

**FONDO COLOMBIANO DE MODERNIZACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO DE
LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
FOMIPYME**

**PROYECTO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD
EN LA PRODUCCIÓN CERÁMICA PARA EL MUNICIPIO DE
GUATAVITA, DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA**

Bogotá D.C., Octubre de 2003



Libertad y Orden
**MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO**

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

TÍTULO DE LA PROPUESTA:

Proyecto para el Mejoramiento de la Competitividad en la Producción de Cerámica para el Municipio de Guatavita, Departamento de Cundinamarca.

ENTIDAD PROPONENTE:

Artesanías de Colombia S.A.

CONVOCATORÍA A LA CUAL APLICA:	NACIONAL	
	REGIONAL O ESPECÍFICA	X

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA PROPUESTA

1.1 SUBCUENTA A LA CUAL APLICA:	MICROEMPRESA	X
	PYME	

1.2 CLASIFICACIÓN DE LA PROPUESTA:	PROGRAMA	
	PROYECTO	X

1.3 DURACIÓN TOTAL:	12 MESES
---------------------	----------

1.4. CIUDAD SEDE DEL PROYECTO:	BOGOTÁ D.C.
--------------------------------	-------------

1.5 COBERTURA GEOGRÁFICA:	
DEPARTAMENTO	MUNICIPIOS
CUNDINAMARCA	GUATAVITA

1.6 USUARIOS DE LA PROPUESTA:		
USUARIOS	NÚMERO	UBICACIÓN
Número de Microempresas:	20	CENTRO ARTESANAL CASCO URBANO
Número de Pequeñas Empresas:		
Número de Medianas Empresas:		
Número de Hombres:	40	
Número de Mujeres:	60	

1.7 METAS DE LA PROPUESTA:		
VARIABLE	INDICADOR	META
EMPLEO	Número de empleos que se mantienen	100
	Número de empleos a ser generados	18
	Número de empleos temporales generados	6
INGRESOS	Monto de ingresos generados SML / per capita	2.0
	Porcentaje de incremento en los ingresos al finalizar el año.	10%
CRECIÓN DE EMPRESAS	Número de microempresas creadas o fortalecidas	20
MODERNIZACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO	Número de Pymes que realizarán innovaciones en su proceso productivo o empresarial	20
COMPETITIVIDAD	Número de Pymes que diversificarán su portafolio de productos o servicios	20
	Número de Pymes que harán innovaciones en sus productos	20
	Número de Pymes que mejorarán la calidad de sus productos y servicios	20
COMERCIALIZACIÓN	Número de Pymes que accederán a nuevos mercados	20
	Porcentaje de incremento en las ventas ¹	20%
	Número de Pymes que aumentarán sus ventas	20
	Número de Pymes que ejecutarán planes estratégicos de mercadeo	20
ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL	Número de redes empresariales a ser creadas	2
	Numero de negocios conjuntos a ser realizados por las Pymes	10
	Valor de los negocios conjuntos a ser realizados por las Pymes	30 millones de pesos/ 1 año

¹ Medido por el incremento en la participación en ferias.

1.8. INFORMACIÓN SOBRE FINANCIACIÓN:		
FUENTES	VALOR EN PESOS	%
Recursos propios de la entidad proponente	\$55'300.000	35.0%
Recursos aportados por otras entidades privadas		
Recursos aportados por entidades gubernamentales (Nacional, Departamental, Municipal)		
Recursos de Cooperación Internacional		
Aporte de los Beneficiarios		
Otras Contrapartidas		
Cofinanciación Solicitada al FOMIPYME	\$102'700.000	65.0%
VALOR TOTAL DE LA PROPUESTA	\$158'000.000	100%

2. INFORMACIÓN DEL PROPONENTE

2.1. NOMBRE O RAZON SOCIAL:	ARTESANÍAS DE COLOMBIA S.A.
------------------------------------	-----------------------------

2.2. TIPO DE ORGANIZACIÓN O EMPRESA PROPONENTE:			
Fundación	<input type="checkbox"/>	Corporación	<input type="checkbox"/>
Universidad	<input type="checkbox"/>	Asociación de empresarios	<input type="checkbox"/>
Instituto de Investigación	<input type="checkbox"/>	Empresa de Consultoría	<input type="checkbox"/>
Centro de Desarrollo Empresarial	<input type="checkbox"/>	Centro de Desarrollo Tecnológico	<input type="checkbox"/>
Centro de Desarrollo Productivo	<input type="checkbox"/>	Organización de Economía Solidaria	<input type="checkbox"/>
Consorcio	<input type="checkbox"/>	Unión Temporal	<input type="checkbox"/>
Otro: EMPRESA DE ECONOMÍA MIXTA – SOCIEDAD ANÓNIMA	<input checked="" type="checkbox"/>		

2.3. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROPONENTE:	
NIT:	860.007.887 – 8
Registro Cámara de Comercio:	No 0065434 en No 35285 del Libro IX
Registrada en:	Bogotá D.C.
Fecha de Constitución: (día/mes/año)	6 de Mayo de 1.964
Dirección:	Carrera 3ª No 18ª - 56
Teléfonos:	2861766/ 2827936/ 2844671
Fax:	2827936/ 2844671
A.A:	10776
Web Site:	www.artesaniasdecolombia.com.co
E-mail:	gerencia@colomsat.net.co
Ciudad y Departamento:	Bogotá D.C. – Cundinamarca
Representante Legal:	CECILIA DUQUE DUQUE

2.4. PERFIL INSTITUCIONAL DEL EJECUTOR:

Artesanías de Colombia S.A. es una sociedad de economía mixta del orden nacional sometida al régimen de las empresas industriales y comerciales del Estado, vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y dotada de personería jurídica, autonomía administrativa y capital propio.

Como institución tiene un gran compromiso con el tejido social, con el desarrollo educativo de grandes núcleos de población colombiana dedicada a los oficios artesanales y con la actividad económica de grupos humanos de escasos recursos, que cifran su esperanza en la industria de sus manos, como única alternativa de mejoramiento de las condiciones de vida y de consolidación de procesos de paz.

Su acción social se ha orientado permanentemente en el mejoramiento integral del sector artesanal con el fin de lograr su competitividad, elevando la calidad de vida de los artesanos, desarrollando procesos tecnológicos, desarrollo y comercialización de productos, promoción y capacitación. Igualmente, ha fomentado el desarrollo profesional del recurso humano que atiende al sector garantizando la sostenibilidad del medio ambiente y la preservación del patrimonio cultural vivo. Asegurando así, la participación creciente del sector en la economía del país.

En cumplimiento con su misión la empresa centra sus estrategias generales de desarrollo para el sector artesanal en la:

- Concertación y descentralización: mediante la vinculación de entidades gubernamentales y no gubernamentales, centros educativos y de investigación, cuya misión y objetivos sean afines a ella, para concertar formas de apoyo al sector.
- Cofinanciación de proyectos para la autogestión y el desarrollo de las comunidades artesanales.

Artesanías de Colombia S.A. estimula la competitividad de la producción artesanal, del orden local, regional y nacional. Mediante la cofinanciación de proyectos, con el fin de mejorar el producto y posicionamiento en segmentos específicos del mercado interno y externo.

La metodología de las Cadenas Productivas como estrategia integradora le ha permitido orientar las acciones del sistema productivo artesanal hacia la organización de la producción y comercialización de productos con valor agregado, haciendo más eficientes los procesos productivos con la aplicación de tecnologías, la concertación e integración de las relaciones y voluntades entre los actores participantes.

La meta prioritaria de las acciones y programas de la empresa se orientan al logro de un sector dinámico y económicamente productivo.

2.5. EXPERIENCIA ESPECÍFICA DEL EJECUTOR:

En el ámbito nacional se han suscrito un importante número de contratos y convenios, entre ellos:

Convenios y Contratos con el SENA: por más de 15 años, Artesanías de Colombia S.A. ha mantenido una alianza estratégica con el SENA, desarrollando procesos para el mejoramiento de la productividad y competitividad del sector artesanal colombiano. Las comunidades se han visto beneficiadas con programas de capacitación y acompañamiento empresarial y técnico consolidación y fortalecimiento asociativo, capacitación y accesoria en diseño y desarrollo de productos, exhibición empaques y embalaje, entre otros.

- Contrato Interadministrativo No. 000125 suscrito entre el SENA y Artesanías de Colombia. Valor \$1.405.628.000 (Versión 2001-2002).

Convenio con MINERCOL LTDA y el apoyo de la Comisión Nacional de Regalías: con esta alianza Artesanías de Colombia desarrollo el Programa Nacional de Joyería, con 32 localidades mineras y con tradición minera y orfebre, en procesos para el mejoramiento de la productividad y competitividad del sector, beneficiando a las comunidades con programas de capacitación y acompañamiento empresarial y técnico, fortalecimiento y consolidación asociativo, asesoría en diseño y desarrollo de productos, misiones internacionales en diseño de productos y de profesionales técnicos de Brasil, México e Italia.

Convenio 020 de 2001 interadministrativo de Cooperación y cofinanciación celebrado entre la Empresa Nacional Minera – MINERCOL LTDA - y Artesanías de Colombia. Valor \$2.594.087.000.

Convenio FIDUIFI: en esta alianza, Artesanías de Colombia adelanta el "Proyecto mejoramiento de la competitividad del sector artesanal colombiano" en 150 localidades del país a través del refuerzo en actividades en cinco componentes básicos como son el Manejo y sostenibilidad del recurso natural; Diseño y Desarrollo de productos, Innovación Tecnológica; Participación en ferias y eventos comerciales y Capacitación del talento humano.

- Contrato No 047C de diciembre de 2001
- Asociación No. GER20017 con ACOPI para prestar capacitación y asesoría empresarial. Con énfasis en diseño a pequeños y medianos empresarios. Valor \$13.760.000.

2.5. CONTINUA.

- Contrato No CNV99043 con la fundación FES. Valor \$80.000.000. (Versión año 2001)

Convenios interinstitucionales entre Artesanías de Colombia y el Instituto Colombiano de Normas Técnicas ICONTEC:

Estos convenios permitieron definir las normas técnicas de las Hamacas y de los sombreros de iraca. En el año 2000 dichas entidades participaron en las mesas de trabajo para tres Normas Técnicas de Joyería y desde el mismo año se trabaja en el Certificado de "Hecho a Mano con Calidad" el cual actualmente está finalizando su segunda fase.

- Convenio de Financiación entre la Comunidad Europea y Artesanías de Colombia. Valor 950.000 ECU.
- Convenio de Cooperación técnica no reembolsable ATN/SF 6649 CO BID - Artesanías de Colombia. Valor \$US 730.000.

Se han establecido acuerdos de trabajo con diferentes entidades locales y nacionales para el fortalecimiento del sector artesanal, dentro de ellos se destacan los descritos en el cuadro a continuación:

EJEMPLOS DE CONVENIOS REGIONALES

CN99016 AMAZONAS:

Gobernación Departamento del Amazonas, Fondo Mixto para la Promoción de la Cultura y las Artes del Amazonas. Cooperación técnica y financiera para impulsar el desarrollo artesanal del departamento del Amazonas. \$25.000.000.

CN99019 ARAUCA:

Alcaldía de Arauca, Instituto de Cultura y Bellas Artes de Arauca, Fondo Mixto para la Promoción de la Cultura y las Artes de Arauca. Impulsar el desarrollo de los oficios artesanales. \$15.000.000.

CNV99045 ATLANTICO: Departamento del Atlántico y la Fundación Mario Santodomingo. Ejecutar plan de operaciones para capacitación en el departamento del Atlántico. \$22.000.000.

CN99004 BOLIVAR: Departamento de Bolívar y la Fundación Microempresarial Montes de María. Impulsar la ejecución de programas. \$30.000.000.

BOYACÁ: Gobernación de Boyacá, Alcaldías de Tibaná, Oicatá y Chiquinquirá, Cámara de Comercio de Tunja, Instituto de Cultura y Bellas Artes de Duitama-Culturama, Fondo Mixto para la Promoción de la Cultura y las Artes, Instituto de Cultura de Boyacá, ICBA. Impulsar el desarrollo de los oficios artesanales. \$40.000.000.

CAQUETA: Instituto Departamental de Cultura, Turismo y Bellas Artes, Alcaldía Mayor de Florencia, Fondo Mixto para la Promoción de la Cultura y las Artes, Cámara de Comercio, Asociación Territorial de Promoción Turística, Cooperativa Financiera de la Amazonía COFINAN. Impulso del desarrollo artesanal. \$14.000.000.

CNV99027 CAUCA: Gobernación, Fondo Mixto de Promoción de la Cultura y las Artes, Corporación de Turismo y Cámara de Comercio. Coordinar esfuerzos y recursos para la ejecución del plan de operaciones. \$46.000.000.

2.5. CONTINUA.

CNV20013 CORDOBA: Departamento de Córdoba y el Fondo Mixto para la Promoción de la Cultura y las Artes de Córdoba. Promover y ejecutar el plan de operaciones para el sector artesanal. \$25.000.000

CNV99052 CORPOAMAZONIA-PUTUMAYO: Fondo Mixto de Promoción de la Cultura y las Artes del Putumayo y la Corporación para el Desarrollo Sostenible del Sur de la Amazonía Corpoamazonía. Proyecto de multiplicación de talleres de capacitación Putumayo. \$12.096.889.

CUNDINAMARCA: Departamento de Cundinamarca-Secretaría de Desarrollo Económico. Habilitar artesanos y manufactureros en el manejo de técnicas. \$28.800.000.

