	
<b>ACTIVIDADES</b>					
<b>Actividades para el Resultado 1</b>					
1.1 Levantamiento de línea de base sobre dulcería típica (revisión de publicaciones, Internet) y selección de muestra.	Un (1) inventario de oferta actual de dulcería tradicional	1 mes	Número de inventarios de oferta de dulcería	Documento del informe	Imposibilidad de acceder a información
1.2 Talleres de rescate de memoria culinaria y/o enriquecimiento de recetas actuales.	Doscientas (200) recetas tradicionales rescatadas y reconocidas socialmente	3 meses	Número de recetas rescatadas y/o mejoradas	Informe sobre registro de recetas	Dificultad de acceso a fuentes de información
1.2 Talleres de aplicación y diseño de recetas de dulcería.	Doscientas (200) recetas diseñadas.	3 meses	Número de recetas validadas, listas para publicar	Documento final de recetarios	Dificultad para validar recetas

\* Se parte de la base de 10 participantes por cada una de las 5 regiones, que producen un promedio de 5 productos diferentes cada uno =250 productos. 2

\*\* Algunas variables a tener en cuenta podrían ser: estructura de cadena productiva existente, tipos organización, asociatividad, número, cobertura, participación familiar y transferencia generacional, apoyo institucional, integración al mercado.



**Artesanías de Colombia S.A.**  
Subgerencia de Desarrollo

Marco Lógico Proyecto:  
“Rescate y posicionamiento de la dulcería tradicional en la cocina nacional.”  
Primera Feria “Colombia Dulce” 2004  
Aser Vega Camargo – Subgerencia de Desarrollo

<b>Jerarquía de objetivos</b>	<b>Metas</b>	<b>Plazo</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuentes de verificación</b>	<b>Factores externos</b>
1.3 Publicación de recetarios por regiones.	Siete (7) recetarios publicados	2 meses	Número de recetarios publicados	Publicaciones	Falta de patrocinio
1.6 Identificación de necesidades productivas de dulceras	Un (1) registro nacional sobre necesidades de dulceras	1 mes	Número de informes sobre necesidades de dulceras	Informe de necesidades de dulceras	Difícil acceso de informantes
<b>Actividades para el Resultado 2</b>					
2.1 Asistencia técnica institucional para manejo y preparación alimentos.	Siete (7) asistencias técnicas regionales sobre preparación de alimentos.	3 meses	Número de asistencias técnicas	Informe de Asistencias técnicas	Dificultades de llevar acción institucional a regiones
2.2 Talleres evaluación del estado organizativo actual (1)	Un (1) informe nacional sobre nivel organizacional de dulceras	1 mes	Número de informes sobre organización de dulceras	Documento del informe	Difícil acceso a información
2.3 Asesoría para crear una base de datos sobre el oficio de la Dulcería, integrada al Sistema de Información y Asesoría para la Artesanía, SIART:	Información disponible para productores.	3 meses	Información clasificada y registrada	Informe de base de datos	Difícil acceso a información
<b>Actividades para el Resultado 3</b>					

\* Se parte de la base de 10 participantes por cada una de las 5 regiones, que producen un promedio de 5 productos diferentes cada uno =250 productos. 3

\*\* Algunas variables a tener en cuenta podrían ser: estructura de cadena productiva existente, tipos organización, asociatividad, número, cobertura, participación familiar y transferencia generacional, apoyo institucional, integración al mercado.



**Artesanías de Colombia S.A.**  
Subgerencia de Desarrollo

Marco Lógico Proyecto:  
“Rescate y posicionamiento de la dulcería tradicional en la cocina nacional.”  
Primera Feria “Colombia Dulce” 2004  
Aser Vega Camargo – Subgerencia de Desarrollo

<b>Jerarquía de objetivos</b>	<b>Metas</b>	<b>Plazo</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuentes de verificación</b>	<b>Factores externos</b>
3.1 Diseño industrial de empaques	Treinta (30) líneas de empaques diseñados	3 meses	Número de líneas de empaques	Observación de empaques en talleres	Dificultad en acceso a apoyo universitario
3.2 Diseño gráfico de marcas regionales.	Cincuenta (50) marcas de producto diseñadas	2 meses	Número de marcas regionales	Observación de marcas en productos	Dificultad en acceso a apoyo universitario
3.3 Producción de empaques y medios promocionales de productos	Cincuenta (50) líneas de empaques y marcas; folletos, afiches y pendones elaborados	1 mes	Número de empaques y medios producidos	Productos con empaques y marcas	No disponibilidad de expertos
3.4 Asesoría promocional de la 1ª Feria Nacional de Dulcería Tradicional.	Una campaña integral para la 1ª. Feria de Dulcería				
3.5 Participación en ferias y eventos de promoción y comercialización	Participación en una la 1ª. Feria de Dulcería nacional				
3.7 Montaje, realización y evaluación de la feria	Realización de la 1ª. Feria de Dulcería nacional				

\* Se parte de la base de 10 participantes por cada una de las 5 regiones, que producen un promedio de 5 productos diferentes cada uno =250 productos. 4

\*\* Algunas variables a tener en cuenta podrían ser: estructura de cadena productiva existente, tipos organización, asociatividad, número, cobertura, participación familiar y transferencia generacional, apoyo institucional, integración al mercado.



**Artesanías de Colombia S.A.**  
Subgerencia de Desarrollo

Marco Lógico Proyecto:  
“Rescate y posicionamiento de la dulcería tradicional en la cocina nacional.”  
Primera Feria “Colombia Dulce” 2004  
Aser Vega Camargo – Subgerencia de Desarrollo

<b>Jerarquía de objetivos</b>	<b>Metas</b>	<b>Plazo</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuentes de verificación</b>	<b>Factores externos</b>
3.8 Asistencia técnica sanitaria de INVIMA empresas distribuidoras.	Veinte (20) empresas asesoradas en registro sanitario.				
3.9 Asesoría en mercadeo para elaboración de estrategia comercial	Una estrategia nacional de mercadeo.				

\* Se parte de la base de 10 participantes por cada una de las 5 regiones, que producen un promedio de 5 productos diferentes cada uno =250 productos.

\*\* Algunas variables a tener en cuenta podrían ser: estructura de cadena productiva existente, tipos organización, asociatividad, número, cobertura, participación familiar y transferencia generacional, apoyo institucional, integración al mercado.