CN99022 GUAVIARE: Gobernación y Fondo Mixto para la Promoción de la Cultura. Impulsar el desarrollo de oficios artesanales. \$10.000.000.

CN99022 GUAINIA: Gobernación, Alcaldía de Inírida, Fondo Mixto para la Promoción de la Cultura y las Artes. Impulsar el desarrollo artesanal. \$15.000.000.

CN98007 HUILA: Gobernación y el Instituto Huilense de Cultura. Ejecutar plan de operaciones para apoyar el procedimiento de desarrollo artesanal. \$50.000.000.

RAQUIRA – Municipio Impulsar el desarrollo artesanal del Municipio de Ráquira. \$15.000.000.

CN99031RISARALDA: Gobernación, Cámara de Comercio de Pereira. Generar el desarrollo artesanal en el departamento de Risaralda. \$15.000.000.

2.6. EQUIPO EJECUTOR DE LA PROPUESTA:

2.6.1. Director Técnico del Proyecto:	
Nombre:	ERNESTO ORLANDO BENAVIDES
Dirección:	Carrera 3ª No 18ª - 56
Teléfonos:	2827936
Fax:	2827936
E-mail:	Ernestobenavides@artesaniasdecolombia.com.co
Ciudad y departamento:	Bogotá D.C. – Cundinamarca

2.6.2. Equipo Ejecutor:				
NOMBRE	CARGO EN EL PROYECTO	TIEMPO DE DEDICACIÓN AL PROYECTO	NIVEL DE FORMACIÓN	EXPERIENCIA EN EL TEMA DEL PROYECTO
1. Ernesto Orlando Benavides	Director de Proyecto	Medio Tiempo	Economista Magíster en Economía	Subgerente Administrativo y Financiero y Subgerente Comercial de Artesanías de Colombia. Director de Programas y Proyectos para el Sector Artesanal.
2. Lyda del Carmen Díaz López	Coordinadora Unidad de Diseño Artesanías de Colombia S.A.	Medio Tiempo	Antropóloga	Coordinadora equipo de trabajo para desarrollo artesanal
3. Piedad Rocío Sierra	Dinamizador	Tiempo Completo	Comunicadora Social	Asesor Programa Nacional para la Estructuración de Cadenas Productivas para el Sector Artesanal (1 año) y asesor socioempresarial Programa Nacional de Joyería (dos años).
4. Sergio Lozada	Asesor 1	Medio Tiempo	Geólogo con experiencia en caracterización de materiales arcillosos utilizados en cerámica artesanal.	Experiencia de dos años Chamba (Tolima) y Pitalito (Huila).

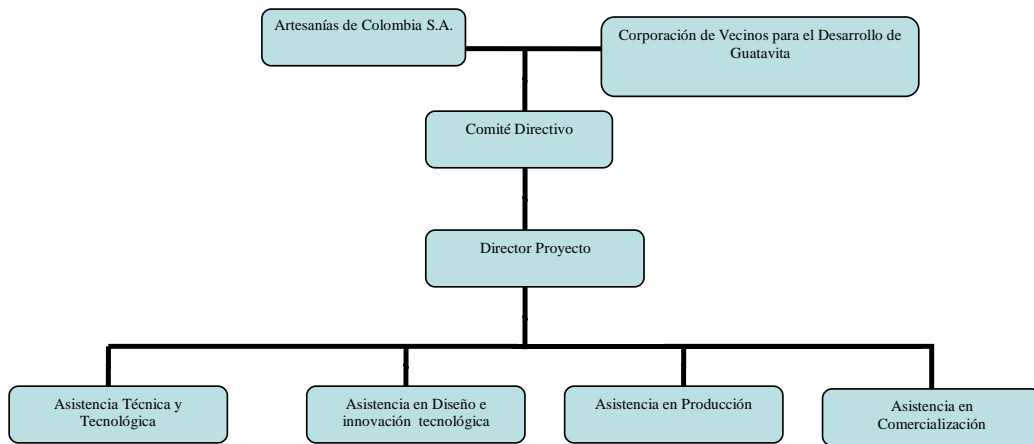
2.6.2. CONTINUA.				
NOMBRE	CARGO EN EL PROYECTO	TIEMPO DE DEDICACIÓN AL PROYECTO	NIVEL DE FORMACIÓN	EXPERIENCIA EN EL TEMA DEL PROYECTO
5.Nohora Martínez	Asesor 2	Tiempo Completo	Ingeniería de Sistemas	Diseño técnico del Sistema de Información para la Artesanía SIART
6.Marcela Mesa	Asesor 3	Tiempo Completo	Administrador de Em,presas	Asesor Programa Nacional para la Estructuración de Cadenas Productivas para el Sector Artesanal (1 año) y asesor socioempresarial Programa Nacional de Joyería (dos años).
7.William Monroy	Asesor 4	Tiempo Completo	Sociólogo con experiencia en formulación y evaluación de proyectos económicos, sociales y ambientales	Asesor Programa Nacional para la Estructuración de Cadenas Productivas para el Sector Artesanal (1 año) y asesor socioempresarial Programa Nacional de Joyería (dos años).
8. Clara Arboleda	Asesor 5	Tiempo Completo	Adminsitrador de Empresas	Manejo de servicios en materia de comercialización principalmente en exportaciones.
9. Erick Montoya	Asesor 6	Tiempo Completo	Profesional en finanzas y comercio exterior, con especialización en finanzas y mercado de capitales.	Asesor Programa Nacional para la Estructuración de Cadenas Productivas para el Sector Artesanal (1 año) y asesor socioempresarial Programa Nacional de Joyería (dos años).

2.6.2. CONTINUA.

NOMBRE	CARGO EN EL PROYECTO	TIEMPO DE DEDICACIÓN AL PROYECTO	NIVEL DE FORMACIÓN	EXPERIENCIA EN EL TEMA DEL PROYECTO
Eduardo Llano	Asesor 7	Tiempo Completo	Diseñador Industrial	Asesor del Proyecto de Desarrollo Comunitario Diseño y Producción de nuevos Objetos en Fique – Curi - Santander
Diego Añez Yépez	Asesor 8	Tiempo Completo	Diseñador Industrial con experiencia cerámica	Experiencia en el oficio por más e 15 años. Profesor de cátedra universitaria en diseño
Emerson Cardenas	Asesor 9	Tiempo Completo	Diseñador Industrial	Dominio de software de retoque fotográfico, de dibujo, de diagramación.

2.6.3. Organigrama del Equipo Ejecutor de la Propuesta:

¡Error!



2.7 INFORMACIÓN ADICIONAL DEL PROPONENTE:

INFORMACIÓN GENERAL (En Miles de Pesos)	AÑO	
	2.001	2.002
Activos Corrientes	4.316.872	2.626.335
Activos Totales	8.024.924	6.813.959
Pasivos Corrientes	2.184.860	977.467
Pasivos Totales	2.184.860	977.467
Patrimonio	5.840.064	5.836.492
Ingresos Operacionales	7.793.665	9.293.823
Ingresos No Operacionales	112.879	161.541
Utilidad Neta	9.760	51.364
Activos Corrientes	4.316.872	2.626.335
Número de Empleados Permanentes	71	72

3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

3.1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO:

En 1.973 la Corporación el Municipio de Guatavita con el apoyo de la Asamblea Departamental iniciaron la construcción del Centro Artesanal con miras a la producción a escala semindustrial de aquellos artículos artesanales que escapan a la actividad de los pequeños talleres y a la industria casera, buscando otras oportunidades de empleo, fomentando el aprendizaje de nuevos operarios y además facilitando un sitio de atracción para los visitantes interesados en presenciar el proceso de fabricación.

En varias ocasiones había intentado impulsar este programa, pero solo hasta octubre de 1.987 se cristalizaron sus esfuerzos con el apoyo de varias entidades oficiales y privadas como: Artesanías de Colombia S.A., el Museo Artes y Tradiciones Populares, la Gobernación de Cundinamarca, La Fundación para la educación Superior FES, la Fundación Antonio Restrepo Barco, la Fundación Corona, La Administración Municipal. Todas ellas, colaboraron con la contratación de instructores, con equipos y convenios de cooperación internacional.

A finales de 1.988, la corporación inició la organización de la Escuela – Taller de Cerámica en una casa cedida por la Administración Municipal. La Escuela cuenta con dos áreas: La de capacitación y la de producción.

La capacitación se impartió desde la Casa Taller, mediante cursos de cerámica para la temporada de vacaciones del Colegio Pío XII, la Escuela Urbana y en varias escuelas veredales. En estos procesos se orientó a la formación integral, buscando despertar el interés por la dimensión cultural del oficio artesanal, estimular la creatividad y ofrecer nuevas alternativas de trabajo y desarrollo profesional.

Desde de agosto de 1.993, ha funcionado el área de producción en el Centro Artesanal, donde hacen parte tres salones de considerables dimensiones: El primero para el horneado de bizcocho y esmaltado, el segundo para pulido y pintura y el tercero para trabajos como el colado, moldeado y torneado. Además cuenta con tres salones pequeños: En uno funciona el almacén, en otro funciona como cuarto de secado y en último espacio para la elaboración de la arcilla.

En 1994 bajo la dirección del Maestro Ceramista Héctor Arbeláez, se definió una línea de producción de platos pintados a mano con pigmentos sobre esmaltes, con decoraciones inspiradas en la riqueza cultural de la región y especialmente en la arquitectura y decoración de la Iglesia.

Con el apoyo de la Corporación Nencatacoa ICA (Internacional Cultural Affaire), el Ministerio de Relaciones Exteriores del Japón y de Artesanías de Colombia S.A., colaboró con dos maestros japoneses, quienes dictaron un curso de cerámica en Guatavita del 2 de Octubre al 29 de Noviembre de 1.995.

3.1. CONTINUA.

El Programa ofreció asistencia técnica al taller de cerámica para mejorar la calidad de la mano de obra enfocada a la producción en la forma artesanal. Se trabajó con tornos de levante y tornetas. Se adelantaron asesorías en esmaltes de ceniza con tecnología japonesa, con materia prima colombiana y hornos de altas temperaturas (1250- 1300 grados).

Artesanías de Colombia S.A. en convenio con el Museo de Artes y Tradiciones, el SENA, y la Corporación de Vecinos para el Desarrollo de Guatavita, firmaron el 15 de Agosto de 1995 el Proyecto para el Fortalecimiento de la Línea de Producción del Taller de Cerámica de Guatavita y la iniciación de la comercialización de sus productos.

Artesanías de Colombia S.A. en convenio de cooperación internacional con el gobierno de la República de China, adelantaron una misión técnica integrada con tres expertos especializados en equipos y maquinaria; manejo y construcción de hornos; formulación y preparación de esmaltes y pastas cerámicas.

En el año 2000, Artesanías Colombia S.A. adelantó un convenio de cooperación internacional con el gobierno de México, con el maestro Saúl Camacho, experto en decoración a mano y de los acabados. Este proceso contribuyó al mejoramiento de la calidad de la producción cerámica de Guatavita.

Para el período 2.001 – 2.002 Artesanías de Colombia continuó con programas de asistencia en diseño, para el mejoramiento de la producción y comercialización, a cargo de un grupo interdisciplinario de profesionales del Centro de Diseño de Bogotá.

Actualmente el taller se encuentra en manos de La Corporación de Vecinos para el desarrollo de Guatavita. Esta institución se vio afectada en los últimos años por la crisis económica que vive el país y especialmente, por la competencia del producto cerámico de los países industrializados.

3.2. JUSTIFICACIÓN:

Conociendo las debilidades que el sistema de producción de cerámica de Guatavita enfrenta en el ámbito de sus procesos productivos, de estandarización, de diseño e imagen de productos y de organización, el presente proyecto es una propuesta novedosa, ya que consolida y fortalece la cadena productiva para el sector artesanal de la cerámica, a partir de los clusters en minería, producción y comercialización.

- El proyecto se orienta a estructurar y fortalecer los diferentes eslabones de la cadena productiva.
- Las estrategias de asociatividad integrará a los diferentes actores productivos, agentes de apoyo institucional de carácter privado y gubernamental y agentes interventores.
- Los procesos de integración conllevan al empoderamiento de los actores, a través de proyectos para el mejoramiento de la productividad, la competitividad y desarrollo del sector productivo.

Además, la producción artesanal de Guatavita encierra un gran potencial para el mercado, cuyo desarrollo se ve afectado tanto por la crisis financiera nacional y la violencia política, que han mermado la demanda y alejado clientes, como por la ineficiencia productiva y de gestión de los talleres de cerámica y alfarería.

De acuerdo con el esquema anterior y las experiencias acumuladas por Artesanías de Colombia S.A., los principales problemas identificados en el sistema productivo artesanal cerámico y alfarero de Guatavita caracterizados por la disponibilidad de arcillas de diferente tipo, donde se han forjado generacionalmente el trabajo artesanal de numerosas familias de moldeadores y decoradores de productos característicos de la iconografía regional como las vajillas para el servicio de mesa.

3.3. DIAGNÓSTICO DE LOS USUARIOS Y SU SECTOR O ACTIVIDAD ECONÓMICA:

El proyecto centrará su actuación en la producción cerámica, la comercialización y en garantizar condiciones adecuadas para acceder a la materia prima necesaria que permita elevar y mejorar sus condiciones de producción, mediante el diseño de diferentes alternativas, propuestas o acuerdos beneficien la relación proveedores – productores.

Busca de igual forma, definir e poner en marcha esquemas para el mejoramiento de la competitividad del sistema productivo que permita avanzar en impactos socioeconómicos, tecnológicos y comerciales positivos en las pequeñas unidades productivas relacionadas con los sectores abastecedores de materias primas e insumos para la producción, productores cerámicos y comerciantes, buscando la ampliación de los mercados y el mejoramiento de la calidad de vida de los diferentes actores.

De acuerdo con las experiencias acumuladas por Artesanías de Colombia S.A., los principales problemas identificados en el sistema productivo artesanal cerámico de Guatavita caracterizados por la disponibilidad de arcillas de diferente tipo, donde se han forjado generacionalmente el trabajo artesanal de numerosas familias de moldeadores y decoradores de productos característicos de la iconografía regional como las vajillas para el servicio de mesa.

Respecto al eslabón de la explotación de las materias primas, no hay una explotación técnica de las minas, una caracterización fisicoquímica (contenido de sales solubles, grado de plasticidad, área superficial específica, distribución del tamaño de las partículas, contenidos de óxidos, entre otros), ni del contenido de minerales de las materias primas utilizadas que permitan precisar su comportamiento al interior del proceso. La explotación de las minas se hace con equipos inadecuados, lo cual, impide la optimización del uso de las minas.

La falta de evaluación de las reservas mineras dificulta la planeación de la producción artesanal al largo plazo o el prever la sustitución oportuna de materiales. No existe conocimiento respecto a la arcilla de filón, aunque sus características de plasticidad la hacen apta para el tipo de trabajo y se cuenta con experiencias artesanos de localidades como La Calera y Guasca. Respecto a este tipo de arcillas sería importante desarrollar un estudio técnico con el fin de evaluar la factibilidad de realización de mezclas con otros tipos de arcillas con el fin de obtener una pasta superior a la que se viene utilizando.

La falta de métodos de normalización para la explotación y beneficio de las materias primas, es una constante en los municipios ceramistas y alfareros del departamento de Cundinamarca e inciden negativamente en la calidad de las arcillas, en lo concerniente a los grados de variabilidad, haciendo que el artesano no logre estandarizar su producto en su lugar de trabajo. Razón por lo cual, se hace imperante establecer un programa de capacitación para explotar eficientemente las materias primas. Buscando con ello, especializar a los actores en este tipo de oficio y mejorar la calidad de las arcillas.

3.3. CONTINUA.

En el beneficio de los materiales arcillosos predomina el trabajo espontáneo en el manejo del material, con el desconocimiento de las normas mínimas para garantizar la calidad del producto. En los talleres donde se humecta el material antes de ser sometido a la de laminación no se le hace un control del agua adicionada y se aplica el método del tanteo, lo cual significa que diferentes producciones de pasta presenten diferentes contenidos de agua, obligando al artesano con esto a cambiar constantemente sus procesos con el fin de garantizar la uniformidad de la producción.

En general se puede asegurar que no existe organización para llevar a cabo la explotación de las arcillas, en la cual confluyan los propietarios de las minas, los transportadores y los talleres encargados del beneficio de las materias primas.

En el caso particular de la barbotina utilizada en la técnica del vaciado, ésta es preparada sin ningún control en el comportamiento de la viscosidad o de la densidad (relación agua – arcilla seca), afectando negativamente a otras variables como la humedad de los moldes, peso de las piezas y tiempos de formación.

- **Eslabón de la Producción:**

Es necesario establecer la mejor barbotina que se puede obtener utilizando las materias primas existentes y para ello se requiere programar ensayos con diferentes tipos de barbotinas tratando de controlar la mayor cantidad de variables posibles (densidad, viscosidad, tixotropía, velocidad de formación y la humedad de los moldes). El diseño de la barbotina se debe realizar en talleres especializados y estos deben encargarse de distribuirla a los demás talleres para la fabricación de piezas. Con esto se contaría con una barbotina uniforme en cuanto a su comportamiento durante el colaje y por ende permitiría una estandarización de los métodos de fabricación de las piezas.

En cuanto a la fabricación de piezas los métodos de estandarización se encuentran en estado crítico, en la mayoría de los talleres. Como los artesanos se caracterizan por intervenir en todo el proceso dificulta la especialización. Para ello se hace necesario de evaluar las diferentes técnicas y las variables utilizadas por los artesanos con el fin de sugerir mejoras para el buen desempeño.

La distribución de los talleres adolece de una organización de acuerdo a los flujos de producción, su aspecto es talleres desordenados y se hace difícil creer que en ellos se fabriquen productos de buena calidad.

No hay criterios de calidad para cada una de las etapas de los procesos de fabricación de piezas. Los artesanos no tienen en claro de cual deben ser las cualidades específicas que deben cumplir las arcillas para garantizar la buena calidad del producto terminado.

Los artesanos requieren de capacitación por oficios buscando la especialización en el oficio y la efectividad en la división del trabajo, que defina claramente los roles a desempeñar por los actores del beneficio y la producción de piezas artesanales.

3.3. CONTINUA.

Dada la naturaleza plástica de las arcillas utilizadas, su secado sería crítico en el caso que la demanda superara la producción. No existe un control de secado de la producción (antes de llevar las piezas al horno) y se hace necesario de la estandarización de los tiempos de secado, de humedad mínima a posteriori a los procesos de cocción. Para ayudar el proceso de secado rápido se debe evaluar la posibilidad de usar materiales más gruesos, estos serían mezclados adecuadamente con los ya existentes, logrando con ello una pasta de mejor secado y de mayor resistencia en verde.

Los procesos de cocción presentan desorden. Los hornos además de ser utilizados para la cocción de piezas, son utilizados para el almacenamiento de otros objetos. No hay control en los procesos de cocción y no se tiene en claro el grado de vitrificación de las piezas (temperaturas de bizcocho y decorado en frío). Lo anterior, sugiere la posibilidad de hacer la reconversión a gas, utilizando hornos fabricados en material refractario (eficientes desde el punto térmico). Con la reconversión se lograrían procesos más eficientes y sostenibles, con la posibilidad de quemar a temperaturas más altas, logrando técnicamente, productos esmaltados al horno.

En cuanto al decorado de piezas algunos talleres se llevan acabo por inmersión y sin ningún tipo de control, lo cual impide garantizar la calidad de las piezas desde el punto de vista decorativo. Como la decoración se hace al frío, el color de las piezas depende sustancialmente de la mano de obra y no del proceso de cocción como sucede con los procesos cerámicos tradicionales.

Sería indispensable evaluar la posibilidad de usar los esmaltes cerámicos para el decorado de las piezas que posteriormente serían sometidas a la cocción. Con ello se ampliaría la probabilidad de obtener productos con mayor valor agregado.

En cuanto al diseño de nuevos productos se cuenta con uno de los puntos más débiles del proceso de producción, ya que no hacen presencia nuevos productos que representen la región. Los artesanos no han innovado productos diferentes a las vajillas de servicio de mesa y los diseños ya superaron su vida útil en el mercado. A la baja capacidad de innovación se une la baja calidad de las piezas y los aspectos exógenos a la artesanía, como los de orden público han hecho que la cerámica la región estén en franca decadencia.

- **Eslabón de la Comercialización:**

En la comercialización de los productos cerámicos y alfareros de la región se da una baja demanda en el producto tradicional, especialmente en las localidades de la zona centro del municipio de Guatavita, por posibles saturaciones del mercado tradicional y a las dificultades de orden público presentadas en el ámbito regional y nacional y a la recesión económica.

Estos cambios en el comportamiento sometieron al artesano a la competencia desleal y al desmejoramiento sustancial de la calidad de las piezas, generando productos sin perspectiva comercial (escudos y prototipos de alumnos), con costos crecientes de insumos (esmaltes sintéticos e insumos energéticos). Existen artesanos que han orientado su acción productiva y diseño a productos no tradicionales.

3.3. CONTINUA.

Los artesanos para enfrentar la crisis comercial de la artesanía local no cuentan con el apoyo de estudios de mercado y no han logrado desarrollar nuevos productos exitosos. El microempresario ha asumido una actitud derrotista y se refleja en su baja participación en los eventos feriales en el ámbito nacional, causando con ello la pérdida de referentes nacionales que les permita recoger experiencias, para dar solución a sus propios problemas productivos.

La pérdida de la visión empresarial y su capacidad de riesgo la han cambiado por las ataduras de los clientes externos y a la intermediación, perdiendo de esta manera conocer desde sus propias fuentes las necesidades de su demanda.

La baja interacción con sus clientes en forma directa y la pérdida de los referentes nacionales les ha impedido la innovación y desarrollo de nuevos productos que potencialicen la tradición, las técnicas, destrezas del microempresario y los valores de la artesanía (diseño, creatividad,

Se hace necesario el aprovechamiento de materiales, técnicas y destrezas en el modelado a mano y por vaciado, el torno y el decorado de figuras del arte popular, con el fin de proponer nuevos productos que permitan aplicar las técnicas actuales, pero mejoradas, que no impliquen la ruptura total con la tradición regional productiva. En este sentido, la línea

tradicional figurativa se enriquecería con esmaltes, resistencia, calidad e identidad.

El producto artesanal en cerámica de Guatavita se caracteriza por la producción de objetos utilitarios para servicio de mesa así como accesorios para la cocina y otros ambientes sin embargo Esta oferta artesanal se caracteriza por la ausencia de empaques y embalajes para el producto, que garantice su calidad e integridad hasta su destino final.

Los empresarios de las localidades objeto no encausan sus acciones a la constante y permanente renovación de su portafolio, al lanzamiento de nuevas líneas y colecciones cerámicas y alfareras con propuestas innovadoras en sus formas, materiales y usos, no corroboran sus nuevas propuestas con referenciales locales, nacionales y foráneos que les permitan apropiarse de referencias locales con una perspectiva global y para ello requieren del soporte de especialistas en mercados (internos y externos) y en decodificación y análisis de referentes culturales y participar en eventos feriales especializados (Expoartesanías, Manofacto, entre otros) con el fin de conocer en sus fuentes primarias las potencialidades de mercado de sus nuevos productos que conjuguen la tradición con la modernidad.

La competitividad de las comunidades ceramistas y alfareras del departamento del Cundinamarca se encuentra limitada por escasos volúmenes de oferta, manejos inadecuados de las materias primas y recursos energéticos, el bajo nivel tecnológico de procesos productivos, a la débil capacidad de gestión empresarial, a la persistente oferta de productos a partir de la producción y no de la demanda, a los problemas de diseño de productos que no responden a segmentos específicos de mercado y en general, a una clara desarticulación del sistema productivo.

3.4. PROBLEMÁTICA A SOLUCIONAR:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ineficiencia productiva. 2. Bajos estándares de calidad. 3. Escasos niveles tecnológicos. 4. Baja capacidad de gestión empresarial. 5. Desarticulación de agentes: proveedores, productores, comerciantes y clientes. 6. Oferta amplia y dispersa en volúmenes. 7. Intermediación amplia. 8. Escasa presencia y participación de agentes locales por desconocimiento de potencialidades de la cadena. 	
A. ESLABON DEL SUMINISTRO DE MATERIAS PRIMAS	
Se hace referencia específica a las dificultades en el suministro de materias primas para la producción cerámica.	
PROBLEMAS	CONSECUENCIAS
1. Escasez de insumos (caolín, carbonato, calcio, esmaltes) y de la materia prima	Limita la producción. Incrementa los costos del producto. Riesgo en el oficio a largo plazo. Cierre de mercados. Producción no garantizada a largo plazo. Pérdida de valor agregado.
2. Falta de información sobre la oferta de materias primas.	Desaprovechamiento de recursos. Deficiente caracterización de arcillas. Falta información para la planeación a largo plazo. Desarticulación de inventarios de recursos.
3. Baja calidad de la materia prima (Tamaño de partículas, humedad, plasticidad, refractariedad, viscosidad).	Afecta integralmente al producto, en la calidad y en el acabado. Bajo precio. Pérdida de clientes y negocios.
4. Baja organización microempresarial	Explotación de minas no adecuadas. Deficiencias en la planeación. Incremento de costos. Desaprovechamiento de los recursos humanos y minerales. Gestión empresarial deficiente.

3.4. CONTINUA.	
ESLABON DE LA PRODUCCIÓN	
PROBLEMAS	CONSECUENCIAS
1. Falta investigación y desarrollo tecnológico.	Estancamiento y obsolescencia del sistema productivo artesanal. Baja productividad y capacidad de oferta. Falta eficiencia productiva. Pérdida de oportunidades de negocio. Bajos estándares de calidad. Desperdicio de recursos.
2. Bajo nivel tecnológico	Altos costos de producción. Bajo nivel de competitividad por precio y volumen. Baja calidad del producto. Desaprovechamiento de la mano de obra en procesos mecánicos y arduos que no generan valor. Horizonte limitado de experimentación. Permanencia de bloqueos productivos.
3. Baja capacidad de gestión empresarial	Baja planeación de la producción. Desconocimiento legal para el manejo laboral. Dificultades para la comercialización. Bajos niveles de promoción del producto. Actitud reactiva del empresario. Manejo contable precario. Costos rígidos y descontextualizados. Informalidad empresarial. Escasa capacidad de adaptación a cambios del entorno. Desaprovechamiento de líneas de crédito de fomento a la cerámica por desconocimiento.
4. Ineficiencia en la producción	Baja calificación de la mano de obra. Deficiente manejo y dominio de procesos técnicos de producción. Deficiencias en la distribución de planta. Infraestructura y equipamiento obsoletos. Ausencia de sistemas de control de la calidad. Bajos niveles de competitividad.

3.4. CONTINUA.	
ESLABON DE LA COMERCIALIZACIÓN	
PROBLEMAS	CONSECUENCIAS
1. Desconocimiento de mercados potenciales	Oferta estructurada a partir de la producción y no de la demanda.
2. Falta investigación de mercados	Productos inadecuados para la demanda. Desactualización de productos. Bajos niveles de rentabilidad. Crecimiento de los inventarios. Incremento de pérdidas. Pérdida de oportunidades de negocios.
3. Baja capacidad de gestión empresarial	Incumplimiento de pedidos. Falta de seguimiento postventa. Deficiente capacidad para establecer negocios. Ausencia de estrategias comerciales. Deficiente oferta de producto. Pérdida de oportunidades de negocio y de clientes.
4. Falta de promoción de los valores agregados del producto artesanal.	Subvaloración y falta de agregados en el posicionamiento del producto. Pérdida de identidad. Desconocimiento de la propiedad cultural e intelectual.
5. Gran número de oferentes en la intermediación	Incremento del precio del producto. Mínimo margen de beneficio para el productor. Desconocimiento directo del cliente. Producción cíclica dependiente de los oferentes de la intermediación.

3.4. CONTINUA.

De acuerdo con el esquema anterior y a las experiencias acumuladas por Artesanías de Colombia S.A., los principales problemas identificados en el sistema productivo artesanal cerámico de Guatavita, en el departamento de Cundinamarca son:

Problemática de la Minería

No cuenta con estudios técnicos que permitan: estimar las reservas de arcillas en la región que garanticen la planeación de la producción a largo plazo; precisar las características físicas y químicas de las arcillas de las diferentes minas de las que se abastecen los artesanos de Guatavita, para elaborar las diferentes pastas cerámicas que garanticen confiabilidad en su manejo y óptimos resultados en su calidad, permitiendo con ello, establecer tablas estandarizadas para la preparación de pastas y la socialización de ellas, con los diferentes talleres del municipio; la estandarización eficiente y adecuada de la explotación de los minerales con bajos impactos en los ecosistemas; implementar sistemas de extracción y beneficio sostenible de las minas.

Su organización empresarial es deficiente lo que dificulta poner en marcha proyectos de explotación racional y sostenible de la materia prima, acordes a las necesidades de la demanda. Las deficiencias en técnicas en la explotación de las minas, el deterioro en la calidad de la materia prima, afectan integralmente al producto final, el precio, la calidad y principalmente los acabados; el mal aprovechamiento del recurso mineral y pérdida del valor agregado; la planeación al corto y mediano plazo; el incremento de los costos de producción; el aumento en la deforestación y degradación del suelo causados por el manejo no sostenible de las minas de arcillas, es la característica que se observa en el municipio.

Problemática de la Producción

Hay ausencia de investigación, el uso de tecnologías es insuficiente y factores como la baja escolaridad, han producido estancamiento y bloqueo del sistema productivo, reflejándose: en la baja productividad y capacidad de oferta, deficiencias productivas, pérdidas de oportunidades de negocio, disminución de los estándares de calidad, debilidades en el diseño de las piezas en cerámica y de alfarería y especialmente, en el desaprovechamiento de los recursos humanos, minerales y energéticos.

Los productores se caracterizan por la baja capacidad de gestión empresarial; debilidades en la planeación de la producción; mano de obra no calificada; deficiencias en la distribución de planta y en infraestructuras y equipamientos; deficientes procesos técnicos y sin control de calidad, costos rígidos o descontextualizados, bajos niveles de adaptabilidad a los cambios del entorno; bajos niveles de competitividad; altos impactos ambientales que se manifiestan en contaminación atmosférica y en la deforestación por la explotación de la leña y el carbón, como recursos energéticos, utilizados en los talleres de cerámica.

3.4. CONTINUA.

Problemática de la Comercialización

La comercialización de los productos es directa en su propio taller o puntos de venta en la cabecera municipal y los más experimentados lo hacen a través de ferias regionales o nacionales como Expoartesanías. Productores e intermediarios locales estructuran su oferta a partir de la producción y no de la demanda, esto deprecia el producto, decrece la rentabilidad, presenta altos índices de inventarios no rotativos e incrementa las pérdidas. La baja capacidad de gestión comercial, posicionamiento del producto, la saturación del mercado de algunas líneas (cortinas, móviles), son una constante y se refleja en debilidades en el diseño y desarrollo de productos innovadores para determinados nichos de mercado, la ausencia de estrategias comerciales y especialmente, en la falta de promoción de los valores agregados del producto artesanal.

3.4. CONTINUA.	
DESCRIPCIÓN DE SOLUCIONES A LA PROBLEMÁTICA QUE AFECTA A LA CADENA PRODUCTIVA	
A. ESLABON DEL SUMINISTRO DE MATERIAS PRIMAS	
PROBLEMAS	SOLUCIONES
1. Escasez de insumos (caolín, carbonato, calcio, esmaltes) y de la materia prima	<p>Capacitar los proveedores de materias primas e insumos.</p> <p>Promover estudios para el cálculo de reservas de arcillas.</p> <p>Fomentar estudios técnicos y económicos.</p> <p>Promover la eficiencia en la explotación de las minas.</p> <p>Organizar redes locales y regionales de proveedores de materias primas e insumos.</p>
2. Falta de información sobre la oferta de materias primas.	<p>Redes de proveedores.</p> <p>Actualización y divulgación a través del Servicio de información Artesanal SIA.</p> <p>Integrar información disponible de instituciones (Gobernación, Secretaría de Minas y Energía, UMATAS, Universidades, entre otras).</p> <p>Integración de redes de proveedores de materias primas e insumos.</p>
3. Baja calidad de la materia prima (Tamaño de partículas, humedad, plasticidad, refractariedad, viscosidad).	<p>Promover estudios especializados sobre las cualidades de los diferentes tipos de arcillas.</p> <p>Difundir métodos adecuados para la preparación y beneficio de las arcillas.</p> <p>Promover la homogenización de la materia prima mediante la dispersión mecánica como técnica adecuada para la mezcla de arcillas.</p>
4. Baja organización microempresarial	<p>Capacitar en gestión empresarial a propietarios de las minas, a miembros del beneficio de las arcillas y transportadores de materiales.</p> <p>Promover y fortalecer y fortalecer la minería a formas asociativas.</p>

3.4. CONTINUA.	
ESLABON DE LA PRODUCCIÓN	
PROBLEMAS	SOLUCIONES
1. Falta investigación y desarrollo tecnológico.	<p>Vinculación del sector universitario e institutos de investigación.</p> <p>Fomento de la investigación mediante la financiación de proyectos, concursos y otras iniciativas.</p> <p>Promoción de tecnologías limpias.</p> <p>Fomento del diagnóstico del sistema productivo y puesta en marcha de proyectos para el mejoramiento tecnológico.</p>
2. Bajo nivel tecnológico	<p>Poner al alcance del sector información sobre tecnologías existentes en el mercado.</p> <p>Adecuación de tecnologías propias.</p> <p>Hacer demostraciones sobre el uso y aplicación de tecnología en taller piloto.</p> <p>Capacitación en el manejo adecuado de nuevas tecnologías.</p> <p>Capacitación en imagen (sello de identidad, certificación de metales, marcas, etiquetas y empaques).</p> <p>Elaboración de manuales de operación y procedimientos (fichas técnicas de dibujo, planos técnicos y fichas de producción).</p> <p>Adecuación y ajuste de la cerámica a segmentos específicos del mercado, basados en normas técnicas y ambientales.</p> <p>Capacitación en diseño acorde a las necesidades de los nichos de mercado.</p> <p>Estímulo a la innovación del producto a través del diseño.</p>
3. Baja capacidad de gestión empresarial	<p>Capacitación y asesoramiento en gestión empresarial.</p> <p>Formalización de las empresas.</p> <p>Implementación de la planeación estratégica en las Pymes.</p> <p>Diseño de sistemas de almacenamiento de materias primas e insumos, productos en proceso y terminados.</p>

3.4. CONTINUA.	
ESLABON DE LA PRODUCCIÓN	
PROBLEMAS	SOLUCIONES
4. Ineficiencias de producción	<p>Articulación en redes de productores y proveedores.</p> <p>Reorganización espacio funcional de los talleres.</p> <p>Capacitación técnica para la cualificación del recurso humano con énfasis en procesos.</p> <p>Optimización de procesos productivos.</p> <p>Diseño, elaboración e implementación de estándares de calidad por oficios.</p> <p>Reorganización óptima de planta a talleres productivos.</p> <p>Poner al alcance recursos de crédito y fomento para equipos y herramientas.</p> <p>Asesoría en diseño y desarrollo de productos.</p> <p>Liberación de mano de obra a procesos generadores de valor.</p>

3.4. CONTINUA.	
ESLABON DE LA COMERCIALIZACIÓN	
PROBLEMAS	CONSECUENCIAS
1. Desconocimiento de mercados potenciales	Sondeo e inteligencia de mercados. Alianzas estratégicas con universidades, Proexport, Cámara de Comercio, Artesanías de Colombia S.A. y Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para la exploración de nuevos mercados.
2. Falta investigación de mercados	Participación en eventos fériales con el fin de ampliar referentes de nichos de mercado. Poner al alcance la información suministrada por el Servicio de Información Artesanal SIART (actualización y divulgación).
3. Baja capacidad de gestión empresarial	Capacitación y asesoría en gestión comercial. Diseño de estrategias de promoción y comercialización. Establecimiento de bases de datos de clientes – sistemas de información para la cerámica. Diseño, asesoramiento y participación en eventos fériales, rondas de negocios y exposiciones. Asesoramiento en exhibición, empaques, embalaje y despacho de productos al cliente.
4. Falta de promoción de los valores agregados del producto artesanal	Certificación de Hecho a Mano con Calidad. Diseño e implementación del portafolio de productos y folletos promocionales. Acuerdos con embajadas, museos y otras entidades relacionadas con el tema del turismo, la cultura y el medio ambiente, con el fin de promover la difusión de valores agregados a la cerámica colombiana. Capacitación y asesoramiento en el tema de derechos de actor, marcas y patentes.
5. Gran número de oferentes en la intermediación	Implementación de estrategias organizacionales de comercio justo. Participación directa de los ceramistas en ferias, rondas de negocios. Capacitación y asesoramiento en exposiciones. Promoción a la conformación de comercializadoras locales.

3.5. PROPÓSITO GENERAL:

Implementar un esquema de desarrollo basado en el programa de cadenas productivas que permitan un mayor crecimiento del nivel socioeconómico, tecnológico y comercial en el sistema productivo cerámico y alfarero del municipio de Guatavita, garantizando la sostenibilidad de la materia prima, la capacidad de producción, estándares de calidad y competitividad de la producción artesanal y la diversificación de la oferta en los diversos mercados.

Como parte del programa estratégico para fomentar los clusters o núcleos empresariales con potencial de desarrollo y fuerte vertebración social, fortaleciendo el sistema productivo con el fin de dar respuesta eficiente a las necesidades del mercado, se hace necesario estructurar y consolidar las áreas productivas con base a eslabones de producción, homogenizando procesos técnicos en cada uno e implementando mejoras tecnológicas que establezcan condiciones para el mejoramiento de la productividad y competitividad sectorial.

Para el cumplimiento del objetivo propuesto, se parte del conocimiento de los problemas particulares de las cadenas arcilla – cerámica, que hacen referencia a la baja división del trabajo y a la falta de especializaciones. Como alternativa básica se plantea la estructuración de eslabones proveedores de insumos y de materias, preparación de materias primas, producción, comercialización y consumo de productos cerámicos. La estructuración de los procesos productivos al interior de cada eslabón permitirá articular a todos los agentes institucionales locales y nacionales, empresas privadas, comercializadores, proveedores y consumidores, con entidades de apoyo como universidades y centros de investigación y organizaciones artesanales locales, potenciando la capacidad de desarrollo de cada uno, en economías de escala. De igual forma, se permitirá disminuir los costos de insumos y materias primas y acceder a procesos adecuados de investigación y desarrollo tecnológico.

El objetivo propuesto contribuye al desarrollo de las Pymes, como principal estrategia para el logro de la competitividad, estimula la innovación y el desarrollo tecnológico, da aporte al valor agregado, estimulando la cualificación de la mano de obra y generando nuevos puestos de trabajo en el sistema productivo cerámico. Mediante procesos de concertación y desarrollo asociativo los actores encausaran sus esfuerzos en la formulación y ejecución de proyectos productivos sostenibles y con bajos impactos ambientales. Proceso que se formalizará mediante la firma del convenio de competitividad, por parte de los empresarios, instituciones del sector público y privado y las ONGs.

3.6. RESULTADOS ESPERADOS:	
Resultado No.1.	Sensibilización de actores para la integración de la cadena productiva y validación del diagnóstico.
Resultado No.2.	Formulación del Plan Estratégico para el desarrollo de la cadena productiva.
Resultado No.3.	Integración de los eslabones de la cadena productiva.
Resultado No.4.	Creación y fortalecimiento de empresas.
Resultado No.5.	Mejoramiento técnico de los procesos de producción.
Resultado No.6.	Implementación de un modelo para el mejoramiento de la comercialización al interior de la cadena productiva.
Resultado No.7.	Desarrollar una línea de producto.
Resultado No.8.	Participación del grupo cerámico en por lo menos un evento ferial al año.
Resultado No.9.	Diseño y elaboración de un plegable y un pendón.
Resultado No.10.	Validación y Firma del acuerdo de competitividad con los actores de la Cadena.

3.7 ACTIVIDADES POR RESULTADO:	
RESULTADO	ACTIVIDADES
Resultado No. 1	1.1. Ciclo de presentaciones del proyecto, conceptos y metodología de cadena productiva.
	1.2. Reuniones con dinamizadores e instituciones de apoyo local, regional y nacional.
	1.3. Validación y socialización del diagnóstico obtenido mediante la evaluación de los estudios realizados.
	1.4. Conformación de la secretaría técnica y de mesas de trabajo.
Resultado No. 2	2.1. Diseñar plan de acción para el suministro de materias primas.
	2.2. Reunión sectorial para la validación de los planes.
	2.3 Socialización del plan estratégico por parte de la secretaría técnica a través del SIART.
Resultado No. 3	3.1 Elaboración de propuestas para el sostenimiento de la cadena por parte de las mesas de trabajo sectorial.
	3.2 Capacitación en la metodología de la cadena productiva.
	3.3. Elaborar un inventario de los actores vinculados a la red.
	3.4. Socialización de la información a través del SIART.
Resultado No. 4	4.1. Creación de microempresas.
	4.2. Capacitación socioempresarial.
	4.3. Capacitación en gestión exportadora.
	4.4. Asesoría administrativa y financiera.
	4.5. Elaborar un documento que oriente a la organización para la producción y la comercialización para las empresas.
	4.6. Socialización de la información de integración de los eslabones de la cadena productiva a través del SIART.
Resultado No. 5	5.1. Asesoría para el mejoramiento técnico en los procesos de producción a través de un taller piloto.
	5.2. Asesoría en diseño para el mejoramiento tecnológico de los procesos de producción.
	5.3. Elaborar un documento que permita socializar e introducir los mejoramientos tecnológicos adelantados.
	5.4. Acercar líneas de crédito especiales para la consecución de equipos y herramientas por parte de los beneficiarios del proyecto.
	5.5. Socialización de la Información en el SIART.
Resultado No. 6	6.1. Estudio de mercado para los productos de la cadena productiva.
	6.2. Validación del estudio de mercado.
	6.3 Socialización de la información por parte de la secretaría técnica a través del SIART.

3.7 CONTINUA.	
RESULTADO	ACTIVIDADES
Resultado No. 7	7.1. Taller de creatividad.
	7.2. Asesoría en diseño para el mejoramiento técnico de los procesos de producción y desarrollo de una línea de producto.
	7.3. Asesorías puntuales.
	7.4. Socialización de la información a través del SIART.
Resultado No. 8	8.1. Participación en Manofacto (Plaza de los Artesanos).
	8.2. Participación en Expoartesanías.
	8.3. Contactos y acuerdo con comercializadores en la ciudad de Bogotá.
Resultado No. 9	9.1 Diseño y elaboración de plegable.
	9.2. Diseño y elaboración de pendón.
Resultado No. 10	10.1. Validación del Acuerdo de Competitividad con los Actores de la cadena productiva.

3.8. RECURSOS REQUERIDOS:	
RESULTADO	RECURSOS
1. Sensibilización de actores para la integración de la cadena productiva y validación del diagnóstico.	1.1 Personal Técnico (Director-Coordinador -Dinamizador).
	1.2 Personal Administrativo (Indirectos).
	1.3 Gastos Transporte.
	1.4 Alojamiento Nacional.
	1.5 Servicios Públicos (Indirectos).
	1.6 Material didáctico (Contrapartida).
	1.7 Gastos de Alimentación (Contrapartida).
2. Formulación del Plan Estratégico para el desarrollo de la cadena productiva.	2.1 Consultaría Especializada
	2.2 Personal Técnico (Dinamizador- Geólogo - Sistemas)
	2.3 Personal Administrativo (Indirectos)
	2.4 Gastos Transporte
	2.5 Servicios Públicos (Indirectos)
	2.6 Alojamiento Nacional
	2.7 Material didáctico (Contrapartida)
	2.8 Gastos de Alimentación(Contrapartida)
3. Integración de los eslabones de la cadena productiva.	3.1 Personal Técnico (Dinamizador – Coordinador – Sistemas)
	3.2 Personal Administrativo (Indirectos)
	3.3 Servicios Públicos (Indirectos)
	3.4 Gastos Transporte
	3.5. Material didáctico (Contrapartida)
	3.6 Alojamiento Nacional
	3.7 Gastos de Alimentación(Contrapartida)
4. Creación y fortalecimiento de empresas.	4.1 Personal Técnico (Dinamizador-Empresarial-Sistemas-Sociologo-Financiero-Mercados-Diseñador Industrial)
	4.2 Gastos Transporte
	4.3 Personal Administrativo (Indirectos)
	4.4 Servicios Públicos (Indirectos)
	4.5 Alojamiento Nacional
	4.6. Material didáctico (Contrapartida)
	4.7 Gastos de Alimentación(Contrapartida)
5. Mejoramiento técnico de los procesos de producción.	5.1 Personal Técnico (Dinamizador-Sistemas-Empresarial-Diseñador Industrial-Diseñador)
	5.2 Personal Administrativo (Indirectos)
	5.3 Gastos Transporte
	5.4 Alojamiento Nacional
	5.5 Servicios Públicos (Indirectos)
	5.6. Material didáctico (Contrapartida)
	5.7 Gastos alimentación (Contrapartida)
6. Implementación de un modelo para el mejoramiento de la comercialización al interior de la cadena productiva..	6.1 Consultaría Especializada
	6.2 Personal Técnico (Sistemas-Mercados)
	6.3 Personal Administrativo (Indirectos)
	6.4 Gastos Transporte
	6.5 Alojamiento Nacional
	6.6 Servicios Públicos (Indirectos)
	6.7 Material didáctico (Contrapartida)
	6.8 Gastos alimentación (Contrapartida)

3.8. CONTINUA.	
RESULTADO	RECURSOS
7. Desarrollar una línea de producto.	7.1 Personal Técnico (Diseñador - Sistemas)
	7.2 Personal Administrativo (Indirectos)
	7.3 Gastos Transporte
	7.4 Alojamiento Nacional
	7.5 Servicios Públicos (Indirectos)
	7.6 Material didáctico (Contrapartida)
	7.7 Gastos alimentación (Contrapartida)
8. Participación del grupo cerámico en por lo menos un evento ferial al año.	8.1 Alquiler y Montaje de Stand (2)
	8.2 Personal Técnico (Diseñador-Mercados)
	8.3 Gastos Transporte
	8.4 Gastos de Alimentación (Contrapartida)
	8.5 Personal Administrativo (Indirectos) – 6
	8.6 Servicios Públicos (Indirectos)
9. Diseño y elaboración de un plegable y un pendón..	9.1 Personal Técnico (Diseñador Gráfico)
	9.2 Consultoría Especializada (Impresión - 2)
	9.4 Gastos Transporte
	9.5 Personal Administrativo (Indirectos) 1
	9.6 Servicios Públicos (Indirectos)
10. Acuerdo de competitividad firmado y en marcha.	11.1 Personal Técnico (Director-Coordenador-Dinamizador)
	11.2 Personal Administrativo (Indirectos)
	11.3 Gastos Transporte
	11.4 Alojamiento Nacional
	11.5 Servicios Públicos (Indirectos)
	11.6 Material didáctico (Contrapartida)
	11.7 Gastos de Alimentación (Contrapartida)

3.9.1. Metas e Indicadores				
ASPECTO	META	PLAZO DE ENTREGA	INDICADOR	FUENTE DE VERIFICACIÓN
PROPÓSITO: Las microempresas de la cadena productiva de la cerámica en Guatavita con mejoramientos socioeconómicos, tecnológicos y comerciales.	Veinte (20) empresas con aumento en sus ingresos en un 20% en un año.	Mes 12	Valor de las ventas mensuales por empresa.	Registro de ventas mensuales por empresa
Resultado No 1. Actores sensibilizados en la integración de la cadena productiva y validación del diagnóstico.	Veinte (20) empresas sensibilizadas y con diagnóstico validado y socializado.	Mes 2	Número de actores sensibilizados.	Registros de participación
			Diagnóstico validado y socializado.	Documentos de validación y socialización del diagnóstico
Resultado No 2. Formulación del Plan estratégico para el desarrollo de la cadena productiva.	Veinte (20) empresas participes.	Mes4	Un (1) Plan estratégico formulado	Documento Plan estratégico.
			Un (1) Plan estratégico validado y socializado.	Documento Plan estratégico validado y socializado.
Resultado No 3. Integración de los eslabones de la cadena productiva.	Veinte (20) empresas participes.	Mes 4	Número de eslabones integrados	Documento de integración de la cadena productiva.
Resultado No 4. Creación y fortalecimiento de empresas.	Veinte (20) organizaciones empresariales creadas y/o fortalecidas.	Mes 7	Número de organizaciones creadas y/o fortalecidas.	Registros de creación y/o fortalecimiento.
Resultado No 5. Mejoramiento técnico de los procesos de producción.	Veinte (20) organizaciones empresariales con asistencia técnica implementada.	Mes 8	Número de empresas con mejoramiento tecnológico, produciendo con calidad.	Registros de asistencia técnica implementada.

3.9.1. CONTINUA				
ASPECTO	META	PLAZO DE ENTREGA	INDICADOR	FUENTE DE VERIFICACIÓN
Resultado No 6. Implementación de un modelo para el mejoramiento de la comercialización al interior de la cadena productiva.	Veinte (20) organizaciones empresariales implementando modelo de comercialización.	Mes 9	Número de organizaciones empresariales implementando modelo de comercialización.	Registro de implementación del modelo de comercialización.
Resultado No 7. Desarrollo de una línea de producto.	Veinte (20) organizaciones empresariales con una línea de producto desarrollada.	Mes 12	Número de empresas produciendo con base a la línea de producto desarrollada.	Registro de desarrollo de la línea de producto (fichas técnicas – prototipos).
Resultado No 8. Participación del grupo cerámico en por lo menos un evento ferial al año.	Veinte (20) organizaciones empresariales que accederán a nuevos mercado.	Mes 8 Y Mes 12	Número de empresas participantes en eventos feriales.	Registro de participación en evento ferial.
Resultado No 9 Diseño y elaboración de un plegable y un pendón.	Promoción y divulgación del proyecto cadena productiva.	Mes 2	Número de instrumentos de divulgación y promoción diseñados y elaborados	Registro de diseño y elaboración.
Resultado No 10 Acuerdo de competitividad, firmado y en marcha.	Diez (10) negocios conjuntos realizados por las Pyme.	Mes 12	Un (1) acuerdo de competitividad firmado.	Documento firmado.
			Número de negocios conjuntos realizados.	Registro de negocios conjuntos realizados.

3.9.2. Línea de Base: | |

ASPECTO	INDICADOR	VALOR INICIAL
Propósito General	Valor de las ventas mensuales por empresa	Media en ventas de 2.0 Millones de pesos
Resultado No. 1.	Número de actores sensibilizados	20 unidades productivas identificadas.
	Diagnóstico validado y socializado	(0) diagnóstico validado y socializado.
Resultado No. 2.	Un (1) Plan estratégico formulado	(0) Plan estratégico.
	Un (1) Plan estratégico validado y socializado	(0) Plan estratégico validado y socializado.
Resultado No. 3.	Número de eslabones integrados	(0) Eslabones integrados.
Resultado No. 4.	Número de organizaciones creadas y/o fortalecidas.	(0) organizaciones creadas y/o fortalecidas.
Resultado No.5.	Número de empresas con mejoramiento tecnológico produciendo con calidad.	(1) organización con asistencia técnica implementada. A través del taller se han implementado asistencias técnicas.
Resultado No. 6.	Número de organizaciones empresariales implementando modelo de comercialización.	(0) modelo de comercialización implementado.
Resultado No. 7.	Número de empresas produciendo con base a la línea de producto desarrollada.	(0) línea de producto desarrollada. En anteriores procesos se han adelantado líneas de productos. Se requiere de una nueva línea.
Resultado No. 8.	Número de empresas participantes en eventos feriales.	(0) participación en eventos feriales por parte de las 20 organizaciones empresariales. El Taller ha participado en eventos feriales.

3.9.2. CONTINUA.		
ASPECTO	INDICADOR	VALOR INICIAL
Resultado No. 9.	Número de instrumentos de divulgación y promoción diseñados y elaborados	(0) instrumentos de divulgación y promoción del proyecto.
Resultado No. 10.	Un (1) acuerdo de competitividad firmado.	(0) convenios de competitividad firmados
	Número de negocios conjuntos realizados.	(0) negocios conjuntos realizados
Actividades Resultado No. 1.		
1.1. Ciclo de presentaciones del proyecto, conceptos y metodología de la cadena productiva.	Número de presentaciones para socializar el proyecto, los conceptos y la metodología de cadena productiva.	(0) presentaciones de socialización del proyecto.
1.2. Reuniones con dinamizadores e instituciones de apoyo local, regional y nacional.	Número de reuniones con dinamizadores e instituciones de apoyo local, regional y nacional.	(0) reuniones con dinamizadores e instituciones de apoyo.
1.3. Reunión para la validación y socialización del diagnóstico obtenido mediante la evaluación de los estudios realizados.	Número de reuniones para la validación y socialización del diagnóstico.	(0) diagnósticos validados y socializados.
1.4. Conformación de la secretaría técnica y de mesas de trabajo.	Una (1) secretaria técnica y al menos una (1) mesas de trabajo conformadas.	(0) secretarías técnicas y (0) mesas de trabajo conformadas.
Actividades Resultado No. 2.		
2.1. Diseñar un plan de acción para el suministro de las materias primas.	Un (1) estudio sobre las características y potencialidades de las arcillas (Plan de acción para el suministro de materias primas).	(0) estudios geológicos de de caracterización de arcillas realizado. (0) Plan de acción para el suministro de las materias primas.

3.9.2. CONTINUA.		
ASPECTO	INDICADOR	VALOR INICIAL
2.2. Reunión sectorial para la validación de los planes.	Una (1) reunión sectorial para la validación de los planes.	(0) reuniones sectoriales para la validación de planes.
2.3. Socialización del plan estratégico por parte de la secretaria técnica a través del SIART.	Número de publicaciones por página Web SIART y reuniones de la secretaria técnica para socializar plan estratégico.	(0) publicaciones página Web SIART para socializar plan estratégico. (0) socializaciones de plan estratégico por parte de la secretaria técnica.
Actividades Resultado No. 3.		
3.1. Elaboración de propuestas para el sostenimiento de la cadena por parte de las mesas de trabajo sectoriales.	Número de propuestas para el sostenimiento de la cadena.	(0) propuestas para el sostenimiento de la cadena por parte de las mesas de trabajo sectoriales.
3.2. Capacitación en la metodología de la cadena productiva.	Número de capacitaciones en la metodología de cadenas productivas.	(0) capacitaciones en la metodología de cadenas productivas.
3.3. Elaborar un inventario de los actores vinculados a la red.	Un (1) inventario de actores vinculados a la red.	(0) inventarios de actores vinculado a una red.
3.4. Socialización de la información a través del SIART.	Número de publicaciones por página Web SIART para socializar información.	(0) publicaciones página Web SIART para socializar información
Actividades Resultado No. 4.		
4.1. Creación de microempresas.	Número de microempresas creadas.	(0) microempresas creadas.
4.2. Capacitación socioempresarial.	Número de capacitaciones socioempresariales.	(0) capacitaciones socioempresariales (bajo conceptos de cadenas productivas).

3.9.2. CONTINUA.		
ASPECTO	INDICADOR	VALOR INICIAL
4.3. Capacitación en gestión exportadora.	Número de capacitaciones en gestión exportadora desarrolladas. .	(0) capacitaciones en gestión exportadora.
4.4. Asesoría administrativa y financiera.	Número de asesorías administrativas y financieras desarrolladas.	(0) asesorías administrativas y financieras.
4.5. Elaborar documento que oriente a la organización para la producción y la comercialización para las empresas.	Elaboración de un (1) documento de orientación para la organización de la producción y la comercialización.	(0) documentos elaborados para la producción y la comercialización.
4.6. Socialización de la información de integración de los eslabones de la cadena productiva a través del SIART.	Número de publicaciones por página Web SIART para socializar información de integración de los eslabones de la cadena productiva.	(0) publicaciones página Web SIART para socializar información sobre la integración de la cadena productiva.
Actividades Resultado No. 5.		
5.1. Asesoría para el mejoramiento técnico en los procesos de producción a través de un taller piloto.	Número de asesorías adelantadas para el mejoramiento técnico de la producción a través de un (1) taller piloto.	(0) asesorías técnicas para el mejoramiento de la producción. (0) taller piloto.
5.2. Asesoría en diseño para el mejoramiento tecnológico de los procesos de producción.	Número de asesorías en diseño para el mejoramiento tecnológico de la producción.	(0) asesorías en diseño para el mejoramiento tecnológico de la producción.
5.3. Elaborar un documento, que permita socializar e introducir los mejoramientos tecnológicos adelantados	Un (1) documento elaborado para socializar mejoramientos tecnológicos adelantados.	(0) documento elaborado para socializar mejoramientos tecnológicos.
5.4 Acercar líneas de crédito especiales para la consecución de equipos y herramientas, por parte de los beneficiarios del proyecto	Número de documentos informativos para acercar líneas de crédito para la compra de equipos y herramientas.	(1) se ha adelantado un convenio con el Banco Popular.

3.9.2. CONTINUA.		
ASPECTO	INDICADOR	VALOR INICIAL
Actividades Resultado No. 5.		
5.5. Socialización de la información a través del SIART.	Número de publicaciones por página Web SIART para socializar información.	(0) publicaciones página Web SIART para socializar información.
Actividades Resultado No. 6.		
6.1. Estudio de mercado para los productos de la cadena productiva	Un (1) estudio de mercado para los productos de la cadena productiva.	(0) estudios de mercado para la cadena productiva.
6.2. Validación del estudio de mercado.	Un (1) documento de validación del estudio de mercado.	(0) documento de validación de estudio de mercado.
6.3. Socialización de la información por parte de la secretaría técnica a través del SIART.	Número de publicaciones por página Web SIART para socializar información de la secretaría técnica.	(0) publicaciones página Web SIART para socializar información por parte de la secretaría técnica.
Actividades Resultado No. 7.		
7.1. Taller de Creatividad.	Número de talleres de Pensamiento y Creatividad desarrollados.	(0) talleres de Pensamiento y Creatividad.
7.2. Asesoría en diseño para el mejoramiento tecnológico de los procesos de producción y desarrollo de una línea de producto.	Número de asesorías en diseño para el mejoramiento tecnológico de los procesos de producción desarrollados. Un (1) línea de producto desarrollada por veinte organizaciones empresariales.	(0) asesorías en diseño para el mejoramiento tecnológico desarrolladas. (0) líneas de producto desarrolladas por veinte organizaciones empresariales.
7.3. Asesorías puntuales.	Número de asesorías puntuales para el mejoramiento del producto.	(0) asesorías puntuales para el mejoramiento del producto.
7.4. Socialización de la información en el SIART.	Número de publicaciones por página Web SIART para socializar información sobre mejoramiento tecnológico.	(0) publicaciones página Web SIART para socializar información sobre mejoramiento tecnológico.

3.9.2. CONTINUA.		
ASPECTO	INDICADOR	VALOR INICIAL
Actividades Resultado No. 8.		
8.1. Manofacto (Plaza de los Artesanos).	Número de ceramistas participando en un evento ferial.	(0) participación en evento ferial.
8.2. Expoartesanías.	Número de ceramistas participando en un evento ferial.	(0) participación en evento ferial.
8.3. Contactos y acuerdos con comercializadores en la ciudad de Bogotá.	Número de contactos y acuerdos.	(0) contactos y acuerdos con comercializadores.
Actividades Resultado No. 9.		
9.1. Desarrollo y elaboración del plegable.	Un (1) plegable desarrollado y elaborado.	(0) plegables desarrollados y elaborados.
9.2. Diseño y elaboración del pendón.	Un (1) pendón desarrollado y elaborado.	(0) pendón desarrollados y elaborados.
Actividades Resultado No. 10.		
10.1. Validación del acuerdo de competitividad con los actores de la cadena productiva.	Un (1) acuerdo de competitividad firmado. Número de registros de negocios conjuntos realizados.	(0) acuerdo de competitividad firmado. (0) negocios conjuntos realizados.

3.9.3. Actividades, Técnicas e Instrumentos para el S&E

La información contemplada en los diferentes indicadores se recopilará mediante:

1. Jornadas de trabajo para la socialización del proyecto, conceptos y metodologías de la cadena productiva; Socialización y validación del diagnóstico; Reuniones con dinamizadores e instituciones de apoyo local, regional y nacional; conformación de la secretaría técnica y mesas de trabajo sectorial; Formulación y validación del plan estratégico; propuestas para el sostenimiento de la cadena productiva por parte de las mesas de trabajo; Formulación y validación del convenio de competitividad; se tiene contemplado a aplicación de registros de asistencia a las diferentes reuniones (Nombre o razón social –cargo-, dirección, teléfono, fax, correo y electrónico. Cada profesional encargado de una actividad entregara un informe final al terminar la actividad y un informe final en donde dejara registrado los adelantos y aportes al proceso de la cadena productiva. Los profesionales que apoyarán administrativa y logísticamente la actividad se encargaran de canalizar y garantizar que la información se socialice a través del SIART.

Para las reuniones para la conformación de la secretaría técnica y mesas de trabajo sectorial; reuniones ordinarias y extraordinarias se levantarán actas de las reuniones y se llevará registro de asistencia. El responsable de los documentos recaerá en la persona que preside el grupo o la reunión. Los tiempos de entrega de los documentos estarán sujetos a la fecha de la correspondiente reunión. Para la validación del diagnóstico, plan estratégico y convenio se partirá de un documento socializado y validado por los actores, este documento debe estar acompañado por los correspondientes registros de participación a las diferentes reuniones y la entrega de dichos documentos estarán sujetos a las correspondientes reuniones.

Para estos procesos se tiene previsto el acompañamiento de los profesionales administrativos y logísticos del proyecto.

2. Para las asesorías creación y/o fortalecimiento para las unidades empresariales, se llevará registros de asistencia por parte de los participantes al proceso, planes de trabajo, informes de visitas a las unidades empresariales, informes de avances por parte del profesional socioempresarial y documentos de registro en Cámara y Comercio y demás instituciones pertinentes. Al cerrar el proceso el profesional socioempresarial dejara consignado en su informe final, todos los por menores con sus correspondientes soportes de su gestión adelantada.
3. Para las asistencias técnicas y tecnológicas se contempla la documentación mediante registros de las asesorías realizadas a las diferentes unidades empresariales y son la memoria de la labor desarrollada. Los técnicos y diseñadores responsables de cada actividad presentaran un plan de trabajo acorde al proceso contemplado en el proyecto y informe final de la actividad realizada. Por actividad se llevará un registro de participación por parte de los beneficiarios, fichas de evaluación del instructor, ficha de récord de la asesoría en donde se consignan los datos del productor/taller (fecha de la asesoría programada, asesor responsable, registros fotográficos, firma del asesor).

3.9.3. Actividades, Técnicas e Instrumentos para el S&E

Los registros fotográficos de las piezas de cerámica deben ser consignados en la ficha técnica productos/ taller. De igual forma, se debe consignar una síntesis del producto (material, peso, dimensiones, referentes de tipo cultural, su significado y trascendencia en términos de valor agregado, aportes del diseño y su relevancia).

Todos los documentos deben ser entregados al finalizar la actividad y la asesoría. Los técnicos y diseñadores en cerámica contarán con el apoyo del grupo administrativo y logístico del proyecto

3.10 MARCO LÓGICO					
PROYECTO PARA RL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN CERÁMICA GUATAVITA					
JERARQUÍA DE OBJETIVOS	METAS	PLAZO DE ENTREGA	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	FACTORES EXTERNOS
PROPÓSITO: Las microempresas de la cadena productiva de la cerámica en Guatavita con mejoramientos socioeconómicos, tecnológicos y comerciales.	Veinte (20) empresas con aumento en sus ingresos en un 20% en un año.	Mes 12	Valor de las ventas mensuales por empresa.	Registro de ventas mensuales por empresa	El contexto económico nacional permanece estable.
RESULTADOS:					
1. Actores sensibilizados en la integración de la cadena productiva y validación del diagnóstico.	Veinte (20) empresas sensibilizadas y con diagnóstico validado y socializado.	Mes 2	Número de actores sensibilizados	Registros de participación	Los empresarios y gestores de apoyo mantienen su interés por los procesos adelantados por Artesanías de Colombia S.A.
			Diagnóstico validado y socializado	Documentos de validación y socialización del diagnóstico	
2. Formulación del plan estratégico para el desarrollo de la cadena productiva.	Veinte (20) empresas participes.	Mes 4	Un (1) plan estratégico formulado	Documento Plan estratégico	
			Un (1) plan estratégico validado y socializado	Documento Plan estratégico validado y socializado	
3. Integración de los eslabones de la cadena productiva.	Veinte (20) empresas participes.	Mes 4	Número de eslabones integrados	Documento de integración de la cadena productiva	

MARCO LÓGICO					
PROYECTO PARA RL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN CERÁMICA GUATAVITA					
JERARQUÍA DE OBJETIVOS	METAS	PLAZO DE ENTREGA	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	FACTORES EXTERNOS
4. Creación y fortalecimiento de empresas.	Veinte (20) organizaciones empresariales creadas y/o fortalecidas.	Mes 7	Número de organizaciones creadas y/o fortalecidas.	Registros de creación y/o fortalecimiento.	Los actores mantienen su motivación para crear y/o fortalecer sus organizaciones empresariales
5. Mejoramiento técnico de los procesos de producción.	Veinte (20) organizaciones empresariales con asistencia técnica implementada.	Mes 8	Número de empresas con mejoramiento tecnológico, produciendo con calidad.	Registros de asistencia técnica implementada.	Las organizaciones empresariales se mantienen receptivos para mejorar sus procesos de producción
6. Implementación de un modelo para el mejoramiento de la comercialización al interior de la cadena productiva.	Veinte (20) organizaciones empresariales implementando modelo de comercialización.	Mes 9	Número de organizaciones empresariales implementando modelo de comercialización.	Registro de implementación del modelo de comercialización.	La demanda comercial responde al modelo comercial
7. Desarrollo de una línea de producto.	Veinte (20) organizaciones empresariales con una línea de producto desarrollada.	Mes 12	Número de empresas produciendo con base a la línea de producto desarrollada.	Registro de desarrollo de la línea de producto (fichas técnicas, prototipos).	Las organizaciones empresariales mantienen su interés para desarrollar conjuntamente una línea de producto

MARCO LÓGICO					
PROYECTO PARA RL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN CERÁMICA GUATAVITA					
JERARQUÍA DE OBJETIVOS	METAS	PLAZO DE ENTREGA	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	FACTORES EXTERNOS
8. Participación del grupo cerámico en por lo menos un evento ferial al año.	Veinte (20) organizaciones empresariales que accederán a nuevos mercado.	Mes 8 y Mes 12	Número de empresas participantes en eventos fériaes.	Registro de participación en evento ferial.	Las organizaciones empresariales mantienen su interés en abordar nuevos mercados
9. Diseño y elaboración de un plegable y un pendón.	Promoción y divulgación del proyecto cadena productiva.	Mes 2	Número de instrumentos de divulgación y promoción diseñados y elaborados	Registro de diseño y elaboración.	El apoyo institucional sea reconocido, se mantenga y se multiplique
10. Acuerdo de competitividad, firmado y en marcha.	Diez (10) negocios conjuntos realizados por las Pyme.	Mes 12	Un (1) acuerdo de competitividad firmado.	Documento firmado.	Los actores y agentes de apoyo se mantienen motivados en el mejoramiento de la competitividad del sector cerámico.
			Número de negocios conjuntos realizados.	Registro de negocios conjuntos realizados.	
ACTIVIDADES					
Actividades para el Resultado 1					
1.1. Ciclo de presentaciones del proyecto, conceptos y metodología de cadena productiva.	Número de presentaciones para socializar el proyecto, los conceptos y la metodología de cadena productiva..	Mes 2	Número de actores sensibilizados	Registros de participación.	Los empresarios y gestores mantienen su interés por los procesos adelantados por Artesanías de Colombia S.A.

MARCO LÓGICO					
PROYECTO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN CERÁMICA GUATAVITA					
JERARQUÍA DE OBJETIVOS	METAS	PLAZO DE ENTREGA	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	FACTORES EXTERNOS
ACTIVIDADES					
Actividades para el Resultado 1					
1.2. Reuniones con dinamizadores e instituciones de apoyo local, regional y nacional.	Un (1) dinamizador, organizaciones gubernamentales, organizaciones no gubernamentales sensibilizadas.	Mes 2	Número de reuniones con dinamizador e instituciones de apoyo local, regional y nacional.	Registros de participación	Los empresarios y gestores mantienen su interés por los procesos adelantados por Artesanías de Colombia S.A.
1.3. Reunión para la validación y socialización del diagnóstico obtenido mediante la evaluación de los estudios realizados	Secretaría técnica y mesas de trabajo conformadas.	Mes 2	Número de reuniones para la validación y socialización del diagnóstico.	Registros de validación y socialización	
1.4. Conformación de la secretaría técnica y de mesas de trabajo.	Secretaría técnica y mesas de trabajo conformadas.	Mes 2	Una (1) secretaría técnica y (1) mesa de trabajo conformadas.	Registros de conformación	
Actividades Resultado 2.					
2.1. Diseñar en plan de acción para el suministro de las materias primas.	(1) Plan de acción para el suministro de las materias primas.	Mes 4	Un (1) estudio sobre las características y potencialidades de las arcillas (Plan de acción para el suministro de materias primas).	Documento de Plan de acción. Ustudio Geológico.	Los empresarios y gestores mantienen su interés por los procesos adelantados por Artesanías de Colombia S.A.

MARCO LÓGICO					
PROYECTO PARA RL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN CERÁMICA GUATAVITA					
JERARQUÍA DE OBJETIVOS	METAS	PLAZO DE ENTREGA	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	FACTORES EXTERNOS
2.2. Reunión sectorial para la validación de los planes.	Reunión sectorial para validación de los planes.	Mes 4	Una (1) reunión sectorial para la validación de los planes.	Documento de validación.	Los empresarios y gestores mantienen su interés por los procesos adelantados por Artesanías de Colombia S.A.
2.3. Socialización del plan estratégico por parte de la secretaria técnico a través del SIART.	Diagnóstico validado socializado a través del SIART.	Mes 4	Una (1) publicación del plan estratégico en página Web SIART.	Publicación página Web SIART.	
Actividades Resultado 3.					
3.1. Elaboración de propuestas para el sostenimiento de la cadena por parte de las mesas de trabajo sectoriales.	Propuestas para el sostenimiento de la cadena realizados por las mesas sectoriales	Mes 4	Número de propuestas para el sostenimiento de la cadena.	Documentos de las mesas sectoriales, propuestas de sostenimiento de la cadena.	Los empresarios y gestores mantienen su interés por los procesos adelantados por Artesanías de Colombia S.A.
3.2. Capacitación en la metodología en la cadena productiva.	Capacitación en la metodología de la cadena productiva realizada	Mes 4	Número de capacitación en la metodología de cadenas productivas.	Registro de asistencia Capacitación	
3.3 Elaborar un inventario de los actores vinculados a la red	Inventario de actores vinculados a la red elaborado	Mes 4	Un (1) inventario de actores vinculados a la red.	Registro de inventario de actores vinculados a la red.	

MARCO LÓGICO					
PROYECTO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN CERÁMICA GUATAVITA					
JERARQUÍA DE OBJETIVOS	METAS	PLAZO DE ENTREGA	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	FACTORES EXTERNOS
ACTIVIDADES					
Actividad para el Resultado 3					
3.4. Socialización del plan estratégico validado a través del SIART.	Información de integración de los eslabones de la cadena productiva socializados a través del SIART.	Mes 4	Una (1) publicación sobre la integración de los eslabones de la cadena productiva.	Publicación página Web SIART.	
Actividades para el Resultado 4					
4.1. Creación de microempresas.	Microempresas creadas	Mes 7	Número de microempresas creadas.	Registros de creación	Los empresarios y gestores mantienen su interés por los procesos adelantados por Artesanías de Colombia S.A.
4.2. Capacitación socioempresarial.	Capacitaciones socioempresariales realizadas	Mes 7	Número de capacitaciones socio empresariales desarrolladas.	Registro de capacitaciones soicoempresariales	
4.3. Capacitación en gestión exportadora.	Capacitaciones en gestión exportadora realizadas	Mes 7	Número de capacitaciones en gestión exportadora desarrolladas.	Registro de capacitaciones en gestión exportadora	
4.4. Asesoría administrativa y financiera.	Asesoría administrativa y financiera realizada	Mes 7	Número de asesorías administrativas y financieras desarrolladas.	Registro de asesorías administrativa y financiera.	

MARCO LÓGICO					
PROYECTO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN CERÁMICA GUATAVITA					
JERARQUÍA DE OBJETIVOS	METAS	PLAZO DE ENTREGA	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	FACTORES EXTERNOS
ACTIVIDADES					
Actividades para el Resultado 4					
4.5. Elaborar documento que oriente la organización para la producción y la comercialización para las empresas.	Documento para la organización para la producción y comercialización realizado	Mes 7	Elaboración de un documento de orientación para la organización de la producción y la comercialización	Documento para la organización de la producción y comercialización	
4.6. Socialización de la Información de integración de los eslabones de la cadena productiva a través del SIART.	Información sobre la integración de los eslabones de la cadena productiva socializados a través del SIART	Mes 7	Número de publicaciones por página Web SIART para socializar información de integración de los eslabones de la cadena productiva	Publicaciones Página Web SIART.	
Actividades para el Resultado 5					
5.1. Asesoría para el mejoramiento técnico en los procesos de producción a través de un taller piloto.	Asesorías para el mejoramiento técnico en los procesos de producción realizados	Mes 8	Número de asesorías adelantadas para el mejoramiento técnico de la producción a través de un (1) taller piloto.	Registro de asesorías para el mejoramiento técnico	Los empresarios y gestores mantienen su interés por los procesos adelantados por Artesanías de Colombia S.A.
5.2. Asesoría en diseño para el mejoramiento tecnológico de los procesos de producción.	Asesorías en diseño para el mejoramiento tecnológico de los procesos de producción realizados.	Mes 8	Número de asesorías en diseño para el mejoramiento tecnológico de la producción.	Registro de capacitación en diseño para el mejoramiento	
5.3. Elaborar un documento, que permita socializar e introducir los mejoramientos tecnológicos adelantados	Documento para socializar mejoramientos tecnológicos elaborado	Mes 8	Un (1) documento elaborado para socializar mejoramientos tecnológicos adelantados.	Documento para socializar mejoramientos tecnológicos adelantados	

MARCO LÓGICO					
PROYECTO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN CERÁMICA GUATAVITA					
JERARQUÍA DE OBJETIVOS	METAS	PLAZO DE ENTREGA	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	FACTORES EXTERNOS
ACTIVIDADES					
Actividades para el Resultado 5					
5.4 Acercar líneas de crédito especiales para la consecución de equipos y herramientas, por parte de los beneficiarios del proyecto	Líneas de crédito dadas a conocer para la compra de equipos y herramientas	Mes 8	Número de documentos informativos para acercar líneas de crédito para la compra de equipos y herramientas.	Documentos informativos líneas de crédito	Los empresarios y gestores mantienen su interés por los procesos adelantados por Artesanías de Colombia S.A.
5.5. Socialización de la información a través del SIART.	Procesos de producción mejorados técnicamente socializados a través de la secretaria técnica y el SIART	Mes 8	Número de publicaciones por página Web SIART y reuniones de la secretaria técnica para socializar información.	Publicaciones Página Web SIART.	
Actividades para el Resultado 6					
6.1. Estudio de mercado para los productos de la cadena productiva	Estudio de mercado para los productos de la cadena productiva realizado.	Mes 9	Un (1) estudio de mercado para los productos de la cadena productiva.	Documento estudio de mercado.	Los empresarios y gestores mantienen su interés por los procesos adelantados por Artesanías de Colombia S.A.
6.2. Validación del estudio de mercado.	Estudio de mercado validado.	Mes 9	Un (1) documento de validación del estudio de mercado.	Documento de validación.	

MARCO LÓGICO					
PROYECTO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN CERÁMICA GUATAVITA					
JERARQUÍA DE OBJETIVOS	METAS	PLAZO DE ENTREGA	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	FACTORES EXTERNOS
ACTIVIDADES					
Actividades para el Resultado 6					
6.3. Socialización de la información por parte de la secretaría técnica a través del SIART.	Modelo para el mejoramiento de la comercialización socializado.	Mes 9	Número de publicaciones por página Web SIART para socializar información de la secretaría técnica.	Documentos de socialización secretaría técnica. Publicaciones Página Web SIART.	Los empresarios y gestores mantienen su interés por los procesos adelantados por Artesanías de Colombia S.A.
Actividades para el Resultado 7					
7.1. Taller de Creatividad.	Taller de pensamiento y creatividad realizado.	Mes 12	Número de talleres de Pensamiento y Creatividad desarrollados.	Registro de participación taller de pensamiento y creatividad.	Se mantiene receptividad a la innovación tecnológica
7.2. Asesoría en diseño para el mejoramiento tecnológico de los procesos de producción, desarrollo de una línea de producto.	Asesoría en diseño para el mejoramiento tecnológico y desarrollo de una línea de producto desarrollados.	Mes 12	Número de asesorías en diseño para el mejoramiento tecnológico de los procesos de producción desarrollados. Un (1) línea de producto desarrollada por veinte organizaciones empresariales.	Registro de participación asesoría en diseño y documento desarrollo línea de producto.	

MARCO LÓGICO					
PROYECTO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN CERÁMICA GUATAVITA					
JERARQUÍA DE OBJETIVOS	METAS	PLAZO DE ENTREGA	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	FACTORES EXTERNOS
ACTIVIDADES					
Actividades para el Resultado 7					
7.3. Asesorías puntuales.	Asesorías puntuales realizadas.	Mes 12	Número de asesorías puntuales para el mejoramiento del producto.	Registro de participación en asesorías puntuales.	Se mantiene receptividad a la innovación tecnológica
7.4. Socialización de la información en el SIART.	Socialización de resultados de las asesorías y de la línea de producto desarrollada socializada.	Mes 12	Número de publicaciones por página Web SIART y reuniones de la secretaria técnica para socializar información para el mejoramiento tecnológico.	Publicaciones Página Web SIART.	
Actividades para el Resultado 8					
8.1. Manofacto (Plaza de los Artesanos).	Los ceramistas participaron en el evento ferial Manofacto	Mes 8	Número de ceramistas participando en un evento ferial.	Registro de participación en evento ferial.	Las organizaciones empresariales mantienen su interés en abordar nuevos mercados

MARCO LÓGICO					
PROYECTO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN CERÁMICA GUATAVITA					
JERARQUÍA DE OBJETIVOS	METAS	PLAZO DE ENTREGA	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	FACTORES EXTERNOS
ACTIVIDADES					
Actividades para el Resultado 8					
8.2. Expoartesanías.	Los ceramista participaron en el evento ferial	Mes 12	Número de ceramistas participando en un evento ferial.	Registro de participación en evento ferial.	Las organizaciones empresariales mantienen su interés en abordar nuevos mercados
8.3. Contactos y acuerdos con comercializadores en la ciudad de Bogotá.	Contactos y acuerdos con comercializadores trealizado	Mes 12	Número de contactos y acuerdos.	Registro de acuerdos.	
Actividades para el Resultado 9					
9.1. Desarrollo y elaboración del plegable.	Plegable realizado	Mes 2	Un (1) plegable desarrollado y elaborado.	Plegable desarrollado.	El apoyo institucional sea reconocido, se mantenga y se multipleque
9.2. Diseño y elaboración del pendón.	Pendón realizado	Mes 2	Un (1) pendón desarrollado y elaborado.	Pendón desarrollado.	

MARCO LÓGICO					
PROYECTO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN CERÁMICA GUATAVITA					
JERARQUÍA DE OBJETIVOS	METAS	PLAZO DE ENTREGA	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	FACTORES EXTERNOS
ACTIVIDADES					
Actividades para el Resultado 10					
10.1. Validación del acuerdo de competitividad con los actores de la cadena.	Acuerdo de competitividad validado y firmado	Mes 12	Un (1) acuerdo de competitividad firmado. Número de registros de negocios conjuntos realizados.	Documento de validación acuerdo de competitividad	Los actores y agentes de apoyo se mantienen motivados en el mejoramiento de la competitividad del sector cerámico.

Proyecto “Fortalecimiento de la Escuela-Taller de Cerámica de Guatavita”

#	Concepto
A	Nombre del Proyecto, tipo y beneficiarios:
1	Nombre del proyecto: “Fortalecimiento de la Escuela Taller de Cerámica de Guatavita”
2	Tipo de Proyecto: Capacitación para la productividad
3	<p>Beneficiarios directos: 400 personas, la mayoría egresados y estudiantes de establecimientos académicos que dan prioridad, en el área vocacional, a la cerámica. Estos Centros son : Escuela Urbana Concentración El Dorado (30 egresados y 90 alumnos), Colegio Pio XII (50 egresados y 180 alumnos), Escuelas Veredales de Carbonera Alta, Tominé de Indios y Tominé de Blancos (10 egresados y 30 alumnos), así como a personas que trabajen actualmente en la Escuela-Taller de Guatavita (10).</p> <p>Enfrentan condiciones de pobreza y desocupación a pesar de poseer alguna formación en cerámica, impartida en los centros educativos mencionados, los cuales orientan las áreas vocacionales hacia el oficio de la cerámica. La región posee arcillas de buena calidad, situación que ha estimulado en Guatavita la formación en el oficio.</p>
4	Beneficiarios indirectos: 800 personas
B	Localización geográfica: Municipio de Guatavita y localidades vecinas
5	Dptos: Cundinamarca Municipio: Guatavita
6	Veredas: Carbonera Alta, Tominé de Indios y Tominé de Blancos.
C	Características básicas:
7	Oficios artesanales que atenderá el proyecto: Cerámica.
8	<p>Principales problemas que enfrenta el sector artesanal que atenderá el proyecto: Por un lado, personas con conocimiento, capacidades y destrezas dispares en el desempeño del oficio de la cerámica que actualmente no tienen una ocupación relacionada con el tema. Por otro, un establecimiento que desde 1988 existe en Guatavita, en instalaciones de la Alcaldía Municipal, dotado con los equipos necesarios para la producción de productos cerámicos, especialmente vajillas, que en la actualidad está subutilizado. Finalmente, la disminución del turismo, en un Municipio que se trasladó a un nuevo sitio cuando se realizó el Embalse de Tominé en 1960. La nueva Guatavita se construyó con el fin de atraer visitantes nacionales y extranjeros con interés en la cultura Muisca y especialmente la Leyenda “El Dorado” que tuvo como escenario la Laguna de Guatavita.</p> <p>En conclusión, se está desperdiciando un potencial humano, de mano de obra con niveles dispares de calificación y una capacidad instalada, que podría aprovecharse para fortalecer competencias en la región, crear ocupación y por consiguiente generar niveles de producción que produzcan impactos socioeconómicos positivos. Estas situaciones a su vez dejan ver la falta de mentalidad empresarial y de asociatividad.</p>
9	Objetivo General o Finalidad: Motivar y desarrollar habilidades y destrezas en el desempeño del oficio cerámico, con mentalidad empresarial, para hacer de la Escuela-Taller de Cerámica de Guatavita un centro de producción competitivo.
10	<p>Objetivos Específicos:</p> <p>10.1 Vincular a egresados y estudiantes de establecimientos educativos de la región que forman en el tema en el área vocacional, como por ejemplo: Escuela Urbana Concentración El Dorado, Colegio Pio XII, Escuelas Veredales de Carbonera Alta, Tominé de Indios y Tominé de Blancos, así como a personas que trabajen actualmente en la Escuela-Taller de Guatavita.</p> <p>10.2 Cualificar el manejo de la tecnología de la cerámica, particularmente la preparación y</p>

	<p>manejo de arcillas y de esmaltes, utilización de tornetas, tornos de tarraja y de levante y empleo de hornos.</p> <p>10.3 Promover el rescate, diversificación y desarrollo de producto</p> <p>10.4 Inculcar cultura empresarial</p> <p>10.5 Promover la organización de la producción</p> <p>10.6 Fortalecer la administración y gestión empresarial de la Escuela-Taller de Guatavita</p>
11	<p>Principales actividades previstas:</p> <p>11.1 Capacitación técnica (preparación y manejo de arcillas, manejo de equipos y herramientas, aplicación de esmaltes, diseño de productos, manejo de color, formas y dimensiones, elaboración y terminado de piezas y organización de los procesos productivos)</p> <p>11.2 Capacitación en diseño y desarrollo de productos</p> <p>11.3 Capacitación en administración y gerencia empresarial, especialmente en cálculo de costos y precios, contabilidad, ventas, manejo de crédito e impuestos y responsabilidades fiscales de la artesanía.</p> <p>11.4 Reparación y mantenimiento de equipos y herramientas</p>
12	<p>Principales resultados esperados:</p> <p>12.1 Nivelación y cualificación de conocimientos en los beneficiarios del proyecto</p> <p>12.2 Especialización de los beneficiarios en procesos de la producción según las fortalezas que posean</p> <p>12.3 Conocimientos en diseño y desarrollo de productos llevados a la práctica</p> <p>12.4 Conocimientos en administración y gestión empresarial</p> <p>12.5 Conciencia en los beneficiarios sobre las bondades de la asociatividad</p> <p>12.6 Coordinación, interés, entusiasmo y deseos de los beneficiarios de mejorar sus condiciones de vida, las de su familia y las de la comunidad en general.</p>
13	<p>Metas verificables:</p> <p>13.1 400 personas capacitadas técnicamente (preparación y manejo de arcillas, manejo de equipos y herramientas, aplicación de esmaltes, diseño de productos, manejo de color, formas y dimensiones, elaboración y terminado de piezas y organización de los procesos productivos)</p> <p>13.2 400 personas capacitadas en diseño y desarrollo de productos</p> <p>13.3 400 personas capacitadas en administración y gerencia empresarial, especialmente en cálculo de costos y precios, contabilidad, ventas, manejo de crédito e impuestos y responsabilidades fiscales de la artesanía.</p>
14	<p>Impactos del proyecto:</p> <p>14.1 Al menos un 30% de las personas capacitadas dedicadas tiempo completo a la producción de la cerámica.</p> <p>14.2 Generación y sostenibilidad de empleo</p> <p>14.3 Mayor índice de ocupación en el sector artesanal de la región.</p> <p>14.4 Mayor conciencia de los beneficiarios sobre la necesidad de constituir organizaciones sólidas con mentalidad empresarial para producción y comercialización de artesanía competitiva en el mercado por calidad y precios.</p> <p>14.5. Mayores ingresos para las personas capacitadas dedicadas a la producción de cerámica.</p>
15	<p>Mercado potencial: El mercado local y regional, las ferias artesanales regionales y las nacionales como Manofacto, Expoartesanías, Hogar y demás ferias que se organizan en Bogotá que le dan cabida a la artesanía.</p>

16	Replicabilidad del proyecto: El proyecto puede motivar a otras personas de la región con conocimientos en el oficio de la cerámica para perfeccionar las técnicas y vincularse a la Escuela Taller de cerámica de Guatavita o crear su propia empresa.		
17	Sostenibilidad del proyecto: La Escuela-Taller de cerámica se constituirá en motor de desarrollo de la región en la medida en que el potencial de mano de obra en el oficio de la cerámica se especialice en el manejo de las técnicas y la producción de una artesanía competitiva en calidad y precio y al mismo tiempo adquiera conocimientos socioempresariales, así como una mentalidad empresarial. El fortalecimiento del centro de capacitación y producción a su vez contribuirá a crear y mantener mayores niveles de ocupación. En conclusión, se fortalecerá la cadena productiva de la cerámica de la región beneficiaria y por consiguiente cada uno de los eslabones, propiciando un proceso productivo y comercial virtuoso y rentable.		
18	Duración del proyecto: 18 meses	Fecha de inicio: 01-06-04	Fecha terminación: 30-12-05
19	Limitaciones y riesgos del proyecto:		
D	Costo y aportantes:		
20	Valor total del proyecto: Col \$	258.418.391	
21	Suma solicitada:	69.147.227	SENA (27%)
22	Otros aportantes:		
	- Recursos propios:	22.471.164	Artesanías de Colombia (9%)
	- Comunidad:		
	- De ONGs	54.000.000	Corporación de Vecinos para el Desarrollo Socioeconómico de Guatavita (21%)
	-		
	- Del gobierno nacional		
	- Del gobierno regional		
	- Del gobierno local	12.800.000	Gobernación de Cundinamarca (5%)
	- Empresa privada	(Costos funcionamiento)	Alcaldía de Guatavita
		100.000.000	Fundación Corona (38%)
E	Entidades y personas responsables:		
23	Entidad que presenta el proyecto: Artesanías de Colombia		
24	Fecha de presentación: Mayo 18 de 2.004		
25	Entidad ejecutora: Artesanías de Colombia		
26	Coordinadora del proyecto: Gladys Salazar		
27	Telf: 336-3959	Fax: 337-5964	e.mail : gladys@artesantiasdecolombia.com.co
28	Entidad que tuvo la iniciativa del proyecto: Artesanías de Colombia		
29	Interlocutor por la Comunidad: Señora Bertha Ponce De León		
30	Telf: (1) 857-7161	Fax: No	E.mail: No
31	Estado actual del proyecto: Perfil del proyecto		
32	Observaciones:		
33	Fecha de actualización de la ficha: Mayo 18 de 2.004		

Presupuesto del Proyecto –“ Fortalecimiento de la Escuela-Taller de Cerámica de Guatavita”
Resumen de costos (Col \$ miles)

#	Concepto	TOTAL PRESUPUESTO	Solicitud de financiación
A	Gastos de Personal	47.727.645	47.727.645
1	Honorarios	31.607.580	31.607.580
1.1	Personal Profesional por contrato		
2.	Prestaciones Sociales (51%)	16.120.065	16.120.065
2.1	Personal Profesional por contrato		
B	Gastos Generales	176.984.000	176.984.000
3	Gastos de Viaje	10.184.000	10.184.000
3.1	Transporte (ida y vuelta)	64.000	64.000
3.2	Alojamiento	5.520.000	5.520.000
3.3	Alimentación	4.600.000	4.600.000
4	Materiales didácticos	12.800.000	12.800.000
4.1	Papelería y otros elementos	800.000	800.000
4.2	Cartillas	12.000.000	12.000.000
5	Otros Gastos	154.000.000	
5.1	Arriendos local	54.000.000	
5.2	Compra de repuestos	100.000.000	100.000.000
	TOTAL	224.711.645	170.711.645
6	Administración (10%)	22.471.164	22.471.164
7	Imprevistos (5%)	11.235.582	11.235.582
	GRAN TOTAL	258.418.391	204.418.391

Presupuesto de gastos de personal

	Cargo	Area trabajo	Tiempo /días	Sueldo en días \$	Prestacio - Nes/día (51%)	Valor Total
1	Técnico de equipos de cerámica	Reparación/manteni	30	61.976	31.608	2.807.520

		miento equipos				
2	Diseñador ceramista	Capacitación Técnica en oficio cerámica	375	57.844	29.5001	32.754.375
3	Diseñador industrial	Capacitación diseño	50	53.712	27..393	4.055.250
4	Economista o administrador de empresas de la región	Capacitación socio empresarial	100	53.712	27..393	8.110.500
	TOTAL PER. POR CONTRATAR		555			47.727.645

Honorario mensual: \$1.611.370

Gastos de viaje

Cargo	Actividad	Lugar	N° días	Pasajes terrestres		Alojamiento	Alimentación	Total \$
				N° via-Jes	Costo \$			
Técnico de equipos	Reparación equipos	Guatavita	30	2	16.000	300.000	250.000	566.000
Diseñador ceramista	Técnica oficio	Guatavita	375	2	16.000	3.750.000	3.125.000	6.891.000
Diseñador industrial	Diseño	Guatavita	50	2	16.000	480.000	400.000	896.000
Economista	Cap. Socio empresarial	Guatavita	100	2	16.000	990.000	825.000	1.831.000
TOTAL			555	8	64.000	5.520.000	4.600.000	10.184.000

Costo promedio pasaje terrestre: \$8.000

En los viáticos se incluye: alojamiento: \$300.000 mes y alimentación: \$250.000 mes

Cronograma de Actividades del Proyecto (por mes)

#	Actividades/mes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	Reparación y mantenimiento de equipos y herramientas	X																	
2	Capacitación técnica (preparación y manejo de arcillas, manejo de equipos y herramientas, aplicación de esmaltes, diseño de productos, manejo de color, formas y dimensiones, elaboración y terminado de piezas y organización de los procesos productivos)		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
3	Capacitación en diseño y desarrollo de productos														X	X			
4	Capacitación en cálculo de costos y precios, contabilidad, ventas, manejo de crédito e impuestos y responsabilidades fiscales de la artesanía.															X	X	X	X

#	Actividad	N° actividades	Total horas	Valor día \$	Valor Total \$
1	Reparación y mantenimiento de equipos y herramientas	1	240 (30 días)	61.976	1.859.280

	(240 h)				
2	Capacitación técnica (preparación y manejo de arcillas, manejo de equipos y herramientas, aplicación de esmaltes, diseño de productos, manejo de color, formas y dimensiones, elaboración y terminado de piezas y organización de los procesos productivos) (300 h)	10	3.000 (375 días)	57.844	21.691.500
3	Capacitación en diseño y desarrollo de productos (40 h)	10	400 (50 días)	53.712	2.685.600
4	Capacitación en cálculo de costos y precios, contabilidad, ventas, manejo de crédito e impuestos y responsabilidades fiscales de la artesanía.	10	800 (100 días)	53.712	5.371.200
	Total	31	4.440 h (555 días)		31.607.580

*Honorarios/mes: \$1.611.370